



CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO

PRAÇA DA REPÚBLICA, 53 – CENTRO/SP - CEP: 01045-903
FONE: 2075-4500

PROCESSO	2021/00454
INTERESSADO	Centro Universitário de Adamantina
ASSUNTO	Renovação do Reconhecimento do Curso de Comunicação Social - Habilitação Publicidade e Propaganda
RELATOR	Cons. Claudio Mansur Salomão
PARECER CEE	Nº 203/2022 CES "D" Aprovado em 18/05/2022 Comunicado ao Pleno em 25/05/2022

CONSELHO PLENO

1. RELATÓRIO

1.1 HISTÓRICO

O Reitor do Centro Universitário de Adamantina solicita deste Conselho pelo Ofício 141/2021, protocolizado em 27/10/2021, Renovação do Reconhecimento do Curso de Comunicação Social - Habilitação Publicidade e Propaganda, nos termos da Deliberação CEE 171/2019 – fls. 03.

O pedido de Renovação do Reconhecimento do Curso **não observou** o art. 47 da mesma Deliberação que é de nove meses antes do término do prazo de vigência do reconhecimento.

Recredenciamento	Parecer CEE 17/2022, Portaria CEE/GP 48/2022, publicada em 08/02/2022, por 05 anos
Direção	Prof. Dr. Alexandre Teixeira de Souza, mandato de 07/07/2021 a 06/07/2025
Renovação do Reconhecimento	Parecer CEE 251/2017, Portaria CEE-GP 278/2017, publicada em 09/06/2017, por 04 anos

O processo foi despachado à AT para verificar se os documentos encaminhados atendiam ao disposto na norma vigente. Constatado seu atendimento, o processo foi encaminhado à CES para indicar Comissão de Especialistas.

Na reunião da CES, realizada em 02/02/2022, foram indicados os Especialistas Edson Fernandes e Maria Eugênia Porém, validados pela Portaria CEE-GP 55/2022. Os Especialistas produziram o Relatório circunstanciado sobre o Curso constante às fls. 167.

1.2 APRECIÇÃO

Com base na norma em epígrafe, nos dados do Relatório Síntese e no Relatório da Comissão de Especialistas, permite relatar os autos como segue:

Responsável pelo Curso: Lilian Pacchioni Pereira de Sousa, Mestre em Educação, Administração e Comunicação pela Universidade São Marcos e Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, ocupa o cargo de Coordenadora e docente do Curso.

Dados Gerais – fls. 05

Horários de Funcionamento	Noturno: das 19h20min às 22h50min, de segunda a sexta-feira
Duração da hora/aula	50 minutos
Carga horária total do Curso	2.933 horas
Número de vagas oferecidas	Matutino: 50 vagas, por ano Noturno: 50 vagas, por ano
Tempo para integralização	Mínimo de 08 semestres e máximo de 12 semestres
Regime de matrícula	Seriado semestral

Caracterização da Infraestrutura Física da Instituição reservada para o Curso – fls. 06

Instalação	Qde	Capacidade/aluno	Observações
Salas de aula	05	60 cada	Campus II
Laboratórios			
Informática	04	50 cada	Campus I
Núcleo Midiático (Radio Cultura)	01	-	

FM/Agência Experimental/ Jornal da FAI/Estúdio Fotográfico				
Informática		05	50 cada	Campus II
Central de Comunicação		01		
Apoio				
Biblioteca Central		01		Campus II
Auditório		01	700	

Biblioteca – fls.06

Tipo de acesso ao acervo	Livre
É específica para o curso	Não
Total de livros para o curso	1447 Títulos – 3799 Volumes
Videoteca/Multimídia	13 Títulos – 13 Volumes
Outros	94
Acervo Digital	
Minha Biblioteca Letras e Artes	627
Minha Biblioteca Sociais Aplicadas	4761

O acervo está disponível no site: www.unifai.com.br

Relação Nominal do Corpo Docente – fls. 07

Docente	Titulação	R.T	Disciplina
Antonio Carlos Bassio Haddad	Mestre em Ciências da Comunicação Social- Universitá Pontifícia Salesiana de Roma Graduação em Ciências da Comunicação Social.	H	Produção Public. em Rádio
			Produção Public. em TV
			Cinema
			Realidade Socioeconômica Brasileira
			Comunicação, Educ. e Novas Tecnologias
			Produção em Multimídia
Danilo Fonseca de Moraes	Mestre em Universidade do Oeste Paulista Graduação em Direito	H	Ética e Legislação Publicitária
Dirceu Alves	Especialista em Administração dos Serviços de Saúde - Universidade de Ribeirão Preto Graduação em Educação em Saúde Pública; Estudos Sociais, História	H	Estatística Aplicada
Fúlvia de Souza Veronez	Doutor em Ciências da Reabilitação – USP Graduação em Psicologia	H	Psicologia do Consumidor
			Psicologia da Comunicação
Ieda Cristina Borges	Doutor em Saúde Pública - USP Graduação em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo	H	Língua Portuguesa – Redação e Expressão Oral I, II, III e IV
			Língua Portuguesa - Redação Publicitária I, II e III
			Teoria e Métodos da Pesquisa em Comunicação
José Aparecido dos Santos	Doutor em Geografia – UNICAMP Graduação em Geografia	H	Sociologia Geral e da Comunicação
			Cultura Brasileira
José Ricardo Moraes	Especialista em Informática e Matemática Aplicada – Centro Universitário de Adamantina Graduação em Análise e Desenvolvimento de Sistemas	H	Informática Aplicada I
			Programação Visual
Lilian Pacchioni Pereira de Sousa	Mestre em Educação, Administração e Comunicação – Univ. São Marcos Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	H	Teoria da Comunicação
			Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda
			Mídia
			Planejamento de Mídia
			Planejamento de Campanha I e II
			Marketing
			Pesquisa de Mercados
			Semiótica.
Márcia Regina Molina Martins da Fonseca	Especialista em História da Arte-Fundação Armando Álvares	H	Introdução ao Jornalismo I e II
			Inglês Instrumental I e II

	Penteado		Introdução à Fotografia Jornalística
	Graduação em Jornalismo.		Estética e Cultura de massa
Marcos Martinelli	Doutor em História – UNESP Graduação em História	H	Filosofia Aplicada Comunicação Comparada
Miriam Regina Bordinhon	Doutor em Engenharia Elétrica-UNESP Graduação em Ciência da Computação	H	Informática Aplicada II
Ricardo Cassiolato Torquato	Mestre em Comunicação - Universidade de Marília Graduação em Comunicação Social Jornalismo	H	Informática e Planejamento Gráfico Informática e Produção Gráfica Produção Publicitária em Mídia Imprensa Administração em Publicidade e Propaganda Fotografia Introdução à Fotografia Publicitária Criação Publicitária I e II
Sergio Carlos Francisco Barbosa	Mestre em Ciências da Religião - Universidade Metodista de São Paulo Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo	H	Introdução à Publicidade Atendimento e Planejamento de Comunicação Criatividade e Interpretação Introdução ao Marketing Mercadologia

Classificação da Titulação segundo a Deliberação CEE 145/2016

Titulação	Quantidade	%
Especialista	03	23,07
Mestre	05	38,46
Doutor	05	38,46
Total	13	100,0

A Deliberação CEE 145/2016, que *fixa normas para a admissão de docentes para exercício da docência*, estabelece nos incisos I e II, art. 1º:

I - forem portadores de diploma de pós-graduação *stricto sensu*, obtidos em programas reconhecidos ou recomendados na forma da lei;

II – forem portadores de certificado de especialização em nível de pós graduação, na área da disciplina que pretendem lecionar.”

O inciso II, art. 2º define:

II - para os centros universitários: metade (1/2) do total de docentes da Instituição composto por mestres/doutores com, pelo menos, um quarto (1/4) do total de docentes da instituição com o título de doutor.

O regime de trabalho dos docentes é horista. O art. 4º determina que:

“O percentual mínimo de professores contratados em **regime de tempo integral** deve ser de um terço do total de docentes nas universidades e de um quarto nos centros universitários”. (gg.nn)

Corpo Técnico disponível para o Curso – fls. 10

Tipo	Quantidade
Pró-reitorias	03
Diretorias	03
Procuradoria Jurídica	04
Secretaria Acadêmica	02
Laboratórios de Informática	07
Biblioteca	09
Núcleo Midiático	09

Demanda do Curso nos últimos Processos Seletivos – fls. 10

Semestre	Vagas		Candidatos		Relação candidato / vaga	
	Matutino	Noturno	Matutino	Noturno	Matutino	Noturno
2017	50	50	01	35	0,02	0,70
2018	50	50	01	16	0,02	0,32
2019	50	50	01	18	0,02	0,36
2020	50	50	04	13	0,08	0,26
2021	50	50		22		0,44

Demonstrativo de Alunos Matriculados e Formados no Curso - fls. 11

Semestre	Matriculados						Egressos	
	Ingressantes		Demais séries		Total		Matutino	Noturno
	Matutino	Noturno	Matutino	Noturno	Matutino	Noturno		
2017/1º	-	28	-	38	-	66	-	--
2017/2º	-	-	-	53	-	53	-	09
2018/1º	-	07	-	41	-	48	-	03
2018/2º	-	-	-	38	-	38	-	06
2019/1º	-	09	-	30	-	39	-	02
2019/2º	-	-	-	26	-	26	-	07
2020/1º	-	-	-	17	-	17	-	03
2020/2º	-	-	-	14	-	14	-	12
2021/1º	-	11	-	01	-	12	-	01
2021/2º	-	-	-	10	-	10	-	-

Matriz Curricular - fls. 11

1º Termo	Semestral	Semanal
Disciplinas		
Atividades Complementares I	40	-
Estética e Cultura de Massa	40	2
Fotografia	40	2
Informática Aplicada I	40	2
Inglês Instrumental I	40	2
Introdução à Publicidade	40	2
Introdução ao Jornalismo	40	2
Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral I	80	4
Teoria da Comunicação	80	4
2º Termo		
Atividades Complementares II	40	-
Filosofia Aplicada	40	2
Informática Aplicada II	40	2
Inglês Instrumental II	40	2
Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral II	80	4
Programação Visual	40	2
Psicologia da Comunicação	40	2
Realidade Socioeconômica Brasileira	40	2
Semiótica	80	4
3º Termo		
Atividades Complementares III	40	-
Comunicação Comparada I	40	2
Criatividade e Interpretação	80	4
Informática e Planejamento Gráfico	80	4
Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral III	80	4
Psicologia do Consumidor	40	2
Sociologia Geral e da Comunicação	80	4
4º Termo		
Atividades Complementares IV	40	-
Comunicação Comparada II	40	2
Cultura Brasileira	40	2
Informática e Produção Gráfica	80	4
Introdução à Fotografia Jornalística	40	2
Introdução à Fotografia Publicitária	40	2
Língua Portuguesa - Redação e Expressão Oral IV	80	4
Teoria e Método da Pesquisa em Comunicação	80	4
5º Termo		
Atividades Complementares V	40	-
Criação Publicitária I	80	4
Estatística Aplicada	40	2
Fotografia Publicitária	40	2
Introdução ao Marketing	40	2
Língua Portuguesa - Redação Publicitária I	80	4
Mídia	40	2
Pesquisa de Mercados	40	2
Planejamento de Campanha I	40	2
6º Termo		
Atividades Complementares VI	40	-
Criação Publicitária II	80	4

Língua Portuguesa - Redação Publicitária II	80	4
Marketing	80	4
Planejamento de Campanha II	40	2
Produção Publicitária em Mídia Impressa	40	2
Produção Publicitária e Rádio	40	2
Produção Publicitária em TV / Cinema	40	2
7º Termo		
Atividades Complementares VII	30	-
Administração em Publicidade e Propaganda	80	4
Atendimento e Planejamento de Comunicação	40	2
Comunicação, Educação E Novas Tecnologias	40	2
Ética e Legislação Publicitária	40	2
Língua Portuguesa - Redação Publicitária III	80	4
Mercadologia	40	2
Planejamento de Mídia	40	2
Produção em Multimídia	40	2
8º Termo		
Atividades Complementares VIII	30	-
Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda	360	20

Resumo da Carga Horária

Conteúdos de Formação	Hora-aula	Horas
Conteúdos de Formação Básica	1160	967
Conteúdos de Formação Profissional	2000	1666
Atividades Complementares		300
Total		2933

A carga horária do Curso atende à Resolução CNE/CES 02/2007 que prevê um mínimo de 2.700 horas, como também à Resolução CNE/CES 03/2007, que dispõe sobre o conceito de hora-aula.

O Curso deverá atender à Resolução CNE/CES 07/2018, que estabelece Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira, prevendo, no mínimo 10% do total da carga horária como atividades de extensão, as quais deverão fazer parte da matriz curricular.

Ementário das Disciplinas e Bibliografia básica e complementar encontram-se de fls. 33 a 95.

Manifestação da Comissão de Especialistas - fls. 167 a 184

Os Especialistas designados elaboraram o Relatório apresentado a seguir:

Contextualização do Curso, do Compromisso Social e da Justificativa:

“O curso encontra-se bem fundamentado e contextualizado nos documentos verificados pela comissão. O Projeto Político Pedagógico do Curso inicia apresentando a missão da instituição a qual reforça a promoção do ensino, da pesquisa e da extensão e a formação de profissionais éticos e destaca o compromisso da IES com o desenvolvimento econômico e social da cidade e região da Alta Paulista.

O curso está bem justificado em bases que apresentam o compromisso de formação do publicitário ético, reflexivo e dotado de visão crítica do mundo. Também consta a importância de oferecer formação no campo a Publicidade e Propaganda e da Comunicação à região da Alta Paulista.

No geral, a contextualização do curso, o compromisso social e a justificativa que constam no PPC do curso apresentados pela IES estão bem fundamentados e em conformidade com os critérios mínimos que devem ser observados em um Projeto Político Pedagógico e do Projeto Pedagógico de Curso. Ademais, nas reuniões realizadas com gestores, com a coordenadora, professores e alunos do curso foi possível notar a presença de tais posições.”

Objetivos Gerais e Específicos

“O objetivo geral apresentado no PPC do Curso destaca a viabilização da formação de profissionais voltados à produção publicitária conectado com a realidade. Já os específicos destacam além de dotar profissionais com a instrumentalidade necessárias às atividades da publicidade e propaganda, a ética e a participação como complementos à formação do aluno.

Destacamos, entretanto, a necessidade de atualização desses objetivos, na medida em que vivemos em uma era da comunicação impactada pelas tecnologias digitais. A formação de comunicadores, portanto, deverá estar amplamente integrada à essa realidade digital e em constante mudança.

É importante que a IES verifique o impacto que a tecnologia vem trazendo à região e, sobretudo, ao campo da Comunicação da Publicidade; entenda quais são as necessidades da região em consonância com as expectativas da sociedade e de seus alunos e adeque os objetivos do curso a eles.”

Currículo, Ementário e Bibliografias:

“O currículo pleno oferecido contempla de forma satisfatória disciplinas e conteúdos que oferecem aos estudantes uma formação humana e mais crítica sobre a realidade social e comunicacional. É apresentando a importância do oferecimento de disciplinas que possuem caráter teórico-prático, a preocupação com a formação crítica e humanística dos estudantes e formação técnica para sua inserção no mercado de trabalho. No PPC atual, o currículo pleno, o ementário, a sequência das disciplinas/atividades e Bibliografia Básica e Complementares estão adequados àquilo que está apresentado quanto a organização pedagógica e formação e perfil profissional. Assim como a carga horária e sua distribuição estão em consonância com a Resolução CNE/CES 16 (13/03/2002), bem como, com as DCNs de Comunicação Social e suas habilitações. Cumpre dizer que as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda aprovadas em 29/4/2020 (PARECER CNE/CES Nº: 146/2020) estão em fase de homologação.

Entretanto, destacamos que o currículo precisa ser atualizado, como também seus ementários, sequenciamento de disciplinas e as bibliografias básicas e complementar devem ser repensadas a partir de novos componentes digitais, da Sociedade da Informação e das necessidades sociais e ecológicas emergentes neste século e à luz das novas DCNs em vias de homologação. Embora o currículo matéria desta avaliação tenha feito sentido para formação de estudantes em Publicidade e Propaganda no século XX, a realidade deste século foi amplamente afetada pelas tecnologias digitais, pela internet e por novos arranjos técnicos e telemáticos, tais como: Inteligência Artificial, IoT, Metaverso, Gameficação, Plataformização etc.”

Ademais, cabe mencionar que no Relatório produzido em 2016 para Renovação de Reconhecimento, a Comissão de Especialistas fez as seguintes recomendações ao Curso:

‘Reformulação/atualização do Projeto Pedagógico do Curso contemplando o contexto da IES, sua inserção local e regional e demandas específicas do curso. Considerando que se trata de um terceiro processo de renovação de reconhecimento, deve-se atentar para:

- a) Definição de estratégias, mecanismos e práticas para flexibilização e relações interdisciplinares;
- b) Atualização dos componentes curriculares contemplando demandas específicas da área de Publicidade e Propaganda, inclusive elementos teórico-conceituais e práticos que se dirijam à produção/veiculação de conteúdos digitais e multiplataformas, bem como atualização de referências bibliográficas;
- c) Definição/caracterização e diferenciação entre Estágio Extracurricular, Atividades Complementares e Atividades de Extensão, bem como os respectivos regulamentos, mecanismos de orientação, acompanhamento, supervisão e coordenação.”

Matriz Curricular:

“No PPC atual a matriz curricular encontra-se razoavelmente em consonância às competências esperadas para atingir o perfil do egresso descrito nas DCNs, mas reforçamos a necessidade de sua atualização. Foi claramente identificado a partir das reuniões e conversas mantidas com os vários públicos ligados ao curso e da leitura atenta aos documentos que há um esforço, por parte do curso, em promover metodologias ativas, eventos e de inserir os estudantes no leque de oportunidades de pesquisa e extensão oferecidas pela IES, inclusive em parceria com outros cursos. Da mesma forma, os gestores ligados ao curso têm consciência da necessidade de atualizar a matriz curricular cujo impacto espera-se reverberar na quantidade de egressos anualmente.”

No entanto, não devemos deixar de mencionar que a atualização da matriz curricular já foi mencionada na avaliação anterior, conforme segue excerto do Relatório de 2016:

‘Verifica-se, entretanto, a necessidade de revisão do PPP para atualização da matriz curricular no que se refere às demandas contemporâneas do campo da Comunicação e de Publicidade e Propaganda, especialmente referente à aquisição de habilidades voltadas aos meios digitais e ambientes de convergência tecnológica.”

Metodologias de Aprendizagem:

“Foi possível notar que o PPC contempla metodologias de aprendizagem voltadas ao desenvolvimento dos estudantes a partir da lógica teoria-prática, sobretudo, destaca algumas disciplinas em que os estudantes terão oportunidade de se valer de atividades práticas (pgs. 31 e 32). Já as experiências diversificadas ligadas ao ensino e aprendizagem são amplamente incentivadas pela IES, inclusive, há uma integração entre atividades que são desenvolvidas pelos estudantes com de outros cursos e na utilização de espaços institucionais, tais como rádio e TV da IES.”

Trabalho de Conclusão de Curso:

“A elaboração de Projeto Experimental em Publicidade e Propaganda, como Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), é prevista no Projeto Pedagógico de Curso e confirmado em reunião com os docentes. Os alunos realizam o Planejamento de uma Campanha Publicitária para um cliente real, passando por todas as etapas de um TCC de cunho prático e profissional - adequado à formação de publicitário.

O regulamento dispõe dos critérios para a orientação da apresentação escrita, da entrega e da apresentação oral para a banca examinadora. O TCC é regido de acordo com as recomendações das

Diretrizes Curriculares Nacionais para Publicidade e Propaganda e atende os critérios de procedimentos, mecanismos de avaliação e orientação.

E como atividades complementares, o curso oferece minicursos, mesas-redondas, seminários, congressos, ciclos de palestras e visitas técnicas. O Projeto Experimental é apresentado aos docentes do Curso Avaliado.”

Funcionamento do Curso:

“O Curso possui turno noturno e é adequado à realidade da região, bem como, atende às realidades de vida dos alunos, que em reunião com os discentes foi relatado, que os estudantes exercem atividades profissionais durante o dia.

O regime de matrícula, formas de ingresso, taxas de Continuação no tempo mínimo e máximo de integralização e Formas de Acompanhamento dos Egressos também estão adequados às necessidades do público que atendem e estão em consonância às DCNs. Não obstante, o curso apresenta um sério problema de preenchimento das vagas. Em reunião com os alunos, os especialistas se depararam com uma realidade de 8 estudantes do 2º ano do curso, sendo que eles são o total de alunos existentes em todo o curso. Ingressantes no ano de 2020, relataram que desde 2016 o curso de Publicidade e Propaganda não consegue fechar turmas, sendo eles a única turma existente, confirmado com gestores e professores do curso. Embora esses estudantes tenham destacados pontos positivos essenciais sobre o curso, sobretudo relacionados aos gestores, professores e funcionários, cabe mencionar a preocupação sobre o futuro do curso cuja demanda baixa inviabiliza a abertura de novas turmas. Essa questão precisa ser discutida de forma emergencial a fim de se buscar uma solução. A realidade de baixa demanda do curso atualmente e a forma como está funcionando pode comprometer a formação dos alunos, na medida em que não há sociabilidade com estudantes de outros anos e aos professores que não podem se planejar em relação às suas aulas.”

Sistema de Avaliação do Curso:

“No PPC (pgs. 117-118) contempla de forma bem clara e adequada formas de avaliação do curso, sendo esta realizada pela CPA que em reunião apresentou a sistemática de avaliação, as atas de reunião e os resultados das últimas avaliações. Foi possível observar que esses resultados foram muito positivos e contemplavam uma ampla gama de perguntas relacionadas ao corpo docente, gestores, infraestrutura, dentre outros.

Já a avaliação de ensino e aprendizagem estão bem organizadas, claras e objetivas.

Os critérios e indicadores foram bem apresentados.

Os alunos com os quais conversamos iniciaram as aulas presenciais neste ano, sendo que estão vivenciando os ambientes físicos do curso muito recentemente e, portanto, em uma próxima avaliação seja mais adequado relatar esse processo de forma mais precisa.”

Atividades Relevantes:

Os Especialistas relacionam as atividades desenvolvidas pelos alunos do Curso nos anos de 2017 a 2022. Informam que não foram apresentadas no Projeto Pedagógico, a Produção Científica e Iniciação Científica; e que Congressos, Eventos e demais atividades foram amplamente desenvolvidos pelo Curso.

Avaliações Institucionais e outras Avaliações:

“(…)

A CPA realiza pesquisa institucional e faz levantamento de informações acerca da infraestrutura, da avaliação de cursos, do processo de ensino-aprendizado entre alunos e docentes e demais aspectos que impactam e são de relevância no PDI e nos PPC's dos Cursos, incluso aqui o Curso Avaliado por esta Comissão.

A CPA reformulou recentemente o questionário para melhor adequar as informações levantadas, sobretudo, em razão do período pandêmico que a Instituição passou.

Não ficou claro sobre as ações propostas pela CPA junto à IES e ao curso específico de Publicidade e Propaganda.

A CPA realizou um levantamento sobre uma mudança na avaliação dos cursos, incluindo Avaliação Integrada entre disciplinas para mensurar o aprendizado dos estudantes e verificar a mudança no sistema avaliativo da Instituição.”

Recursos Educacionais de Tecnologia da Informação:

“Os Recursos Educacionais de Tecnologia da Informação são previstos no Projeto Pedagógico de Curso (PPC).

No âmbito interno da Instituição existem laboratórios com máquinas suficientes, softwares e sinal de Internet que atendem às necessidades do Curso Avaliado, contando com técnico especializado.

No âmbito externo durante o período das aulas remotas, em virtude da pandemia, a Instituição qualificou os docentes e disponibilizou aplicativo, como o *Google Meet*, para que as aulas fossem ministradas remotamente, o que foi bastante enfatizado pelos professores e alunos, destacando a qualidade das aulas remotas.”

Docentes e Coordenador:

Os Especialistas constataram que a Coordenadora do Curso possui experiência nas áreas de Comunicação, Educação e particularmente em Publicidade e Propaganda. Seu regime de trabalho é horista.

Os docentes apresentam aderência às disciplinas lecionadas, e desenvolvem suas atividades em regime horista.

Segundo os Especialistas, a aderência da formação docente está compatível com a Deliberação 145/2016.

Plano de Carreira:

Há Plano de Carreira implantado. Todos os docentes são concursados e estão no regime de trabalho CLT.

Infraestrutura Física, dos Recursos e do acesso a Redes de Informação (Internet e Wi-fi):

Os Especialistas consideram que os laboratórios e a estrutura de equipamentos são suficientes para o número de vagas e atendem plenamente à necessidade do Curso.

Biblioteca:

Os Especialistas descrevem que a Biblioteca possui salas de estudos com internet todas com wi-fi, que o acesso ao acervo é livre; número de funcionários, horário de funcionamento. As bibliografias básica e complementar foram consideradas compatíveis com as disciplinas do Curso.

Funcionários Administrativos:

Segundo os Especialistas, os funcionários possuem formação e conhecimento técnico para atuação. A Bibliotecária possui ampla experiência na área. Os técnicos que atuam nos laboratórios e estúdios fotográficos apresentam adequação em sua formação e são em número suficiente para atender à demanda dos alunos.

O técnico de laboratório de informática possui formação na área e experiência profissional e acadêmica para suprir as necessidades dos laboratórios.

Os funcionários da Secretaria têm formação e experiência.

Recomendações realizadas no último Parecer de Renovação do Curso:

“Das recomendações feitas no parecer anterior, datado de 2016 (PROCESSO CEE No 683/2006), a maioria delas foi satisfatoriamente ou parcialmente providenciadas. Entretanto, devemos chamar a atenção para a reformulação do PPC, conforme excerto retirado do próprio relatório

‘1. Reformulação/atualização do Projeto Pedagógico do Curso contemplando o contexto da IES, sua inserção local e regional e demandas específicas do curso. Considerando que se trata de um terceiro processo de renovação de reconhecimento, deve-se atentar para:

- a) Definição de estratégias, mecanismos e práticas para flexibilização e elações interdisciplinares;
- b) Atualização dos componentes curriculares contemplando demandas específicas da área de Publicidade e Propaganda, inclusive elementos teórico-conceituais e práticos que se dirijam à produção/veiculação de conteúdos digitais e multiplataformas, bem como atualização de referências bibliográficas;
- c) Definição/caracterização e diferenciação entre Estágio Extracurricular, Atividades Complementares e Atividades de Extensão, bem como os respectivos regulamentos, mecanismos de orientação, acompanhamento, supervisão e coordenação.’

Este item não foi realizado e a principal justificativa é de que o Curso aguarda as novas DCNs de Publicidade e Propaganda para reformular o PPC.”

Manifestação Final dos Especialistas:

“Esta Comissão de Especialistas analisou a solicitação de Renovação do Reconhecimento do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda – do Centro Universitário de Adamantina (Processo CEE No 2021/00454), mediante análise de documentos do CEE e da Instituição, além de visita às instalações da IES e do curso no dia 23 de março de 2022, reuniões com a gestão acadêmica, coordenadora, Núcleo Docente Estruturante, Comissão Própria de Avaliação, docentes e discentes do curso e corpo técnico-administrativo. Considerando as informações constantes nos documentos da IES e do curso e informações colhidas nas reuniões de trabalho e, ainda, normativas do Conselho Estadual de Educação e Diretrizes Curriculares Nacionais para os cursos de Comunicação e suas Habilitações, esta Comissão de Especialistas considera que o curso de

Comunicação Social – Publicidade e Propaganda - do Centro Universitário de Adamantina apresenta um perfil suficiente e manifesta-se pela Renovação do Reconhecimento.”

Por fim, os Especialistas foram favoráveis à Renovação do Reconhecimento do Curso de Comunicação Social - Habilitação Publicidade e Propaganda, do Centro Universitário de Adamantina.

Considerações Finais

A Instituição **não** se atentou ao regramento legal (art. 47, da Del. CEE 171/2019), deixando de requerer a renovação do reconhecimento do Curso a tempo.

A Instituição deixou de atender à recomendação apresentada pela Comissão de Especialistas, quando do Ciclo Avaliativo de 2016 (reformulação do PPC) alegando, em síntese, que “*aguarda as novas DCNs de Publicidade e Propaganda para reformular o PPC.*”, esquecendo-se, no entanto, que algumas das recomendações apresentadas **poderiam e deveriam** ter sido implementadas, até mesmo em busca de uma melhoria do curso.

As recomendações, ignoradas pela IES, no Ciclo Avaliativo de 2016, apontadas e reiteradas no mesmo, assim foram explanadas:

“1. Reformulação/atualização do Projeto Pedagógico do Curso contemplando o contexto da IES, sua inserção local e regional e demandas específicas do curso. Considerando que se trata de um terceiro processo de renovação de reconhecimento, deve-se atentar para:

- a) Definição de estratégias, mecanismos e práticas para flexibilização e elações interdisciplinares;
- b) Atualização dos componentes curriculares contemplando demandas específicas da área de Publicidade e Propaganda, inclusive elementos teórico-conceituais e práticos que se dirijam à produção/veiculação de conteúdos digitais e multiplataformas, bem como atualização de referências bibliográficas;
- c) Definição/caracterização e diferenciação entre Estágio Extracurricular, Atividades Complementares e Atividades de Extensão, bem como os respectivos regulamentos, mecanismos de orientação, acompanhamento, supervisão e coordenação.”

Os indicativos de “demanda do curso”, assim como o de “alunos matriculados e formados”, deixam evidente que o Curso precisa ser “repensado” (ou, melhor, deva ser aprimorado com as recomendações apresentadas e reiteradas).

2. CONCLUSÃO

2.1 Aprova-se, com fundamento na Deliberação CEE 171/2019, o pedido de Renovação do Reconhecimento do Curso de Comunicação Social - Habilitação Publicidade e Propaganda, oferecido pelo Centro Universitário de Adamantina, pelo prazo de três anos.

2.2 A Instituição deverá observar as recomendações dos Especialistas, como oportunidade de melhoria para o próximo ciclo avaliativo.

2.3 Convalidam-se os atos acadêmicos praticados no período em que o Curso permaneceu sem reconhecimento.

2.4 A presente renovação de reconhecimento tornar-se-á efetiva por ato próprio deste Conselho, após a homologação do presente Parecer pela Secretaria de Estado da Educação.

São Paulo, 16 de maio de 2022.

a) Cons. Cláudio Mansur Salomão
Relator

3. DECISÃO DA CÂMARA

A CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR adota, como seu Parecer, o Voto do Relator.

Presentes os Conselheiros Bernardete Angelina Gatti, Cláudio Mansur Salomão, Décio Lencioni Machado, Eduardo Augusto Vella Gonçalves, Hubert Alquéres, Iraíde Marques de Freitas Barreiro, Jacintho Del Vecchio Junior e Rose Neubauer.

Sala da Câmara de Educação Superior, 18 de maio de 2022.

a) Cons. Hubert Alquéres
Presidente

DELIBERAÇÃO PLENÁRIA

O CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO toma conhecimento, da decisão da Câmara de Educação Superior, nos termos do Voto do Relator.

Sala “Carlos Pasquale”, em 25 de maio de 2022.

Consª Ghisleine Trigo Silveira
Presidente

PARECER CEE 203/2022	-	Publicado no DOE em 26/05/2022	-	Seção I	-	Página 23
Res. Seduc de 27/05/2022	-	Publicada no DOE em 31/05/2022	-	Seção I	-	Página 27
Portaria CEE-GP 276/2022	-	Publicada no DOE em 01/06/2022	-	Seção I	-	Página 32