



CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO

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

PROCESSO	CEESP-PRC-2021/00454
INTERESSADO	Centro Universitário de Adamantina
ASSUNTO	Renovação do Reconhecimento do Curso de Comunicação Social - Habilitação Publicidade e Propaganda
RELATOR	Cons. Cláudio Mansur Salomão
PARECER CEE	Nº 281/2025 CES "D" Aprovado em 05/11/2025 Comunicado ao Pleno em 12/11/2025

CONSELHO PLENO

1. RELATÓRIO

1.1 HISTÓRICO

O Reitor do Centro Universitário de Adamantina, encaminha a este Conselho, pelo Ofício 65/2024, protocolado em 28/08/2024, pedido de Renovação do Reconhecimento do Curso de Comunicação Social - Habilitação Publicidade e Propaganda, oferecido pelo Centro Universitário de Adamantina, nos termos da Deliberação CEE 171/2019 – fls. 228.

Recredenciamento	Parecer CEE 17/2022 e Portaria CEE-GP 48/2022, publicada no DOE em 08/02/2022, pelo prazo de cinco anos
Direção	Prof. Dr. Alexandre Teixeira de Souza – 07/01/2021 a 06/07/2025
Renovação do Reconhecimento	Parecer CEE 203/2022 e Portaria CEE-GP 276/2022, publicada no DOE em 01/06/2022, pelo prazo de três anos

A solicitação de Renovação do Reconhecimento do Curso foi realizada dentro do prazo estabelecido pelo art. 47 da Deliberação CEE 171/2019.

O processo foi despachado para Assessoria Técnica para análise preliminar e foi encaminhado à CES em 25/11/2024, para indicação de Especialistas. A Portaria CEE-GP 473, de 11 de dezembro de 2024, designou os Especialistas Profs. Bárbara Regina Lopes Costa e Milton Pelegrini para elaboração de Relatório Circunstanciado sobre o Curso em pauta – fls. 415.

No entanto, em 29/01/2025 o Prof. Milton Pelegrini, declinou do convite se declarando impossibilitado de realizar o trabalho por motivo de saúde.

Posteriormente, a Portaria CEE-GP 37, de 12/02/2025, designou o Prof. Gino Giacomini Filho para integrar a Comissão no lugar do Prof. Milton Pelegrini - fls. 418.

A visita *in loco* foi agendada para os dias **16 e 18/03/2025**.

O Relatório dos Especialistas foi juntado aos autos **26/03/2025** e em **04/04/2025** foram encaminhados à AT para informar.

A Assessoria Técnica baixou em diligência, por meio do Ofício 90/2025, solicitando o envio do quadro de docentes atualizado. A Instituição respondeu por meio do Ofício 19, enviado em 08/04/2025, cujas informações constam de fls. 449 a 455.

Os autos foram a mim distribuídos em 16/04/2025.

1.2 APRECIÇÃO

Com base na norma em epígrafe, nos documentos apresentados pela Instituição e no Relatório da Comissão de Especialistas, assim foi informado pela AT:

Responsável pelo Curso: Prof^o. Dra. Ieda Cristina Borges, possui Doutorado em Ciências (Faculdade de Saúde Pública) pela Universidade de São Paulo, USP, Mestrado em Comunicação pela Universidade de Marília, UNIMAR, Especialização em História e Mídia pelo Centro Universitário de Adamantina, UNIFAI, Especialização em Uso Estratégico das Tecnologias em Informação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, Especialização em Didática do Magistério Superior pela Faculdade do Clube Náutico Mogiano, FCNM e Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, ocupa o cargo de Coordenadora do curso.



CEESP/PIC/2025/00307

Dados Gerais

Horários de Funcionamento:	Noturno: das 19h20 min às 22h50 min, de segunda à sexta-feira.
Duração da hora/aula:	50 minutos
Carga horária total do Curso:	2.713 horas
Número de vagas oferecidas:	Noturno: 50 vagas anuais
Tempo para integralização:	Mínimo: 08 semestres Máximo: 12 semestres

Caracterização da Infraestrutura Física da Instituição reservada para o Curso

Instalação	Quantidade	Capacidade	Observações
Salas de aula	05	60 alunos por sala	Campus II
Laboratório de Informática	11	50 alunos por Lab.	Campus II
Biblioteca	01	1.100 m ²	Campus II
Auditório	01	700 alunos	Campus II

Biblioteca

Tipo de acesso ao acervo	Livre
É específica para o Curso	Não
Total de livros para o Curso	Títulos: 1023 Exemplares: 2652
Periódicos	-
Videoteca/Multimídia	10
Teses	3
Outros	88
Acervo Digital	
Minha Biblioteca Sociais Aplicadas	5385

Corpo Docente

Docente	Titulação Acadêmica	Disciplina
1. Ana Laís Gazola Ferracini	Mestrado em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina, UEL Especialização em Comunicação com o Mercado pela Universidade Estadual de Londrina, UEL Graduação em Pedagogia pelo Centro Universitário de Jales, UNIJALES Graduação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Adamantina, UNIFAI	- Introdução à Publicidade e Propaganda - Marketing - Planejamento e produção de Eventos - Criatividade e Inovação - Gestão de Marcas - Marketing Digital - Gestão em Redes Sociais - Trade Marketing
2. André Mendes Garcia	Pós-Doutorado pela Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira, UNESP-FEIS Doutorado em Engenharia Elétrica pela Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira, UNESP-FEIS Mestrado em Engenharia Mecânica pela Faculdade de Engenharia de Ilha Solteira, UNESP-FEIS Especialização em Métodos Quantitativos Aplicados pela Faculdades Adamantinenses Integradas, FAI Graduação em Tecnologia em Processamento de Dados pelas Faculdades Adamantinenses Integradas, FAI	- Informática Aplicada - Diagramação Digital
3. André Rosa	Mestrado profissional em Educação pela Faculdade de Tecnologia e Ciências, Fatec Especialização em Psicopedagogia pela Universidade Estadual de Maringá, UEM Especialização em Pós-graduação Latu Sensu em Educação Especial pelo Instituto Rhema Educação – Faculdades do Centro do Paraná, UCP Especialização em Educação a Distância pela Eadcon Especialização em Metodologias Inovadoras Aplicadas em Educação pelo Centro Universitário Internacional, UNINTER Graduação em Pedagogia pelas Faculdades Integradas do Piauí, FAERPI Graduação em Letras – Inglês pela Faculdade de Jandaia do Sul, FAFIJAN	- Inglês Instrumental
4. Antonio Carlos Bassio Haddad	Mestrado em Ciências da Comunicação Social pela Universidade Pontifícia Salesiana, UPS com título reconhecido pela PUC Graduação em Ciências da Comunicação Social pela Universidade Pontifícia Salesiana, UPS com título revalidado pela UNESP	- Sociologia da Comunicação - Antropologia - Produção Sonora e Audiovisual Multimeios - Tecnologia da Informação e Transformação Digital - Storytelling e Transmídia
5. Enio Garbelini	Pós-Doutorado pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP Doutorado em Engenharia Elétrica pela Universidade Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP Mestrado em Matemática Aplicada pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, UFRGS Especialização em Matemática Superior pela Universidade Estadual de Londrina, UEL Graduação em Matemática pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP	- Estatística



6.Fúlvia de Souza Veronez	Doutorado em Ciências da Reabilitação pela Universidade de São Paulo, USP Mestrado em Ciências da Reabilitação pela Universidade de São Paulo, USP Especialização em Psicologia Clínica e Hospitalar pelo Hospital de Reabilitação de Anomalias Craniofaciais, HRAC Graduação em Psicologia pelo Centro Universitário Sagrado Coração, UNISAGRADO	- Comportamento e Cultura do Consumidor
7.Ieda Cristina Borges	Doutorado em Ciências (Faculdade de Saúde Pública) pela Universidade de São Paulo, USP. Mestrado em Comunicação pela Universidade de Marília, UNIMAR, Especialização em História e Mídia pelo Centro Universitário de Adamantina, UNIFAI Especialização em Uso Estratégico das Tecnologias em Informação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP Especialização em Didática do Magistério Superior pela Faculdade do Clube Náutico Mogiano, FCNM Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP	- Teoria da Comunicação - Língua Portuguesa – Redação e Expressão Oral - Redação Publicitária – Linguagem - Redação Publicitária – Práticas de Texto - Análise do Discurso - Metodologia da Pesquisa em Comunicação - Comunicação Pública - Empreendedorismo - Administração em Empresa de Publicidade e Propaganda - Trabalho de Conclusão de Curso I e II - Comunicação Corporativa e Evolução Digital
8.José Ricardo Pires de Moraes	Especialização em Redes Estruturadas de Computadores pela Faculdade Focus, FFOCUS Especialização em Segurança da Informação pela Faculdade Focus, FFOCUS Especialização em Informática e Matemática Aplicada pelo Centro Universitário de Adamantina, UNIFAI Graduação em Processamento de Dados pelo Centro Universitário de Adamantina, UNIFAI	- Informática Aplicada - Design e Produção Gráfica
9.Lilian Pacchioni Pereira de Sousa	Doutorado em Educação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP Mestrado em Educação, Administração e Comunicação pela Universidade São Marcos, UNIMARCO Especialização em Tecnologias para a Educação a Distância pelo Centro Universitário Católico Auxilium, UNISALESIANO Graduação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela Faculdade Cásper Líbero, FCL	- Introdução à Publicidade e Propaganda - Semiótica - Promoção de Vendas e Merchandising - Pesquisa de Mercado - Projeto Integrado I, II e III - Planejamento de Mídia - Planejamento de Campanha - Atendimento e Planejamento em Comunicação - Ética e Legislação em PP - Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing
10.Marcos Martinelli	Doutorado em História pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP Mestrado em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, PUC Graduação em História pela Universidade Estadual de Campinas, UNICAMP	- Fundamentos Políticos e Econômicos Brasileiros
11.Tânia Silvia Tadini Esteves	Mestrado em Design pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP Especialização em Pós-Graduação em Docência do Ensino Superior pelas Faculdades Integradas de Angeles, UCESP Graduação em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário Moura Lacerda, CUML	- Estética e Cultura de Massa
12.Tiago Ferreira Lima de David	Mestrado em Comunicação pela Universidade Paulista, UNIP Graduação em Comunicação Social Publicidade e Propaganda pelas Faculdades Adamantinenses Integradas, FAI	- Fotografia - Fotografia Publicitária - Direção de Arte - Criação Publicitária I, II e III

Obs.: a titulação docente acima descrita foi atualizada em consulta à Plataforma Lattes.

A IES possui Plano de Carreira do Magistério de Ensino Superior, aprovado pela Lei Complementar 14, de 26/03/99, do Município de Adamantina.

Regime de contratação: Horista

Classificação da Titulação segundo a Deliberação CEE 145/2016

Titulação	Quantidade	Porcentagem
Especialistas	1	8%
Mestres	5	42%
Doutores	6	50%
Total	12	100%

Observe-se que no Quadro Docente atualizado às fls. 451, consta uma observação sobre um docente que está temporariamente afastado.

A relação dos docentes, apresentado pela Instituição, demonstra que o corpo docente é constituído por 6 (seis) Doutores, sendo 2 com Pós-Doutorado, 5 (cinco) Mestres e 1 (um) Especialista.

Quanto à titulação, o Corpo Docente atende à Deliberação CEE 145/2016, que estabelece:



"Art. 1º Estão autorizados a exercer a docência nos cursos superiores, os docentes que alternativamente:
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.

(...)

Art. 2º Nos processos de credenciamento e credenciamento institucionais, os percentuais mínimos de docentes previsto no inciso I do artigo 1º são:

(...)

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."

Corpo Técnico disponível para o Curso

Tipo	Quantidade	Descrição
Pró-Reitorias	1	Pró-Reitor de Ensino
	1	Pró-Reitor de Pesquisa e Pós-Graduação
	1	Pró-Reitor de Extensão
Diretorias	1	Diretor Administrativo
	1	Diretor Financeiro
	1	Diretor de Comunicação
Procuradoria Jurídica	1	Procurador Jurídico
	1	Advogado
	3	Escriturários
	1	aprendiz
Secretaria Acadêmica	1	Secretária Acadêmica
	1	Encarregada de Expediente
Laboratórios de Informática	4	Analistas de Sistemas e Redes
	7	Auxiliares de Computação
	1	Estagiário
Biblioteca	2	Bibliotecários
	1	Auxiliar de Bibliotecário
	5	Escriturários
	1	Estagiário
Secretaria do Curso	1	Escriturário

Demanda do Curso nos últimos Processos Seletivos

Período	Vagas			Candidatos			Relação candidato/vaga		
	Manhã	Tarde	Noite	Manhã	Tarde	Noite	Manhã	Tarde	Noite
2022	50	-	50	-	-	18	-	-	0,36
2023	-	-	50	-	-	16	-	-	0,32
2024	-	-	50	-	-	28	-	-	0,56

Demonstrativo de Alunos Matriculados e Formados no Curso

Semestre	Matriculados									Egressos		
	Ingressantes				Demais séries		Total					
	Manhã	Tarde	Noite	Manhã	Tarde	Noite	Manhã	Tarde	Noite	Manhã	Tarde	Noite
2022/1	-	-	-	-	-	08	-	-	08	-	-	-
2022/2	-	-	-	-	-	05	-	-	05	-	-	-
2023/1	-	-	-	-	-	05	-	-	05	-	-	-
2023/2	-	-	-	-	-	05	-	-	05	-	-	-
2024/1	-	-	18	-	-	05	-	-	23	-	-	-
2024/2	-	-	-	-	-	05	-	-	23	-	-	-

Matriz Curricular

Estrutura Curricular		CH das Disciplinas de Formação Didático-Pedagógica		
1º Termo				
Disciplinas	CH h/a 50 min	CH Semanal	Extensão	
Fotografia	40	2	X	
Informática Aplicada	40	2	-	
Inglês Instrumental	40	2	-	
Teoria da Comunicação	80	4	-	
Introdução à Publicidade e Propaganda	80	4	-	
Língua Portuguesa – Redação e Expressão Oral	80	4	-	
Estética e Cultura de Massa	40	2	-	
Total	400			
2º Termo				
Sociologia da Comunicação	40	2	-	
Semiótica	40	2	-	
Redação Publicitária – Linguagem	80	4	-	
Design e Produção Gráfica	80	4	-	
Criatividade e Inovação	80	4	-	
Comportamento e Cultura do Consumidor	40	2	-	



Fundamentos Políticos e Econômicos Brasileiros	40	2	-
Total	400		
3º Termo			
Redação Publicitária – Práticas de Texto	80	4	-
Marketing	80	4	-
Planejamento e Produção de Eventos	40	2	-
Ética e Legislação em Publicidade	40	2	-
Storytelling e Trasmídia	80	4	-
Promoção de Vendas e Merchandising	40	2	-
Antropologia	40	2	-
Total	400		
4º Termo			
Produção Sonora e Audiovisual Multimeios	80	4	-
Estatística	40	2	-
Criação Publicitária I	80	4	-
Análise do Discurso	40	2	-
Planejamento Estratégico de Comunicação e Marketing	80	4	-
Metodologia da Pesquisa em Comunicação	40	2	-
Tecnologia da Informação e Transformação Digital	40	2	-
Total	400		
5º Termo			
Gestão de Marcas	40	2	-
Marketing Digital	80	4	-
Criação Publicitária II	80	4	-
Pesquisa de Mercado	40	2	-
Gestão em Redes Sociais	40	2	-
Comunicação Pública	80	4	-
Planejamento de Campanha	40	2	-
Total	400		
6º Termo			
Projeto Integrado I	80	4	X
Criação Publicitária III	80	4	-
Empreendedorismo	40	2	-
Trade Marketing	40	2	-
Fotografia Publicitária	80	4	X
Atendimento e Planejamento em Comunicação	40	2	-
Diagramação Digital	40	2	-
Total	400	-	-
7º Termo			
Projeto Integrado II	80	4	X
Direção de Arte	80	4	-
Planejamento de Mídia	80	4	-
Administração em Empresa de Publicidade e Propaganda	40	2	-
Comunicação Corporativa e Evolução Digital	40	2	-
Trabalho de Conclusão I	80	4	-
Total	400	-	-
8º Termo			
Projeto Integrado III	80	4	X
Trabalho de Conclusão de Curso II	80	4	-
Optativa	80	4	-
Total	240	-	-
Atividades Complementares	180	-	-
Total	180	-	-

Demonstrativo da Carga Horária

Componentes Curriculares	Carga Horária (h/a 50 min)	Carga Horária (horas)	Inclui Extensão (horas relógio)
Disciplinas	3.050	2533	300
Atividades Complementares	-	180	-
Total de Horas		2713	300 (11%)

Conforme análise dos Especialistas, o PPC está compatível com:

- Resolução CNE/CES 2/2007, que dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial, prevendo para o curso de Comunicação Social um mínimo de 2.700 horas;
- Resolução CNE/CES 03/2007, que dispõe sobre procedimento a serem adotados quanto ao conceito de hora-aula, e dá outras providências;
- Resolução CNE/CES 07/2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira e regimenta o disposto na Meta 12.7 da Lei 13.005/2014, que aprova o Plano Nacional de Educação – PNE 2014-2024 e dá outras providências;



- Deliberação CEE 216/2023, que dispõe sobre a curricularização da extensão nos cursos de graduação das Instituições de Ensino Superior vinculadas ao Sistema de Ensino do Estado de São Paulo;
- Parecer CNE/CES 146/2020, diretrizes curriculares do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda (não homologado);
- Parecer CNE/CES 492/2001, aprova as diretrizes curriculares dos cursos de Arquivologia, Biblioteconomia, Ciências Sociais - Antropologia, Ciência Política e Sociologia, Comunicação Social, Filosofia, Geografia, História, letras, Museologia e Serviço Social.

Do Projeto de Extensão – fls. 301 a 307

Nome da Disciplina	Termo	Carga Horária de Extensão Hora/aula
Projeto Integrador I	6º	80
Projeto Integrador II	7º	80
Projeto Integrador III	8º	80
Fotografia	1º	40
Fotografia Publicitária	6º	80
Total		360

► Projeto Integrador I

Prospecção de Instituições: os alunos serão orientados a realizar a prospecção de instituições, entendendo suas necessidades, objetivos e características específicas. Isso envolve a pesquisa e análise de empresas, agências, organizações ou entidades que possam servir como parcerias ou clientes em projetos de comunicação e marketing.

Planejamento de Projetos: os alunos aprenderão a elaborar o planejamento estratégico de projetos de comunicação e marketing, considerando: objetivos, público-alvo, mensagens-chave, canais de comunicação e métricas de avaliação de resultados.

Projetos Integrados de Comunicação e Marketing: serão exploradas as práticas de integração de diferentes ferramentas e estratégias de comunicação, como publicidade, propaganda, marketing digital, relações-públicas, entre outras, para criar campanhas e ações de comunicação coesas e eficazes.

Pesquisa, Análise e Interpretação de Dados sobre o mercado: os alunos serão capacitados a realizar pesquisas de mercado, coletar e analisar dados relevantes para embasar as estratégias de comunicação e marketing, e interpretar esses dados para embasar as decisões estratégicas.

Planejamento de Mídia: compreende o desenvolvimento de planos de mídia adequados aos objetivos de comunicação, considerando os diferentes meios e canais disponíveis, como TV, rádio, internet, redes sociais, entre outros.

Processos de Pré-produção, Produção e Finalização de Peças Impressas e Audiovisuais: os alunos terão a oportunidade de conhecer e vivenciar os processos de criação de peças publicitárias, desde a concepção até a produção final, incluindo aspectos técnicos, criativos e de gestão de projetos.

► Projeto Integrador II

Prospecção de Instituições: os alunos continuarão a prática de prospecção de instituições, aprofundando a análise e compreensão das necessidades e características específicas de possíveis parceiros ou clientes na área de comunicação e marketing.

Planejamento de Projetos: será enfatizado o aprimoramento do planejamento estratégico de projetos de comunicação e marketing, incluindo a definição clara de objetivos, estratégias de comunicação, recursos necessários e cronograma de atividades.

Projetos Integrados de Comunicação e Marketing: os alunos terão a oportunidade de desenvolver projetos integrados mais complexos, envolvendo múltiplos canais e ferramentas de comunicação, como campanhas 360 graus, eventos, ações de marketing de conteúdo, entre outros.

Pesquisa, Análise e Interpretação de Dados sobre o mercado: será aprofundada a prática de pesquisa de mercado, com foco na coleta, análise e interpretação de dados relevantes para embasar as estratégias de comunicação e marketing.

Planejamento de Mídia: os alunos aprenderão a desenvolver planos de mídia mais complexos e abrangentes, considerando: diferentes públicos-alvo, objetivos de comunicação e orçamento disponível.

Processos de Pré-produção, Produção e Finalização de Peças Impressas e Audiovisuais: continuarão os processos práticos de criação de peças publicitárias, com maior ênfase na gestão de projetos, coordenação de equipe e controle de qualidade.

► Projeto Integrador III

Prospecção de Instituições: os alunos irão aprofundar a prática de prospecção de instituições, buscando parcerias estratégicas e oportunidades de projetos inovadores na área de comunicação e marketing.

Planejamento de Projetos: será enfatizada a elaboração de planejamentos estratégicos detalhados, considerando: aspectos como público-alvo, objetivos SMART, estratégias de comunicação integrada, recursos necessários e avaliação de resultados.

Projetos Integrados de Comunicação e Marketing: os alunos terão a oportunidade de desenvolver projetos integrados de grande escala e impacto, envolvendo múltiplos canais e ferramentas de comunicação, como campanhas de lançamento de produtos, ações de branding, eventos corporativos, entre outros.



Pesquisa, Análise e Interpretação de Dados sobre o mercado: será aprofundado o conhecimento em métodos de pesquisa de mercado avançados, incluindo técnicas de coleta de dados primários e secundários, análise estatística e interpretação estratégica dos resultados.

Planejamento de Mídia: os alunos serão desafiados a desenvolver planos de mídia sofisticados e eficientes, utilizando ferramentas de análise de mercado, segmentação de público, otimização de investimentos e mensuração de resultados.

Processos de Pré-produção, Produção e Finalização de Peças Impressas e Audiovisuais: os alunos terão a responsabilidade de gerenciar todas as etapas dos processos de criação de peças publicitárias, desde a concepção até a entrega final, garantindo a qualidade, eficiência e impacto das produções.

► **Disciplina Fotografia**

Oficinas Práticas: promover oficinas onde os alunos possam oferecer atividades sobre técnicas fotográficas, desde o básico até técnicas mais avançadas de manipulação de câmera e iluminação.

Exposições Fotográficas: planejamento e organização de exposições fotográficas, onde possam apresentar seus trabalhos não apenas à comunidade acadêmica, mas também ao público local. Isso pode incluir a curadoria de suas próprias exposições ou a participação em exposições maiores.

Documentação Fotográfica de Eventos Universitários: oportunidade de documentar eventos universitários, como palestras, festivais e conferências, o que pode ajudar a desenvolver suas habilidades em fotografia de eventos e a aumentar sua visibilidade dentro da comunidade acadêmica.

Concursos de Fotografia: implementar concursos de fotografia com temas específicos que desafiem os alunos a aplicar criativamente as técnicas aprendidas, com premiações que possam incentivar a participação e o reconhecimento dos melhores trabalhos.

► **Disciplina Fotografia Publicitária**

Experiência Prática e Realista: a integração da Fotografia Publicitária como atividade extensionista permite que os estudantes mergulhem em projetos reais do mercado, desenvolvendo habilidades práticas e conhecendo de perto as demandas e estratégias do campo da publicidade. Ao trabalharem em projetos concretos, os alunos aprendem a aplicar conceitos teóricos de forma eficaz, enfrentando desafios reais e tomando decisões fundamentadas, o que contribui significativamente para sua preparação profissional.

Estímulo à Criatividade e Inovação: a atividade extensionista em Fotografia Publicitária é um ambiente propício para estimular a criatividade e a inovação dos estudantes. Eles são incentivados a explorar novas técnicas, estilos e abordagens estéticas, buscando soluções visuais impactantes e alinhadas com as necessidades e identidade das marcas. Essa liberdade criativa não apenas amplia o repertório dos alunos, mas também os prepara para enfrentar os desafios de um mercado publicitário cada vez mais dinâmico e exigente.

Promover uma aprendizagem mais significativa e motivadora: os estudantes estão envolvidos em projetos que têm um propósito real e impacto palpável, o que aumenta sua motivação intrínseca e engajamento com o processo de aprendizagem. Eles não apenas adquirem conhecimentos teóricos, mas também desenvolvem habilidades práticas e emocionais aos envolvidos nas atividades.

Título: UNIFAI SOCIAL

Descrição: As demandas da sociedade são as mais abrangentes e concernem nas diversas áreas do conhecimento; portanto a organização de atividades e/ou ações que atendam a população, é de extrema importância para contemplar dois pilares: 1. o desenvolvimento das habilidades práticas dos alunos de graduação, frente a cenários reais de demanda; 2. a colaboração com diversos serviços da rede pública ou privada, atendendo as demandas da sociedade, para fins de esclarecimentos e triagem para possíveis encaminhamentos aos serviços específicos. Para isso, a Pró-Reitoria de Extensão do Centro Universitário de Adamantina, organiza eventos, junto aos cursos de graduação para atender a população adamentinense e região com diversas ações gratuitas: aferição de pressão arterial (PA) e glicemia; testes de colesterol; orientação nutricional; avaliação bucal e educação em saúde; orientações jurídicas, econômicas e agropecuárias; testes de flexibilidade e avaliação corporal; atividades lúdicas; ausculta cardíaca e pulmonar; atividades de estética facial (maquiagem, esfoliação e hidratação facial); orientação em tecnologias, entre outras.

Público-alvo: Interno: alunos devidamente matriculados nos cursos de Graduação da IES. Estagiários bolsistas. Externo: Comunidade.

Disciplinas Envolvidas: Fotografia e Fotografia Publicitária.

Da Comissão de Especialistas

A Comissão de Especialistas analisou os documentos constantes dos autos e realizou visita *in loco*, elaborando Relatório Circunstanciado, de fls. 420-438.

Na análise apresentada, a Comissão de Especialistas menciona os Pareceres CNE/CES 146/2020 (não homologado) e 492/2001. Contudo, ao longo da análise, os especialistas referem-se ao "Publicidade e Propaganda", embora a IES requerente trate o pedido como sendo do Curso de Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda.

Destaca-se no Relatório da Comissão:

. Contextualização do Curso:

"A FAI é um centro universitário que iniciou suas atividades em 1968 e se caracteriza como autarquia municipal vinculada à Prefeitura do Município de Adamantina (SP); oferece 36 cursos de Graduação e 24



cursos de Pós-Graduação Lato Sensu, dentre outros, nas áreas da saúde, humanas, biológicas e agrárias. A Prefeitura não tem feito aportes de verba para a FAI de modo que o funcionamento da IES decorre exclusivamente das mensalidades discentes, o que inclui todas as despesas, programas sociais e oferta de bolsas.

A FAI possui seu website: <https://www.fai.com.br/novo-portal/> em que constam seções dedicadas ao ensino, extensão, pós-graduação, corpo discente, docente, biblioteca, sistema administrativo, ouvidoria, processo seletivo, além de notícias e informações diversas. Algumas informações e imagens se mostram dispersas, confusórias, o que dificulta ter plena ciência do que a IES e o curso realmente oferecem.

A região possui bom grau de desenvolvimento e infraestrutura. Possui IDHM (Índice de Desenvolvimento Humano Municipal) de 0.790 o que coloca Adamantina em 35º lugar no Estado. Está próxima de Presidente Prudente e Araçatuba, região de grande projeção no setor primário, agroindústria e comércio.

A IES e o curso não possuem Centro Acadêmico, mas inicia a implantação de atlética no caso do curso de Comunicação Social.

Recentemente, a FAI instalou a Comissão de Ética para fins de projetos de pesquisa.

O curso de Publicidade está sediado no campus II, Av. Francisco Bellusci, 1000, Distrito Industrial Otavio Gacazzi - Adamantina/SP. Destaca-se como diferencial no campus a presença do Espaço de Convivência com pia, micro-ondas e equipamento para café à disposição dos alunos.

O curso integra o Departamento de Ciências Humanas, que abriga dentre os demais cursos de Graduação Comunicação Social com habilitação Publicidade de Propaganda e, organicamente, está vinculado à pró-reitoria de Ensino; possui endereço virtual no website da FAI: <https://www.fai.com.br/novo-portal/graduacao/curso/16> disponibilizando informações sobre características da oferta, preço, atos legais de reconhecimento, matriz curricular, docentes, dentre outros".

Objetivos Gerais e Específicos:

"No PPC, os objetivos vão além de formar profissionais aptos ao labor da comunicação com especificidades teóricas e práticas da publicidade e propaganda; pauta-se pelo desenvolvimento de competências e habilidades essenciais para enfrentar as reais demandas sustentáveis e desafios do mercado de trabalho contemporâneos, com o desenvolvimento de mentalidade empreendedora, do espírito inovador, de visão crítica e reflexiva, da liderança e do trabalho em equipe. Os objetivos específicos detalham os ensinamentos e práticas das atividades publicitárias, incluindo ações de pesquisa científica e demais produções acadêmicas, por meio de atividades extracurriculares, workshops, palestras e networking com profissionais da área.

Após a análise de documentos, entrevistas com a coordenação, NDE, docentes, discentes e membros responsáveis por núcleos de apoio acadêmico, ficou evidenciado que os objetivos constantes no PPC estão sendo implementados, tendo por referência o perfil do egresso, a estrutura curricular, o contexto educacional, bem como as características locais e regionais.

Não obstante, não foram identificados objetivos que abordem práticas emergentes no campo do conhecimento e que destaque uma personalidade que diferencie a proposta pedagógica do curso de Publicidade e Propaganda da FAI das demais ofertas do mesmo curso do mercado.

Os objetivos se mostram condizentes com o que requer a proposta do curso e compatível com as normas vigentes, caso do Parecer CNE/CES nº 146/2020 e o Parecer CNE-CES nº 492 de 2001".

Curriculo, Ementário e Bibliografia:

"Após análise do PPC, materiais disponibilizados fisicamente, em repositório virtual, observação presencial e relatos obtidos nas entrevistas, verificou-se que a estrutura curricular foi atualizada e está sendo implementada levando em consideração as sugestões advindas do Relatório do Processo CEE Nº nº 2021/00454.

A matriz curricular enfatiza uma formação teórica e humanística, ampla e abrangente. Nas disciplinas de formação básica há uma base sólida de conhecimentos teóricos e práticos para o desenvolvimento de habilidades técnicas, criativas, com visão crítica e bases éticas; nas disciplinas profissionalizantes são contempladas questões de mercado, tecnológicas e digitais pertinentes ao campo da comunicação, incorporando elementos que refletem as transformações e demandas do cenário contemporâneo da publicidade e propaganda.

A carga horária das disciplinas, no geral, está bem dosada e o encadeamento das disciplinas mostra uma lógica direcionada para um crescimento no repertório publicitário, tanto do ponto de vista teórico como prático. O ementário, de modo geral, mostra-se aderente à nomenclatura das disciplinas que, de forma consistente, mostram-se alinhadas com a oferta de um bom curso de publicidade e propaganda.

Embora as disciplinas do primeiro semestre, conforme explicitado pelas coordenadoras pedagógica e de curso, ainda devam sofrer atualizações, com ênfase nas disciplinas de 40 horas, faz-se necessário rediscutir os papéis das disciplinas Informática Aplicada e Inglês Instrumental, uma vez que possuem propostas pouco sintonizadas com a dinâmica do curso de Publicidade e Propaganda; em reunião, foi relatada a necessidade de um nivelamento dada a disparidade de domínio de tais conteúdos dentre os alunos. Já a disciplina de Fotografia, oferecida no 1º termo, é tema retomado no 6º termo com a disciplina Fotografia Publicitária, com 80 horas, gap que demanda consistente justificativa.

A disciplina Trade Marketing (40h/a - 6º termo) mostra-se muito especializada para um curso de publicidade; porém, ao se extrair do que seria relevante do ponto de vista publicitário e mercadológico, tal conteúdo revisita o que já poderia ser oferecido de logística pelas disciplinas de Marketing (80h/a - 3º



termo) e Planejamento Estratégico de Comunicação de Marketing (80h/a - 4º termo), o que a torna pouco proveitosa para o curso. Já os conteúdos de veiculação publicitária, muito relevantes para a área publicitária, contam como única disciplina Planejamento de Mídia (80h/a – 7º termo); nesse sentido seria apropriado que houvesse uma disciplina de veiculação publicitária, talvez 40 h/a (mídias tradicionais e alternativas, tipos de veículos, suas características publicitárias, formatos compatíveis de anúncios, relevância nacional e regional, convergência midiática, funcionalidade digital e analógica, veículos elegíveis para campanhas) deixando para a disciplina de Planejamento de Mídia (80h/a) os conceitos operacionais (inserção, custo por mil, GRP, cobertura, frequência etc), compra de mídia/espço, programação dos veículos, cronograma, controle de mídia e estratégias de veiculação; nesse caso, a disciplina de veiculação publicitária antecederia Planejamento de Mídia, que por sua vez deveria anteceder ou ser oferecida de forma concomitante com Planejamento de Campanha já que esta última depende de forte articulação com a anterior.

Um tema emergente, de grande interesse para a comunicação mercadológica e a publicidade tem sido o meio ambiente, conteúdo ausente no curso e que poderia integrar parte da oferta de disciplinas já existentes na matriz.

A extensão está curricularizada, em termos de disciplinas, com Fotografia, Fotografia Publicitária, Projetos Integradores I, II e III, propriamente assinalada nos respectivos ementários e em descritivo formalizado no PPC e em compasso com a Pró-Reitoria de Extensão. Assim, interessante articulação entre teoria e prática, extensão e disciplinas ocorre na atuação dessas cinco disciplinas. Em conversa com os discentes, ficou evidente o vínculo do projeto extensionista com a disciplina de Fotografia (1º termo) enquanto prática efetiva do curso, interação do curso com a sociedade, de modo a produzir mudanças positivas nos atores envolvidos (o curso só chegou, até agora, com turmas do 3º termo).

A maioria das obras apontadas no PPC do curso estão disponíveis em ambientes virtuais, na Minha Biblioteca, acervo bibliográfico virtual ofertado para toda a comunidade acadêmica a partir de contrato para disponibilidade ininterrupta, acesso a qualquer momento, em qualquer lugar, a partir de qualquer equipamento com internet. Não foram identificados, no PPC e nos materiais apresentados, recomendação de periódicos. São indicadas no mínimo 3 obras básicas e 5 complementares por disciplina, em conformidade com os conteúdos trabalhados. Cabe elogiar a iniciativa do curso de colocar o link de acesso à obra disponível na biblioteca (Minha Biblioteca) junto à respectiva citação das referências bibliográficas de cada disciplina.

Conforme relatos dos membros do NDE, coordenação e bibliotecárias, as obras foram atualizadas conforme lançamentos na biblioteca virtual, atendendo a proposta das disciplinas. Os alunos que participaram da reunião com esta Comissão relataram que já acessaram a biblioteca virtual.

A carga horária total do curso de Publicidade e Propaganda, em conformidade com a DCN - Parecer CNE/CES nº 146/2020, aprovado em 29 de abril de 2020, aguardando homologação, deve ser de 2.700 horas para integralização em até 4 anos. No Centro Universitário da FAI, o curso de Publicidade e Propaganda está condizente com tal diretriz, possuindo 3.040 horas-aulas (50 minutos), o que corresponde a 2.714 horas efetivas (nas quais estão contabilizadas as 180 horas de Atividades Complementares exigidas pela DCN) além de 300 horas de extensão, equivalentes a 11% do total. O PPC prevê integralização mínima em 08 semestres e máxima em 12 semestres.

Conforme análise, o PPC está compatível com:

- O que estipulam as diretrizes curriculares vigentes que se aplicam ao curso de Publicidade e Propaganda, ou seja, Parecer CNE-CES nº 492 de 2001, Resolução CNE/CES 16/2002 e principalmente o Parecer CNE/CES nº 146/2020;
- Resolução CNE/CES 02/2007, que dispõe sobre a carga horária mínima, integralização e duração dos cursos de graduação; Resolução CNE/CES 03/2007, que dispõem sobre o conceito de hora-aula;
- Resolução CNE/CES 7/2018 e Deliberação CEE 216/2023, que estabelecem as Diretrizes para a Extensão”.

Matriz Curricular:

“A Resolução CEPE nº 015, de 02 de agosto de 2024, estabeleceu a adequação da matriz curricular, de modo a garantir a abordagem de conteúdos tecnológicos e digitais pertinentes ao campo da comunicação, incorporando elementos que refletem as transformações e demandas do cenário contemporâneo da publicidade e propaganda. Além disso, curricularizou os programas e projetos de extensão com as disciplinas da matriz curricular também vinculadas ao Programa UNIFAI-SOCIAL.

O curso propõe a formação de profissionais com capacidade de integração entre habilidades técnicas, criativas e estratégicas no campo da Publicidade e Propaganda, com conduta cidadã, empreendedora, discernimento crítico, domínio de linguagens e tecnologias analógicas e digitais contemporâneas. Para tal, a matriz coaduna disciplinas e atividades que abordam dimensões humanísticas e profissionais interligadas, estando de acordo com as diretrizes e voltados para o efetivo desenvolvimento do perfil profissional do egresso.

A nova estrutura curricular está sendo implementada e leva em consideração a flexibilidade, a interdisciplinaridade e a acessibilidade metodológica. Verificou-se que nas abordagens teóricas e práticas há preocupação dos docentes na atualização constante dos conteúdos, aprendizados por meio de metodologias ativas, visita técnicas, eventos e práticas para proporcionar aos discentes oportunidades de vivenciar a prática profissional, a pesquisa e a extensão, conforme relatado nas entrevistas.



Diante do contexto, fica explícita a articulação dos componentes curriculares atuais no percurso de formação do egresso”.

. Metodologias de Aprendizagem e Experiências de aprendizagem diversificadas:

“O PPC apresenta o item 7. Metodologias de Aprendizagem, com a linha metodológica adotada no curso, de caráter transdisciplinar das ações, enfoque por situações-problema, núcleos de estudo e pesquisa participativa, utilizando, ainda, o trabalho em equipe como instrumento essencial para a consecução dos objetivos.

Identificado nas reuniões, constatou-se que a metodologia atende ao desenvolvimento de conteúdos, às estratégias de aprendizagem, ao contínuo acompanhamento das atividades, à acessibilidade metodológica e à autonomia do discente, e se coaduna com práticas pedagógicas que estimulam a ação discente em uma relação teoria-prática. Para a realização das atividades propostas, utilizam procedimentos didático-metodológicos diversificados, com atividades de visita técnicas, eventos, ações extensionistas e engajamento dos docentes para constante atualização dos conteúdos e simulações de cenários cotidianos dos profissionais de publicidade. Entretanto, no momento da visita in loco desta Comissão de avaliação, a FAI ainda carecia de ambientes profissionais vinculados ao curso, laboratórios específicos, maior quantidade de computadores com software específicos para a produção de materiais publicitários. Registra-se que foram apresentados projeto e obras dessas futuras instalações laboratoriais”.

. Disciplinas na Modalidade à distância:

“O Curso não oferece disciplinas na modalidade à distância”.

. Estágio Supervisionado:

“Partindo das DCN de Publicidade e Propaganda – PP – Parecer CNE/CES nº 146/2020, aprovado em 29 de abril de 2020, aguardando homologação, o Estágio Supervisionado é não obrigatório. No Centro Universitário de Adamantina, o Estágio Supervisionado segue fluxo definido, para garantir que as atividades desenvolvidas pelos alunos junto as organizações estejam alinhadas com os objetivos acadêmicos. Assim, as etapas definidas para a gestão do estágio não obrigatório da FAI são: Cadastro da Empresa (Formulário de Interesse da Empresa); Elaboração de Termo de Compromisso; Designação de um Professor Orientador, sendo atualmente a professora Lilian Pacchioni Pereira de Souza - membro do corpo docente do curso de PP - a coordenadora do Setor de Estágio da FAI; Acompanhamento do Estágio (por meio de relatórios). Os estágios não obrigatórios do curso de Publicidade e Propaganda da FAI advêm de instituições públicas, privadas, empresas em geral de Adamantina e região, com ou sem intermédio de agências integradoras.

A articulação entre teoria e prática ocorre também por meio das atividades complementares conforme determina as DCN, somando a formação acadêmica com experiências diversificadas e relacionadas à realidade do mercado de trabalho. Assim, o curso contempla em sua Matriz Curricular 180 horas para participação discente em Estágios não obrigatórios e/ou em Eventos Acadêmico-Científico-Culturais e/ou monitorias, conforme Resolução CEPE 017/23 - Regulamento Bacharelados e Tecnológicos. As ações extensionistas curricularizadas também possuem projeto orientador das atividades práticas, que no curso de Publicidade e Propaganda da FAI, estão vinculadas as disciplinas de Fotografia e Fotografia Publicitária (Programa UniFAI SOCIAL) e pelos Projetos Integradores (PI) I, II e III, e respectivamente aos docentes responsáveis. Nas reuniões com a coordenação e membros do NDE, ratificando a documentação disponibilizada, são indicadas no escopo geral do Projeto Integrador a sistematização das atividades extensionistas e sua caracterização, de modo a cumprir requisitos como a interação dialógica da comunidade acadêmica com a sociedade. Professora orientadora atual: Lilian Pacchioni Pereira de Souza”.

. Trabalho de conclusão de curso:

“O Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é requisito obrigatório (CNE/CES nº 146/2020, aguardando homologação). No curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda, da FAI, o TCC ocorre no último ano letivo, por meio das disciplinas Trabalho de Conclusão de Curso I e II, conforme as normas estabelecidas pela Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação - PROPPG, descritas no Manual de Normas para Escrita do TCC, que também orienta a redação dos trabalhos. Informações também estão disponíveis na área da Comunicação Científica no site da faculdade referente as Normas do TCC e do Comitê de Ética para pesquisa que envolvam humanos. A Pró-Reitoria de Pesquisa, por meio da Comunicação Científica, mantém contato direto com coordenador e docentes das disciplinas responsáveis pela orientação dos TCCs.

A IES conta com Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão (CEPE), órgão técnico de natureza didático-pedagógica, responsável pela supervisão das atividades do ensino, da pesquisa e da extensão no Centro Universitário com suporte para as pesquisas de finalização de curso, além dos projetos de extensão e pesquisa na IES.

Os TCCs poderão ser desenvolvidos individual ou coletivamente. É disponibilizada uma listagem dos docentes habilitados para orientação, com suas linhas de pesquisas, atendendo às especificidades das temáticas relacionadas à Comunicação e à área de Publicidade e Propaganda. Durante todo o desenvolvimento da escrita dos trabalhos, os docentes e orientadores controlam e direcionam os TCCs através de uma plataforma digital chamada DreamShaper, uma ferramenta que auxilia o aluno na elaboração de projetos de pesquisa e na escrita do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC). Utilizando o método de Aprendizagem Baseada em Projeto, a plataforma segue os princípios da metodologia ativa de



ensino, fornecendo uma sequência de etapas que permitem a sistematização da escrita de forma inovadora e eficiente. A Avaliação bimestral, segue o Calendário Acadêmico da IES. O Ciclo de Defesas do TCC segue as orientações da PROPPG. A professora Ieda Cristina Borges é a atual coordenadora dos TCCs de publicidade”.

. Número de vagas, turnos de funcionamento, regime de matrícula, formas de ingresso, taxas de continuação no tempo mínimo e máximo de integralização e formas de acompanhamento dos egressos:

“Para ingresso em 2025, foram ofertadas no processo seletivo (vestibular, transferência e/ou portador de diploma de curso superior) 50 vagas, para o período noturno, uma vez que as análises e relatos apontam que os discentes de Adamantina e região já exercem atividades profissionais ou pretendem trabalhar/estagiar durante a realização do curso e o mercado profissional local opera no horário comercial (durante o dia). A matrícula é semestral.

As 2.714 horas devem ser cursadas com integralização mínima de 08 semestres e máxima de 12 semestres, período condizendo com as estatísticas apresentadas. É importante registrar que, em 2022, 08 alunos inicialmente se matricularam, dos quais 03 desistiram, de forma que apenas 05 permaneceram até a conclusão, em dezembro de 2024. Em 2023 não houve novos entrantes. O curso iniciou a retomada em 2024, com 18 novos ingressantes e em 2025, até o momento, registrava 13 ingressantes. Atualmente, são 26 discentes distribuídos entre o 1º e 3º termos. A expressiva quantidade de vagas ociosas é indicio de uma provável demanda superestimada.

Há um Programa institucional de Acompanhamento de Egressos - INSPIRA-FAI, atual Reconnectando, conduzido pela pró-reitoria de ensino e direção de comunicação da FAI, para manter um vínculo ativo com os egressos, fornecendo apoio contínuo e oportunidades de networking. Por meio de pesquisas e eventos, o projeto coleta feedback sobre a experiência acadêmica e profissional dos egressos, com o objetivo de aprimorar os cursos oferecidos pela IES, além de oferecer workshops e palestras para fomentar o desenvolvimento profissional e a atualização constante. O projeto também auxilia na inserção dos egressos no mercado de trabalho, com a divulgação de oportunidades de empregos e concursos públicos.

No espaço existente do website da FAI, ex-alunos postam atividades, vídeos, fotos e comentários. Dados recentes e que estão no projeto pedagógico apontam que 50% atuam na área de formação, porém o instrumento só oferece as opções “bom”, “muito bom” e “extremamente satisfatório”, o que direciona a pesquisa para resultados apenas positivos, o que não é adequado.

Para o ano de 2025 está previsto a implantação de uma Central do Egresso no hotsite do Centro Universitário de Adamantina. Esta demanda está vinculada ao Projeto de Extensão 015.646/2024”.

. Sistema de Avaliação do Curso:

“As avaliações do processo Ensino/Aprendizagem estão previstas em regimento pela FAI prevendo exigência mínima de 75% de frequência, média bimestral (duas notas bimestrais - Provas escritas; Provas práticas; Trabalhos em classe; Trabalhos extraclasse; Seminários), prova substitutiva e exame final. As Atividades Complementares, Estágio Supervisionado e Trabalho de Conclusão de Curso possuem regulamentos e regras próprios. Os procedimentos de avaliação, utilizados nos processos de ensino-aprendizagem, atendem à concepção do curso definida no PPC, permitindo o desenvolvimento e a autonomia do discente de forma contínua e efetiva, e resultam em informações sistematizadas e disponibilizadas aos estudantes, com mecanismos que garantam sua natureza formativa, sendo adotadas ações concretas para a melhoria da aprendizagem em função das avaliações realizadas. Diversas situações e instrumentos são empregados para avaliar a aprendizagem, permitindo que os alunos demonstrem seu progresso nos estudos.

O Regimento da IES (Res. 08/2019) não prevê uma CPA. A CPA da FAI foi estabelecida pela Res. 03/2019 que prevê seu funcionamento e composição com docentes, discentes, funcionários técnico-administrativos, representante da comunidade de Adamantina”.

. Cursos de Licenciatura:

“Não se aplica”.

. Outras atividades relevantes:

“O PPC não apresenta com clareza como as atividades extracurriculares se desenvolvem ou tipificam, pois não há um padrão para expressá-las objetivamente (nome da atividade, data/período, disciplina/projeto responsável, local, resumo da atividade, tipo de atuação dos discentes e docentes etc). Discentes e docentes do curso de Publicidade participaram de várias atividades extracurriculares, porém o PPC não detalha plenamente como essa participação ocorreu, engajamento, quantos se envolveram diretamente.

Atividades em tese realizadas com participação efetiva da comunidade do curso:

- Visitas técnicas são idealizadas e efetivadas no âmbito das disciplinas como Fotografia, Design e Produção Gráfica, Criatividade e Inovação. Foram efetivadas visitas a agências e grupos midiáticos da região (agências Audi, Ritmo, Pão Criação e Raro Branding & Design; Gráficas Líder e 1000 Cores; jornal Diário do Oeste; TV Fronteira).

- Mostra de Profissão em 2022 e 2023.

- Oficinas “Educomunicação” e “Criação Completa de Conteúdo de Moda”.

- XVI e XVII Congresso de Iniciação Científica 2022 e 2023.



- Fest'Up São Paulo.
- CÍCOM – Ciclo de Comunicação e Design 2022.
- Roda de Conversa com Publicitário Vitor Miguel - Case empresa "Clariá". Semana Acadêmica de Comunicação e Design 2023.
- Semana Integração Calouros - Oficina de Arte e Publicidade 2024.

Os alunos elogiam as iniciativas do curso em oferecer atividades culturais, extensionistas, o que proporciona boa dinâmica para o curso e motivação para compreender o âmbito da comunicação e da publicidade.

Esta Comissão constata bom envolvimento do curso com as atividades extracurriculares de modo que há boa sinergia de discentes e docentes com a comunidade externa, campo publicitário e entidades culturais relevantes para a legitimação do curso, porém é preciso sistematizá-las".

. Avaliações Institucionais:

"O curso de publicidade têm sido alvo de avaliação no âmbito do Enade desde 2012. O curso da FAI alcançou os níveis 2 (2012), 3 (2015) e novamente 2 em 2018; devido a falta de discentes aptos, não realizou a edição de 2022.

A partir do PPC, reuniões com coordenadoras pedagógica e de curso, membros da CPA e NDE, constatou-se que a gestão do curso é planejada considerando as avaliações institucionais e do curso, para aprimoramento contínuo e delineamento de novos processos avaliativos periódicos.

A avaliação institucional, acesso livre no website da FAI, teve sua mais recente versão em 2022. Tem sido realizada trienalmente mediante questionário eletrônico de participação facultativa para os três segmentos: Corpo Docente, Discente e Funcionários Administrativos da FAI. Aos problemas diagnosticados são traçadas metas para solucioná-los, introduzindo-as no Plano de Desenvolvimento Institucional da IES. A avaliação interna do curso acontece ao final de cada semestre em conjunto com a Avaliação Integradora, por meio de questionários submetidos aos alunos com questões pertinentes aos conteúdos das disciplinas cursadas e que podem redundar em até um ponto na nota final de cada disciplina considerada. Nela, os estudantes também opinam sobre a estrutura física, biblioteca, funcionários, coordenação, professores, planos de ensino, aparato tecnológico e a comunicação institucional, além da autoavaliação.

O Relatório Institucional 2022 da FAI elaborado pela CPA consolidou a avaliação do corpo docente, discente e técnico-administrativo. Mostra que os alunos de publicidade deram opinião de "ruim" a "excelente" a tópicos como: estrutura física (bom e muito bom), atendimento dos professores (excelente e muito bom), relevância das disciplinas (muito bom e bom).

O Relatório de Avaliação Interna do curso de publicidade do 2º semestre de 2024 contou com até 8 respondentes (total matriculados de 18) que numa escala de 1 a 5 atribuíram níveis altos para utilização do Google Classroom, apresentação do plano de aulas, biblioteca, atendimento dos docentes, participação como aluno, sendo as notas mais baixas para representação dos alunos em colegiados, comunicação entre alunos e instituição, domínio do conteúdo das disciplinas pelos professores, oportunidades de desenvolver projetos de pesquisa e estrutura física incluindo salas de aula, banheiros, cantina (nota 3,50, a mais baixa).

Esta Comissão observa que a performance dos alunos no Enade não tem sido adequada, mas que reconhece o trabalho da equipe do curso e da IES em estimular e dar condições para que os discentes sejam mais efetivos quando da participação no exame.

Entende que a IES faz uso de bom instrumental de avaliação e os resultados são mostrados para a comunidade interna e externa, de forma que se evidencia como subsídio relevante para a melhoria constante do curso".

. Recursos Educacionais de Tecnologia da Informação:

"Para aulas, disponibilização de conteúdos e atividades digitais/online, os professores utilizam o sistema Google for Education e Classroom, além da plataforma Qstione para sistematizar as avaliações dentro de um modelo funcional e padronizado. A considerar que o curso é presencial e que os sistemas digitais são complementares, entende-se que tais recursos estão compatíveis com o que propõe o curso.

Vale registrar que, em reunião com os discentes, estes reclamaram que no período noturno não há nenhum laboratório de informática para uso livre, pois todos são reservados para aulas e também apontaram escassez de licenças do pacote da Adobe, fundamental para produção de materiais gráficos e audiovisuais publicitários".

. Coordenador do Curso:

"A professora Ieda Cristina Borges é a coordenadora do curso de Publicidade e Propaganda. Tem graduação em Jornalismo, Mestrado em Comunicação e Cultura e doutorado em Ciências, além de especialização nas áreas de: Educação, Ciências da Informação, e História e Mídia. Dessa forma, apresenta-se habilitada para bem gerir o curso, além de uma atuação vibrante, proativa, comprometida que qualifica substancialmente o curso.

Atualmente, o curso conta com duas turmas: uma no 1º termo e outra no 3º termo, ambas com todas as disciplinas atendidas por docentes, salientando que não há a oferta para o 3º e 4º anos uma vez que não houve ingressantes em 2022 e 2023.



O PPC apresentado em 2024 informa que 15 disciplinas, nos mais variados termos (Semestres), estavam sem atribuição de docente. Porém, atualmente, a IES apresenta quadro completo de atribuição de docentes para todas as disciplinas vigentes. Essa condição se explica pela contratação de docentes, reabertura de turmas e implantação de nova matriz curricular. Segundo a coordenação e gestores da IES, está previsto para o mês de maio/2025 o lançamento de edital para contratação de mais docentes. Sugere-se que um dos critérios para contratação seja o de formação e atuação específica em publicidade dada a carência desse perfil no curso.

A nova configuração do quadro docente advinda da contratação de novos professores, afastamentos e aposentadorias aponta a atuação efetiva de 12 docentes com disciplinas no curso: Ana Laís Gazola Ferracini, André Mendes Garcia, André Rosa, Antonio Carlos Bassio Haddad, Enio Garbelini, Fúlvia de Souza Veronez, Ieda Cristina Borges, José Ricardo Pires de Moraes, Lilian Pacchioni Pereira de Sousa, Marcos Martinelli, Tânia Silvia Tadini Esteves, Tiago Ferreira Lima de David. Todos com currículo na plataforma Lattes e aderentes às disciplinas que lecionam, embora boa parte não denote afinidade direta com o campo publicitário, o que enfraquece a identidade dos alunos com a publicidade e propaganda. Doutores e pós-doutores 6, 50%, Mestres 5, 42%, e especialista 1, 8%, TOTAL 12, 100%, de forma que a Deliberação 145/2016 está atendida.

No 3º termo, ora em vigor no primeiro semestre de 2025 tem-se quatro docentes ministrando as aulas de 7 disciplinas, o que mostra pouca diversidade de professores. Observa-se grande desequilíbrio na atribuição de aulas dentre os docentes do curso. As professoras Ieda Cristina Borges, com 12 disciplinas, Lilian Pacchioni Pereira de Sousa, com 11 disciplinas e Ana Laís Gazola Ferracini com 8 disciplinas são as mais sobrecarregadas, o que evidencia grande concentração do curso nessas três docentes. O ingresso de novos docentes pode diminuir essa indesejável concentração. Os alunos consideram que a atuação recorrente de um mesmo docente não é estimulante e traz uma visão menos diversa com que as disciplinas poderiam contribuir.

Os discentes mostram-se satisfeitos com a atuação dos professores, ressaltam a dinâmica das aulas e dedicação dos mesmos.

Um aspecto a ser melhorado é a efetiva participação e engajamento dos docentes na elaboração e redação do PPC, pois este se mostra marcadamente formal e carente de conteúdos próprios do campo da propaganda. Tal padrão para um PPC, compreensivamente formal e acadêmico, precisa se compatibilizar com o pensar e fazer publicitário, com o verdadeiro teor que sustenta a identidade da profissão e o campo vivo e atual da publicidade. O PPC precisa encampar expressões e jargões do setor, evidenciar o exercício coletivo e harmônico de etapas e processos, tratar de forma integrada áreas como criação e produção, criação e mídia, mídia e produção, planejamento e pesquisa, jornalismo - relações públicas - propaganda, publicidade e marketing; precisa tratar de reconfigurações das funções profissionais da área, ações transformadoras advindas das novas tecnologias que redefinem as oportunidades de emprego e elaboração de anúncios e campanhas; tratar com realismo pressões e movimentos sociais/setoriais que colocam em xeque atributos do setor; precisa registrar os impasses por remuneração, privacidade e exploração de imagem de pessoas. O PPC de publicidade precisa registrar o momento da propaganda no contexto profissional e não apenas relatar e descrever o que cabe em um padrão burocrático, no bom sentido, como se o PPC fosse um formulário a ser preenchido.

Esta Comissão entende que o curso está retomando sua trajetória com a reabertura de turmas a partir de 2024 e que a plena configuração docente se dará com a continuidade das turmas e formação do quadro docente. A dedicação dos professores, o apoio que recebem da IES e dos alunos faz crer que os docentes serão agentes relevantes para a qualidade do curso. Atenção especial deve ser dada à concentração de disciplinas em três docentes, ingresso de professores da área publicitária e que sejam autênticos construtores do projeto pedagógico do curso".

Plano Carreira:

"A Instituição possui Plano de Carreira do Magistério de Ensino Superior, aprovado pela Lei Complementar nº 14, de 26/03/99, do Município de Adamantina.

O Regime de trabalho (CLT) estratifica em Horista, Parcial (20 horas) e Integral (40 horas). Os docentes são classificados como: Professor I, II e III e subdivisões de "A" até "F". A admissão ocorre por concurso publicado em edital, sendo a seleção guiada pela titulação, produção e experiência.

Os docentes afirmam receber em dia. Também mencionam que a IES oferece reembolso de quantia utilizada para publicação. Ressaltam que a promoção na carreira é pautada pelo mérito, sem restrições para a mobilidade de estrato.

Esta Comissão entende que as condições de ingresso, progresso e de trabalho dos docentes estão adequadas".

Núcleo Docente Estruturante (NDE):

"O NDE está previsto da subseção I do Regimento da IES e foi instituído pela Resolução 05/2018. A atual composição do NDE do curso de Publicidade foi definida pela Portaria 98/2024 com os professores Ieda Cristina Borges (coordenadora do curso), Lilian Pacchioni Souza, Fúlvia de Souza Veronez, Antônio Carlos Bassio Haddad e Marcos Martinelli. De 2022 a 2025 foram realizadas quatro reuniões.

O papel do NDE é de articulador do curso reportando-se à Pró-reitoria de Ensino e Conselho de Ensino e Pesquisa. Não possui cadeira fixa, mas apresenta boa interlocução com as instâncias, quer em consultas ou em propostas.



Há também o Colegiado do Curso de Publicidade - CCP, criado pela Resolução 06/2018 com representação docente e discente, sendo um membro ligado ao NDE. Foram quatro reuniões a partir de 2022, todas em 2024, cujas discussões ocorreram em função de votação para representantes junto ao NDE, votação para o próprio CCP e apenas na última (24/10/2024) itens estruturais do curso como extensão, infraestrutura, integração entre práticas e disciplinas, melhoria dos laboratórios.

Esta Comissão avalia que o NDE do curso de publicidade e a CCP têm tido atuação colaborativa, propositiva, mas que poderiam ser mais efetivos para implementar ações reestruturantes e de redação do projeto pedagógico do curso com mais profundidade e clareza. Devem também se dedicar à efetiva implantação das diretrizes do curso de 2020, em especial a matriz curricular e a oferta laboratorial específica para o curso".

. Infraestrutura Física, dos recursos e do acesso a Redes de Informação (internet e Wi-fi):

"Para o curso, que atualmente possui duas turmas, estão disponibilizadas as salas 22 (1º Termo) e 23 (3º Termo) no Bloco 4 do Campus II com capacidade para 50 alunos, que contam com climatização, armário e sistema multimídia, cujo computador docente ambienta a Central do Docente (ambiente no website da FAI) que possibilita registrar aula e aferir presença de alunos, dentre outros recursos. A acústica das salas não é boa e as cadeiras são de assentos de madeira, o que as tornam desconfortáveis.

Ainda no Bloco 4 do Campus II há a secretaria do curso e a sala dos professores (60 m²), esta com armários individuais, mesa grande, cadeiras, poltronas, computador, banheiro e geladeira.

O campus tem o Auditório com 700 lugares.

São 11 laboratórios de informática (Campus II) com 25 a 45 máquinas, conectadas, sistema Windows 11 e Office 2019, conectados a projetor multimídia, máquinas atualizadas nos anos de 2022 e 2024 com configuração adequada para digitação, planilhas e imagens básicas; sem serviço de impressão. Disciplinas do curso atendidas por esses laboratórios: Linguagem Publicitária, Redação Publicitária I e II, Planejamento e Produção de Eventos.

Os gestores da FAI e coordenadora afirmaram que as instalações do curso de publicidade estarão concentradas no Campus II a fim de trazer melhor conveniência, logística e praticidade a alunos e professores. Nessa transição, ainda estarão os ambientes laboratoriais específicos do curso que, assim, estão atualmente sendo remodelados e reimplantados.

Atualmente, somente o laboratório de Mídia e Editoração, situado no Campus II, está dedicado às atividades práticas, caso de fotografia e edição gráfica. Conta com seis computadores com sistema operacional Windows e pacote Adobe implantados, além de armário para documentos e materiais diversos. Para fotografia, o curso dispõe de 13 máquinas digitais, 2 refletores, spot e tela para fundo.

A coordenadora informa que a depender da necessidade das disciplinas, locais e estruturas externas ou terceirizadas podem ser alocadas para gravação, produção e edição. Informa também que, devido a uma realocação de espaço, os laboratórios tiveram que ser deslocados ou redimensionados, mas que novos ambientes, aquisição de equipamentos e insumos deverão ocorrer para atender a demanda do curso. Esse Laboratório de Multimídia, a ser instalado no Bloco 2 do Campus II, foi apresentado a esta Comissão, em planta baixa, antevendo estúdio para rádio, sala para podcast, estúdio/edição de TV e estúdio de fotografia. Seriam atendidas por esses laboratórios disciplinas como Fotografia Publicitária, Design e Produção Gráfica, Produção Sonora e Audiovisual, Direção de Arte, Criação Publicitária I, II, III e Projeto Integrado I, II, III.

Não ficou claro para esta Comissão se as dimensões do futuro Laboratório de Multimídia são suficientes para atender a demanda real das disciplinas e projetos, assim como não houve a apresentação da quantidade e qualidade dos equipamentos e recursos que integrarão cada ambiente laboratorial.

A grande maioria dos 20 alunos que se reuniu com esta Comissão considera as condições das salas de aula e laboratórios aspectos negativos do curso. Salas com má qualidade acústica, conexão que torna a exibição de imagens e vídeos lenta, cadeiras desconfortáveis e pouco ergométricas. Criticaram a escassa oferta de laboratórios para bem conduzir atividades práticas de estúdio, edição e processamento de imagens, ou utilização de espaços improvisados. Mencionaram a limitação e a dificuldade para pleitear o uso/reservas dos laboratórios de informática uma vez que tal êxito depende de disponibilidade, já que são laboratórios de uso compartilhado com outros cursos, de forma que têm atendido de forma insuficiente a demanda de aulas como fotografia e outras que dependem tais recursos.

Os gestores devem estudar formas para melhorar a configuração e conforto das instalações das salas de aula. Devem também fazer as compensações devidas acerca da oferta de laboratórios, ou seja, práticas que ficam depreciadas face às limitadas condições dos laboratórios em relação às atividades requeridas pelas disciplinas e professores. A coordenação precisa dialogar com as instâncias superiores para equacionar a qualidade da internet a fim de possibilitar plena funcionalidade dos equipamentos por meio dos quais recursos audiovisuais são utilizados pelos docentes nas salas de aula. Deve também conduzir, via NDE, soluções para a plena oferta dos laboratórios específicos do curso e articulação com as disciplinas e projetos, devidamente registrados no PPC".

. Biblioteca:

"A IES possui uma única biblioteca física: a Biblioteca Central, situada no Campus II, com área de 1.100 m². Conta com ambiente do acervo, 4 computadores para consulta ao acervo, 9 salas de estudo em grupo, 2 amplas salas com baias individuais para leitura, armários com chaves, balcão de atendimento com 4 computadores, sala de processamento, ambientes com wi-fi, climatização adequada, acessibilidade. Acesso livre, consulta e renovação de empréstimo presencial e online.



O acervo físico conta com 1.124 obras na área de Publicidade e Propaganda.

O acervo digital conta com: a) Biblioteca Virtual - Minha Biblioteca, que dispõe de 5.385 obras na área de Sociais Aplicadas, via portal acadêmico com uso do RA do aluno e senha: <https://portal.fundasp.org.br/>. b) o gerenciamento do acervo se dá pelo sistema Pergamum: <<https://pergamum.fai.com.br/pergamum/biblioteca/>>0.

Os periódicos são acessados por alunos e docentes nos espaços discente e docente do website da FAI nas plataformas Science Direct e repositório Uptodate. Não há assinatura de periódicos não acadêmicos da área de publicidade.

Horário presencial: das 7h30 às 22h00 nos dias de semana.

Equipe: Janaina de Oliveira Varjão – CRB-8/6452; Carolina Endo Toyama Saraiva – CRB-8/10503-0. Cinco escriturários.

Para aferir como o curso é atendido pelo acervo da biblioteca, esta Comissão escolheu 2 disciplinas de cada Termo e selecionou uma obra de cada disciplina presente na bibliografia básica; do total de 16 obras, 13 foram encontradas, o que é considerado adequado, mas que pode ser aperfeiçoado.

Esta Comissão entende que a biblioteca oferece condições adequadas para suprir a demanda do curso".

. Funcionários administrativos:

"O curso conta com 1 escriturário na secretaria, 4 nos laboratórios de informática e 7 na biblioteca (ver item 20). Não foram indicados atendentes para o futuro Laboratório de Multimídia.

A quantidade e formação dos recursos humanos à disposição do curso atende adequadamente a demanda discente, algo a ser observado melhor quando do funcionamento efetivo do Laboratório de Multimídia".

. Atendimento às recomendações do último Parecer de Renovação do Curso:

"Em relação ao último Relatório elaborado pela Comissão de Especialistas e consolidado pelo CEE, ficaram pendentes aspectos relacionados à reformulação e atualização do Projeto Pedagógico do Curso quanto aos conteúdos digitais e suas conexões com as demais instâncias da oferta do curso, atualização bibliográfica e do ementário, aperfeiçoamento do sequenciamento e interação das disciplinas, e detalhamento do estágio, atividades complementares e extensão.

Na visão desta Comissão, tais recomendações foram atendidas".

. Manifestação Final dos Especialistas:

"A FAI atendeu com qualidade e agilidade todas as solicitações de informações requisitadas por esta Comissão. O curso está reativado e mostra vigor para continuar sua trajetória iniciada em 1998. Seu dinamismo é constatado pelas atividades, projetos, trabalhos de discentes, docentes e coordenação do curso ao efetivarem o que preconizam os objetivos do curso, perfil do egresso, normas, de modo a configurar um curso adequado e com boas perspectivas de consolidação.

Esta Comissão reconhece que, para a plena reativação do curso, é necessário conceder um prazo de tempo e condições para sua retomada, o que inclui a contratação de novos docentes por meio de concursos que estão agendados e a plena mudança das instalações laboratoriais para o campus II.

Recomendações:

1. Efetivar, com estímulo do NDE e Colegiado de Curso, o envolvimento direto dos docentes na elaboração do Projeto Pedagógico do Curso de modo que tal instrumento extrapole o plano formal e se mostre alinhado com a realidade profissional do campo publicitário na atualidade.
2. Revisitar e rediscutir os papéis de algumas disciplinas que possuem propostas pouco sintonizadas com a dinâmica do curso de Publicidade e Propaganda, de modo a ampliar o conhecimento de temas fundamentais e emergentes no contexto publicitário. Fazer ajustes pontuais para aperfeiçoar a matriz curricular conforme argumentação apresentada por esta Comissão.
3. Distribuir melhor as disciplinas dentre o corpo docente, concentração essa observada em três professoras; cuidar para que num mesmo Termo haja maior diversidade de professores; adicionar ao curso docentes com perfil e efetivo engajamento publicitário.
4. Os laboratórios específicos do curso precisam ser efetivamente implantados e mostrar funcionalidade compatível com as exigências de disciplinas afins. Eventuais demandas remanescentes e ainda não atendidas por laboratórios deverão ser equacionadas junto aos alunos e professores.
5. Melhorar as condições da sala de aula no que se refere ao conforto, acústica e qualidade dos recursos audiovisuais".

. Conclusão da Comissão

"Esta Comissão de Especialistas é **FAVORÁVEL** à Renovação de Reconhecimento do curso de Publicidade e Propaganda oferecido pelo Centro universitário de Adamantina".

Da Diligência Instaurada

Considerando os apontamentos apresentados pelos Especialistas, instaurou-se diligência no sentido de obter maiores detalhes e informações aprofundadas acerca desses apontamentos.



Em atenção aos questionamentos apresentados, também é certo que os Especialistas se manifestaram de forma conclusiva.

Vejamos:

"Diligência. Processo CEE Nº 2021/00454.

Parecer da Comissão de Especialistas. 14/08/2025.

Curso: Publicidade e Propaganda; IES: Centro Universitário de Adamantina (FAI)

Esta Comissão analisou a manifestação da IES quanto à diligência e, com base no teor apresentado, emite seu parecer. Destaca que a apreciação dos dois últimos itens foi prejudicada pela ausência de material comprobatório do que foi assegurado verbalmente pela IES.

1. Envolvimento Docente na Elaboração do Projeto Pedagógico do Curso (PPC). Trata-se de uma dinâmica que existe parcialmente no curso e que se espera, de acordo com a manifestação da IES, seja intensificada e constatada no próximo ciclo avaliativo do curso por meio de atas formais advindas de reuniões de colegiados, iniciativa informais de docentes, eventos e reuniões afins.

2. Revisão e Readequação da Matriz Curricular. A IES explicou adequadamente o papel das disciplinas mencionais fazendo crer que terão papel relevante na oferta do curso.

3. Distribuição das Disciplinas e Diversidade Docente. A planilha com a distribuição das aulas aos docentes revela ainda grande concentração de disciplinas, sendo essa condição mais prevalente com as professoras Ieda Cristina Borges, com 12 disciplinas, Lilian Pacchioni Pereira de Sousa, com 9 disciplinas e Ana Laís Gazola Ferracini, com 9 disciplinas. A manifestação da IES mostra empenho em contratar docentes a fim de mitigar tal concentração, cronograma e documentação essa não formalizada. Menciona a conclusão da contratação de novos docentes, conforme Edital 31/2024, no entanto não foi possível observar na planilha, ora apresentada, o real impacto desse concurso na distribuição concentrada em três docentes.

4. Implantação e Funcionalidade dos Laboratórios Específicos do Curso. A IES reafirma o compromisso de honrar com a plena oferta dos laboratórios específicos do curso. Descreve alguns procedimentos em andamento. Passado um semestre desde a visita in loco desta Comissão é de se esperar que tenham havido avanços nesse tópico. Seria apropriado que tal manifestação viesse acompanhada de cronograma, atualizações já ocorridas e providências documentadas para finalização dessa implantação, além de plano para suprir demandas remanescentes.

5. Condições das Salas de Aula. A IES informa ter efetivado ações para modernização dos ambientes de ensino, além de mais conforto para os discentes. Esta Comissão não tem como aferir tais procedimentos já que não foram disponibilizados documentos, ou imagens comprobatórias.

*Considerando os esclarecimentos prestados pela IES e, mesmo com dúvidas e apontamentos acima efetuados, esta Comissão reitera ser **favorável** à renovação do reconhecimento do curso de Publicidade e Propaganda oferecido pela Centro Universitário de Adamantina."*

Considerações Finais

O presente requerimento foi protocolado dentro do prazo legal.

Titulação docente perfeitamente enquadrada nos termos da Deliberação CEE 145/2016.

Quanto à "Curricularização da Extensão", encontra-se atendida.

Quanto aos indicativos de "demanda", a relação candidato X vaga demonstra a importância da "reativação" do curso que, embora ainda apresente uma certa "timidez" na "reação", dá sinais evidentes de que a comunidade tinha expectativas e respondeu de forma adequada à retomada do curso.

Como restou demonstrado e reiterado, há **relevantes recomendações** trazidas pelos Especialistas, com as quais este Relator corrobora entendimento, especialmente as relacionadas nos itens 4 e 5 abaixo, senão vejamos:

"1. Efetivar, com estímulo do NDE e Colegiado de Curso, o envolvimento direto dos docentes na elaboração do Projeto Pedagógico do Curso de modo que tal instrumento extrapole o plano formal e se mostre alinhado com a realidade profissional do campo publicitário na atualidade.

2. Revisitar e rediscutir os papéis de algumas disciplinas que possuem propostas pouco sintonizadas com a dinâmica do curso de Publicidade e Propaganda, de modo a ampliar o conhecimento de temas fundamentais e emergentes no contexto publicitário. Fazer ajustes pontuais para aperfeiçoar a matriz curricular conforme argumentação apresentada por esta Comissão.

3. Distribuir melhor as disciplinas dentre o corpo docente, concentração essa observada em três professoras; cuidar para que num mesmo Termo haja maior diversidade de professores; adicionar ao curso docentes com perfil e efetivo engajamento publicitário.

4. Os laboratórios específicos do curso precisam ser efetivamente implantados e mostrar funcionalidade compatível com as exigências de disciplinas afins. Eventuais demandas



remanescentes e ainda não atendidas por laboratórios deverão ser equacionadas junto aos alunos e professores.

5. Melhorar as condições da sala de aula no que se refere ao conforto, acústica e qualidade dos recursos audiovisuais”.

Finalmente, deverá o Centro Universitário de Adamantina proceder com a correção da nomenclatura do curso de modo a atender a Parecer CNE/CES 492/2001.

2. CONCLUSÃO

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

2.2 As recomendações apontadas deverão ser objeto de reanálise por ocasião do próximo ciclo avaliativo.

2.3 O presente reconhecimento tornar-se-á efetivo por ato próprio deste Conselho, após a homologação do presente Parecer pela Secretaria de Estado da Educação.

São Paulo, 09 de setembro de 2025.

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 Amadeu Moura Bego, Cláudio Mansur Salomão, Décio Lencioni Machado, Eliana Martorano Amaral, Hubert Alquéres, Juliana Velho, Marcos Sidnei Bassi, Mário Vedovello Filho, Nina Beatriz Stocco Ranieri, Roque Theophilo Filho e Rose Neubauer.

Reunião por videoconferência, 05 de novembro de 2025.

a) Cons. Hubert Alquéres
Presidente da Câmara de Educação Superior

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 12 de novembro de 2025.

a) Consª Maria Helena Guimarães de Castro
Presidente

PARECER CEE 281/2025	-	Publicado no DOESP em 13/11/2025	-	Seção I	-	Página 29
Res. Seduc de 17/11/2025	-	Publicada no DOESP em 18/11/2025	-	Seção I	-	Página 42
Portaria CEE-GP 403/2025	-	Publicada no DOESP em 19/11/2025	-	Seção I	-	Página 23

