



CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO

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

PROCESSO	2021/00529
INTERESSADA	Universidade de Taubaté
ASSUNTO	Renovação de Reconhecimento do Curso de Publicidade e Propaganda
RELATORA	Consª Eliana Martorano Amaral
PARECER CEE	Nº 305/2022 CES "D" Aprovado em 17/08/2022 Comunicado ao Pleno em 24/08/2022

CONSELHO PLENO

1. RELATÓRIO

1.1 HISTÓRICO

A Reitora da Universidade de Taubaté, pelo Ofício 37/2021, protocolado em 15/12/2021, encaminhou a este Conselho o pedido de Renovação de Reconhecimento do Curso de Publicidade e Propaganda, nos termos da Deliberação CEE 171/2019 (fls. 04).

Cabe informar que o Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda não possui, até o momento, DCN próprias, sendo adotada a Resolução CNE/CES 16/2002 e Pareceres CNE/CES 492/2001 e 1.363/2001, que instituem as DCN do Curso de Comunicação Social e suas Habilitações, sendo que Publicidade e Propaganda é uma delas.

Mais recentemente, o Conselho Nacional de Educação expediu o Parecer CNE/CES 146/2020, que propõe DCN para Publicidade e Propaganda, **mas que ainda não foi homologado**.

Foram enviados os seguintes documentos: Relatório Síntese (de fls. 06 a 22), Projeto do Curso (de fls. 23 a 109), Relatório de Atividades Relevantes (de fls. 110 a 153), Ementário (de fls. 154 a 215), Regulamento das Atividades Acadêmico Científico Culturais (de fls. 216 a 222) e Regulamento do TCC (de fls. 223 a 248).

Os autos deram entrada na Assessoria Técnica deste Conselho em 27/12/2021 e, após verificação preliminar dos documentos, foram enviados à CES, em 07/02/2022, para designação da Comissão de Especialistas. (de fls. 251 a 253)

A Portaria CEE-GP 109, de 23/02/2022, designou os Professores Gino Giacomini Filho e Rogério Eduardo Rodrigues Bazi para emissão do Relatório circunstanciado sobre o curso (fls. 255).

O Relatório dos Especialistas encontra-se de fls. 257 a 272. Os autos retornaram a esta AT em 23/05/2022, para elaboração da Informação Final.

1.2 APRECIÇÃO

Com base nas normas acima e nos documentos incluídos aos autos, informamos como segue:

Histórico Institucional

Recredenciamento	Parecer CEE 121/2019, Portaria CEE-GP 190/2019, DOE 04/05/2019, por 7 anos
Direção	Processo 2021/00451, comunicada a nova Direção em 15/07/2022, em trâmite

Curso de Publicidade e Propaganda

Renovação de Reconhecimento	Parecer CEE 310/2016, Portaria CEE-GP 352/2016, DOE 05/11/2016, por 5 anos
CH	2.800 horas
Hora/aula	50 min
Período	Noturno
Horário	Segunda a sexta-feira, das 19h às 22h40
Vagas	30 vagas
Integralização	Mínimo 8 semestres e máximo 12 semestres
Responsável pelo Curso	Josué Marcos de Oliveira Brazil Mestre Linguística Aplicada, UNITAU Esp. Comunicação Social, UNITAU Graduação Publicidade e Propaganda, UNITAU

O pedido não foi protocolado com a antecedência exigida pela legislação.

Caracterização da Infraestrutura Física da Instituição

Instalação	Quantidade	Capacidade
Salas de aula	20	40
Salas de Multimeios	4	60
Anfiteatro equipado	1	144
Laboratório de Informática com softwares de produção e editoração gráfica	3	73
Laboratório e Estúdio de Fotografia	6	30
Laboratório de Rádio	2	25
Laboratório de TV	1	30
Estúdio de TV	1	60
Ilha de Edição	1	15
Laboratório de Informática I	1	30
Laboratório de Informática II	1	40
Laboratório de Informática III	1	20
Sala de Redação	1	25
Sala de Metodologias Ativas	1	20

Biblioteca

Tipo de acesso ao acervo	Livre e on-line (restrito para alunos)
É específica para o curso	Sim, para o Departamento de Comunicação Social
Total de livros da Biblioteca	Títulos: 4.923; Exemplares: 10.937
Periódicos	Títulos:121; Volumes: 5.897
Detalhes do acervo	http://sibi.unitau.com.br/sophia_web/index.html

Está disponível também, entre outros recursos e serviços bibliotecários, o acesso ao Portal de Periódicos CAPES, em que o aluno pode acessar de sua residência o Portal pelo Acesso CAF e, utilizando o perfil de usuário e a senha da rede da UNITAU.

A partir do 2º semestre de 2019, encontra-se disponível para uso da comunidade acadêmica UNITAU, a biblioteca digital “Minha Biblioteca”, com extenso acervo disponível e atualizações periódicas relevantes, sendo de fácil acesso e utilização.

Relação do Corpo Docente

Docente	Disciplina	Regime de Trabalho
1. Aline Fernanda Lima Ferreira Mestre Comunicação Social, Univ. Metodista de SP Esp. Administração de Recursos Humanos – Desenv. Org., UNITAU Graduada Comunicação Social, UNITAU	Trabalho de Graduação - TG	P
	Coordenadora de AACC	
2. Andreia Gomes Guimaraes Aragão Esp. Assessoria, Gestão da Comunicação e Marketing, UNITAU Graduada Comunicação Social - Hab. Relações Públicas, UNITAU	Planejamento de Eventos	P
	Projeto de Extensão "Comida Contada"	
3. Arcione Ferreira Viagi Pós-Doutorado Doutor Eng. Aeronáutica e Mecânica, ITA Mestre Comunicação e Mercado, Fac. Cásper Líbero Esp. Administração de Produção e Operações Industriais, FGV Esp. Administração Financeira, UNITAU Graduado Engenharia Mecânica, UNITAU	Atividades na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação	P
	Fundamentos do Marketing	
	Marketing Avançado	
4. Cesar Augusto Eugenio Doutor Educação, Univ. São Francisco Mestre Educação, Univ. São Francisco Esp. Psicopedagogia, UNITAU Graduado Filosofia, Fac. Salesiana de FCL de Lorena	Membro do Núcleo Docente Estruturante	I
5. Edilene Maia de Almeida Macedo Mestre Comunicação e Mercado, Fac. Cásper Líbero Esp. Teorias da Comunicação, Fac. Cásper Líbero	Coordenadora de Trabalho de Graduação (TG)	I
	Leitura Crítica de Mídia	
	Linguagens Midiáticas	
6. Edson Trajano Vieira Doutor História Econômica, USP Mestre Economia, Mackenzie Graduado História, UNITAU	Economia Política	I

Graduado Ciências Econômicas, UNITAU		
7. Eliana Vianna Brito Kozma Doutora Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem, PUC/SP Mestre Língua Portuguesa, PUC/SP Esp. Linguística Aplicada ao Ensino do Português, Univ. Mogi das Cruzes Graduada Pedagogia, UNICSUL Graduada Letras, Univ. Brás Cubas	Atividades na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação	I
	Comunicação e Linguagem I	
	Comunicação e Linguagem II	
	Produção Textual	
	Trabalho de Graduação - TG	
8. Fabrina Moreira Silva Doutora Filosofia, PUC/SP Mestre Filosofia, PUC/SP Licenciada Filosofia, UNITAU	Filosofia	I
9. Gerson Mario de Abreu Farias Mestre Linguística Aplicada, UNITAU Graduado Comunicação Social, UNITAU	Comunicação Digital	P
	Produção de Áudio	
10. Joao Rangel Marcelo Doutor Integração da América Latina, USP Mestre Integração da América Latina, USP Graduado Comunicação Social, UNITAU	Fotopublicidade	I
	Legislação Aplicada à Comunicação	
	Trabalho de Graduação - TG	
11. Jose Maria da Silva Júnior Mestre Semiótica, Tecnologias de Informação e Educação, Univ. Brás Cubas Graduado Comunicação Social – Hab. Publicidade, Univ. Brás Cubas	Administração em Propaganda	I
	Comunicação Promocional	
	Empreendedorismo	
	Membro do Núcleo Docente Estruturante	
	Planejamento Estratégico de Comunicação	
	Teorias e Técnicas de Publicidade	
12. Jose Mauricio Cardoso do Rego Mestre educação, Centro Univ. Salesiano SP Esp. Ciências Sociais, Fund. Escola de Sociologia e Política de São Paulo Graduado Filosofia, Centro Univ. Salesiano SP	Sociologia	P
13. Josué Marcos de Oliveira Brazil Mestre Linguística Aplicada, UNITAU Esp. Comunicação Social, UNITAU Graduação Publicidade e Propaganda, UNITAU	Atendimento	I
	Coordenador Pedagógico	
	Diretor de Departamento	
	Laboratório Aplicado à Publicidade e Propaganda	
	Mídia	
	Planejamento e Gestão de Mídias Sociais	
	Redação Publicitária - Mídia Eletrônica	
	Redação Publicitária - Mídia Impressa	
	Trabalho de Graduação - TG	
14. Liliane Simi Amaral Mestre Educação, Arte e História da Cultura, Mackenzie Esp. Comunicação Social, UNITAU Graduada Arquitetura e Urbanismo, UNITAU	Comunicação Visual	H
15. Moacir José Dos Santos Pós-Doutorado Doutor História, UNESP Mestre História, UNESP Tecnólogo Gestão Empresarial, CEETEPS Licenciado História, UNESP	Trabalho de Graduação - TG	I
	Atividades na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação	
	Comportamento do Consumidor	
	Inteligência de Mercado	
	Membro do Núcleo Docente Estruturante	
16. Monica Franchi Carniello Pós-Doutorado Doutora Comunicação e Semiótica, PUC/SP Mestre Comunicação e Letras, Mackenzie Graduada Comunicação Social, PUC/Campinas	Pesquisa de Mercado e Opinião Pública	I
	Projetos em Publicidade e Propaganda	
	Trabalho de Graduação - TG	
	Criação e Produção Digital	
	Produção Gráfica	
17. Renata Maria Monteiro Stochero Mestre Linguística Aplicada, UNITAU Esp. Administração de Marketing e Comércio Exterior, UNITAU Graduada Comunicação Social, UNITAU	Trabalho de Graduação - TG	I
18. Reuel Adimar Lopes Mestre Engenharia Mecânica, UNITAU Esp. Assessoria, Gestão da Comunicação e Marketing, UNITAU	Desktop Publish II	P
	Técnicas de Apresentação	
	Trabalho de Graduação - TG	

Graduado Computação, UNITAU		
19. Romaria Pinheiro da Silva Mestre Gestão e Desenvolvimento Regional, UNITAU Graduada Administração de Empresas, UNITAU	Projeto de Extensão "Sabores e Saberes do Campo: alimentação e agricultura sustentáveis"	P
	Relações Internacionais	
20. Sílvia Regina Ferreira Pompeo Araujo Mestre Linguística Aplicada, UNITAU	Língua Portuguesa: Leitura e Escrita Projeto de Extensão "Comida Contada"	I
21. Sílvia dos Santos Mestre Educação: História, Política, Sociedade, PUC/SP Graduada Pedagogia, UNITAU	Ciência Política	P
22. Thiago Vasquez Molina Mestre Linguística Aplicada, UNITAU Esp. Comunicação em Marketing Político, UNITAU Graduada Com. Social – Hab. Publicidade e Propaganda, UNITAU	Branding: Gestão de Marca	P
	Novas Mídias	
	Projetos de Extensão: "InformaDOR" e "Luz, Câmera e Movimento"	
	Produção de Vídeo	
23. Vania de Moraes Pós-Doutorado Doutora Comunicação e Semiótica, PUC/SP Mestre Linguística Aplicada, UNITAU Esp. Administração de Marketing e Comércio Exterior, UNITAU Esp. Comunicação Social, UNITAU Graduada Educação Artística, Fac. Belas Artes de SP	Atividades na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação	I
	Direção de Arte	
24. Viviane Fushimi Velloso Doutora Ciências da Comunicação, USP Mestre Ciências da Comunicação, USP Esp. Gestão de Processos Comunicacionais, USP Graduada Comunicação Social – Hab. Jornalismo, Centro Univ. FIAM-FAAM	Atividades na Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-graduação	I
	Comunicação Integrada de Marketing	
	Trabalho de Graduação - TG	

I – Integral; P – Parcial; H – Horista;

Classificação dos Docentes por Titulação

Titulação	Quantidade	%
Especialista	1	4,1
Mestre	13	54,2
Doutor	10	41,7
Total	24	100

A titulação dos docentes obedece ao disposto na Deliberação CEE 145/2016, que fixa normas para a admissão de docentes para o exercício da docência em cursos de estabelecimentos de ensino superior, vinculados ao sistema estadual de ensino de São Paulo, que estabeleceu que todos os docentes sejam portadores de diploma de pós-graduação stricto sensu ou certificado de especialização em nível de pós-graduação, na área da disciplina que pretendem lecionar.

Corpo Técnico disponível para o Curso

Tipo	Quantidade
Diretor de Departamento	1
Coordenador de Curso de Publicidade e Propaganda	1
Coordenadores dos demais Bacharelados	2
Coordenador dos Cursos Tecnólogos	1
Coordenador de Trabalho de Graduação	1
Coordenador de Atividades Complementares	1
Coordenador de Estágio	1
Secretaria	1
Auxiliar Administrativo	1
Auxiliar de laboratório	1

Demanda do Curso nos últimos Processos Seletivos

Período	Vagas	Período	Candidatos	Relação Candidato / Vaga
Verão 2017	40	Matutino	29	0,7
	60	Noturno	60	1,0
Verão 2018	40	Matutino	17	0,4
	60	Noturno	56	0,9
Verão-2-2018	30	Matutino	3	0,1
	30	Noturno	7	0,2
Verão 2019	-	-	-	-
Verão 2020	60	Noturno	46	0,77

Verão 2020 agendado	40	Noturno	3	0,08
Verão 2021	40	Noturno	13	0,32
Verão 2021 agendado	40	Noturno	26	0,65
Inverno 2021	20	Noturno	10	0,5

A partir de 2019, a UNITAU passou a ofertar o Vestibular agendado

Demonstrativo de Alunos Matriculados e Formados no Curso

Período	Matriculados	Concluintes
2017	413	60
2018	320	40
2019	265	35
2020	172	30
2021	121	20

Matriz Curricular (a partir de 2018)

Período	Disciplina	CH h/a (50 min)
1º	Antropologia	40
	Desktop Publish	80
	Fotografia	40
	Metodologia Científica	80
	Língua Portuguesa: Leitura e Escrita	40
	Fundamentos de Design	40
	Teorias e Técnica de Publicidade	80
	Total Parcial	400
2º	Desktop Publish II	40
	Direção de Arte	40
	Estética e História da Arte	40
	Fotopublicidade	40
	Fundamentos de Marketing	80
	Língua Portuguesa: Leitura e Produção de Textos	40
	Teorias da Comunicação	80
	Total Parcial	360
3º	Comunicação e Linguagem I	40
	Comunicação Visual	80
	Marketing Avançado	40
	Produção de Áudio	80
	Psicologia Aplicada à Comunicação	40
	Redação Publicitária – Mídia Impressa	80
	Total Parcial	360
4º	Comportamento do Consumidor	40
	Comunicação e Linguagem II	40
	Linguagens Midiáticas	40
	Produção de Vídeo	80
	Produção Gráfica	80
	Redação Publicitária – Mídia Eletrônica	40
	Sociologia	40
	Total Parcial	360
5º	Comunicação Promocional	40
	Filosofia	40
	Leitura Crítica de Mídia	40
	Mídia	80
	Pesquisa de Mercado e Opinião Pública	80
	Planejamento Estratégico de Comunicação	80
	Total Parcial	360
6º	Administração em Propaganda	40
	Comunicação Digital	80
	Comunicação Integrada de Marketing	80
	Empreendedorismo	40
	Planejamento e Gestão de Mídias Sociais	40
	Projetos em Publicidade e Propaganda	80
	Total Parcial	360
7º	Atendimento	40
	Branding: Gestão de Marca	80
	Ciência Política	40
	Criação e Produção Digital	80
	Economia Política	40

	Planejamento de Eventos	80
	Total Parcial	360
	Inteligência de Mercado	40
	Laboratório Aplicado à Publicidade e Propaganda	80
	Legislação Aplicada à Comunicação	40
	Novas Mídias	40
	Produção Textual	40
	Relações Internacionais	40
	Total Parcial	320
		2.880 h/a

Demonstrativo da Carga Horária

	CH h/a	CH horas
Disciplinas	2.880	2.400
TCC	-	200
Atividades Complementares	-	200
Total do Curso	-	2.800

O Projeto do Curso atende às Resoluções CNE/CES:

- 02/2007, que dispõe sobre carga horária mínima e procedimentos relativos à integralização e duração dos cursos de graduação, bacharelados, na modalidade presencial, estabelecendo a carga horária mínima para Comunicação Social em 2.700 horas (Publicidade e Propaganda é uma habilitação desse Curso, enquanto não são homologadas as DCN específicas);
- 03/2007, que dispõe sobre o conceito de hora-aula.
- 16/2002 e Pareceres CNE/CES 492/2001 e 1.363/2001, que instituem as DCN do Curso de Comunicação Social e suas Habilitações.

Da Comissão de Especialistas (de fls. 257 a 272)

Abaixo trechos relevantes do Relatório:

- Contextualização do Curso, do Compromisso Social e Justificativa: com avaliação positiva.

“(…) Seus princípios, valores e compromissos estão muito bem delineados e compatíveis com propósitos legítimos, éticos e de interesse social.

(…) Os reflexos da pandemia da covid-19, somado ao fechamento de vários pontos de emprego na cidade com a liquidação da Ford, LG (linha de celulares) entre outras, afetaram a permanência dos estudantes na IES, algo que está sendo superado com novos procedimentos visando equilibrar a sustentabilidade econômica da UNITAU.

O curso é oferecido no campus da UNITAU, Avenida Prof. Walter Thaumaturgo, Nº 785, em Taubaté, Estado de São Paulo.

A Universidade oferece meios apropriados para fazer valer seus propósitos sendo referência positiva para a área acadêmica e, também, no âmbito social.”

- Objetivos Gerais e Específicos: com avaliação positiva.

“De acordo com o PPC, páginas 63 e 64, é possível verificar que os objetivos gerais e específicos estão bem apresentados, consistentes com uma formação acadêmica e cidadã do publicitário. Reúne propósitos sintonizados com a sociedade atual, diversa, em que o campo da comunicação integrada deve fazer-se presente e coligado com as novas tecnologias.

Os intentos cobrem as grandes áreas formadoras do campo publicitário e nas diversas esferas profissionais que se mostram na atualidade.

(…) Constata-se que os objetivos gerais e específicos são coerentes e pertinentes em função do que se espera de um bom curso ancorado na sociedade, mercado e academia.”

- Currículo, Ementário e Sequência e Bibliografias: com avaliação geral positiva, embora traga sugestões. Verificado o atendimento às DCN de 2002 – Comunicação Social e Habilitações e, também, início de adequação às novas DCN, ainda não homologadas.

“Atualmente, os cursos presenciais de graduação em Publicidade e Propaganda regem-se por duas diretrizes curriculares: a Resolução CNE/CES 16/2002 (Pareceres CNE/CES 492/2001 e CNE/CES 1363/2001) e o Parecer CNE/CES 146/2020, aprovado em 29/4/2020 (em homologação).

A nova diretriz curricular (DCN-PP 2020) estipula o prazo de 3 anos para a efetiva implantação por parte dos Cursos já existentes, de forma que a IES ainda convive com a transição desses dois modelos, algo que esta Comissão de Especialistas levou em consideração.

O PPC não evoca explicitamente com qual DCN se articula, embora especificamente a matriz curricular denote o enquadramento na DCN de 2020.

É possível verificar que a arquitetura e o conteúdo apresentados pelo projeto pedagógico articulam-se tanto com a DCN de 2002 quanto com a DCN de 2020.

(...) A matriz curricular em vigor organiza a oferta de disciplinas em 8 semestres ou Períodos, ou seja, integralização mínima em 4 anos em que, desde o início, traz uma adequada mescla de disciplinas teóricas, técnicas e práticas, o que estimula o aluno desde seu ingresso.

Os semestres são estruturados de forma que as disciplinas formais não ocupem a totalidade do horário (com exceção do primeiro período) permitindo, assim, a oferta de outras disciplinas, atividades e ações extracurriculares.

O PPC informa que o curso está estruturado em dois grandes blocos: 1 – Criação e produção – do primeiro ao quarto semestre e 2 – Planejamento e estratégia – do quinto ao oitavo semestre. Afirma haver interdisciplinaridade, mas não demonstra como efetivamente ela ocorre. Não se verificou uma articulação entre disciplinas, projetos, atividades e laboratórios.

Esta Comissão, em conversa com os alunos, registrou a sobreposição de conteúdos em disciplinas que possuem denominação similar. Aferiu também uma demanda para conteúdos de mídias sociais em que a formatação, linguagem e estrutura de certos canais (Instagram, Facebook, Twitter, Pinterest etc.) exigem domínio por parte do publicitário atual. Aferiu que o 8º Período poderia centrar-se no Trabalho de Graduação (TG) de forma a dar espaço para disciplinas e atividades a ele diretamente pertinentes e evitar as que retomam conteúdos anteriormente trabalhados além de, possivelmente, antever espaço no 7º Período para o planejamento do TG. Sugere-se que os gestores do curso promovam encontros adicionais com os discentes e docentes para tais reflexões.

(...) A [nova e ainda não homologada] DCN também antevê a oferta de disciplinas optativas e experiências EAD, algo que também não ficou evidenciado no PPC.

A pandemia do coronavírus trouxe uma situação em particular: as aulas remotas. A UNITAU esforçou-se em suprir as demandas discentes no sentido de fazer cumprir a matriz curricular e demais atividades previstas. No entanto, lacunas importantes foram detectadas na oferta das disciplinas: Produção de Áudio (3º Semestre) e Produção de Vídeo (4º Semestre) para a atual turma do 4º ano; Fotografia/Fotopublicidade (1º e 2º Semestre), Desktop Publish I/II (1º e 2º Semestre) e Produção de Áudio (3º Semestre) para a atual turma do 3º ano. Tal situação pode merecer atenção especial da Universidade em uma possível oferta dos conteúdos principais em comum acordo com os alunos.” (gg.nn.)

- Matriz Curricular: com avaliação positiva.

“Como mencionado no item anterior, o PPC se posiciona numa situação híbrida das DCN 2002 e DCN 2020, mas que contempla um alinhamento às competências desejadas para o egresso na formação de seu perfil enquanto publicitário.

A sistemática pedagógica sugerida no PPC faz alusão a uma metodologia ativa: aulas expositivas, simulações, debates, estudo de caso, problematização, discussões, seminários, participação interativa, ambiente colaborativo, aplicativos e mapas conceituais.

A busca é pela articulação de teoria, técnica e prática num modelo inter e transdisciplinar.

A dinâmica verificada indica que tal articulação e aplicação é alcançada, pelo menos, em boa parte do curso de forma a oferecer uma estrutura de ensino aprendizagem apropriada e pertinente ao corpo discente.”

- Metodologias de Aprendizagem: com avaliação positiva.

“Já nos objetivos e perfil do egresso a IES prevê uma formação crítica e responsável, com possibilidades de trabalhos individuais e grupos, algo que se estende para o item da inter e transdisciplinaridade em que métodos objetivos inspiram a formação curricular num sentido holístico priorizando a harmonização concomitante do estatuto prático e teórico.

O PPC expõe com clareza a metodologia de ensino, metodologias ativas com uma mescla de atividades e formatos com a finalidade de dinamizar a oferta do curso.

São pontuadas as práticas de ensino com aulas específicas e projetos Interdisciplinares.”

- Projeto de Estágio Supervisionado: com avaliação positiva.

“Não há a obrigatoriedade do estágio para o curso de Publicidade e Propaganda da UNITAU, algo que também é opcional segundo as DCN e normas vigentes.

Os discentes podem praticar estágios com a supervisão de um docente assim designado, quer no âmbito da AACCC (até 100 horas) ou na agência de comunicação. Não há norma específica sobre estágios para o curso.”

- Trabalho de Graduação: com avaliação positiva.

“No semestre final é exigida a apresentação do Trabalho de Graduação/TG consistindo em projeto prático ou projeto monográfico sob a coordenação de um professor do Departamento de Comunicação. Trata-se de uma modalidade que envolve conhecimentos das várias disciplinas cursadas, mas com tema escolhido pelos discentes. Tal oferta mostra-se compatível com as DNC e normas em vigor. (...)”

- Vagas, acompanhamento de egressos:

“(…) Não se apurou no PPC um processo aprofundado de acompanhamento de egressos. Com tal realidade, esta Comissão considera muito adequado o número de vagas oferecidas e as condições de oferta atendem às normas estabelecidas.”

- Sistema de Avaliação do Curso:

“(…) A avaliação interna segue a deliberação Consep 276/2019 realizada no âmbito das disciplinas aos alunos matriculados prevendo instrumento principal (prova, projeto ou produto) e instrumentos parciais, sempre alinhados com a proposta pedagógica docente.

Há a Avaliação Progressiva de Desempenho Acadêmico aplicada aos ingressantes e concluintes no sentido de avaliar a qualidade ao longo do curso nos moldes do ENADE.

Os formatos, procedimentos e dinâmica das avaliações tem sido regido por normas aprovadas pelo Consep caso do Sistema de Avaliação Institucional e CPA. A Deliberação 242/2020, em especial, dedica-se a normatizar o Sistema de Avaliação Institucional incluindo a verificação do aprendizado discente.

Tal sistema se revela apropriado, justo e compatível com as premissas e intentos delineados pelo PPC.”

- Sistema de Avaliação Institucional:

“(…) Em reunião com a Coordenação da CPA, esta Comissão notou que há emissão de relatórios analíticos que favorecem a gestão do curso e que são compartilhados com a chefia, docentes e discentes. Em 2021, 67% dos docentes e servidores do Departamento de Comunicação Social responderam à avaliação da CPA; já 14% foi a adesão entre os estudantes do curso (...).”

- Atividades relevantes: com avaliação positiva.

“O curso revela-se dinâmico e pró- ativo ao envolver-se com várias atividades de extensão e eventos.

O Ciclo de Comunicação é um evento integrador para o Curso de Comunicação Social, além do Café União e a tradicional Semana da Comunicação com mais de 40 edições. A 42 edição abordou o tema “Cultura Digital, Diversidade e empreendedorismo”.

O Curso de Comunicação participa dos Jogos Universitários (JUTA), Feira de Oportunidades e do Empreendedorismo, Feira das Profissões, Congresso internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento (CICTED), Meeting Universidade-Empresa.

A IES possui um Programa de Monitoria que seleciona e supervisiona alunos com performance destacada e que podem ser agentes multiplicadores para a comunidade acadêmica do curso.

A participação dos estudantes das atividades de monitoria, extensão ou IC não é significativa, uma vez que preferem o estágio remunerado ou um trabalho como fonte de renda. No entanto, há regulamentos próprios para as atividades.

(...) Esta Comissão entende que o curso oferece oportunidades em outras atividades fora do ambiente de sala de aula e, portanto, atende adequadamente a este item (...).”

- Recursos Educacionais de Tecnologia da Informação:

“(…) a UNITAU dispõe de um Espaço Virtual de Aprendizagem (EVA) em que professores e alunos podem interagir. Esse espaço encontra-se dentro da plataforma Moodle e dispõe de áreas para apresentação de conteúdos em vídeo, fotos, animações e textos.

Há diversas áreas como chats e interação assíncrona, como os fóruns de discussão.

Nesse ambiente, os alunos tiveram aulas síncronas durante a pandemia e cursos de capacitação foram realizados com os docentes logo na primeira semana da pandemia.

Deve ser reforçado que, nas aulas com o suporte de metodologias ativas, em muitas atividades são utilizados recursos tecnológicos para o ensino-aprendizagem como os aplicativos Socrative, Plickers, Kahoot e Mentimeter. Os alunos podem utilizar esse ambiente para atividades não presenciais.

Observou-se adequadamente a disponibilização e uso das TICs.”

- Docentes e Coordenação do Curso: com avaliação positiva.

“(…) Ao avaliar o perfil acadêmico de cada docente no que se refere à formação, à pós-graduação e à aderência às disciplinas, nota-se adequada a atribuição das disciplinas aos mesmos. Os currículos dos docentes indicam experiência profissional e acadêmica no campo da Comunicação, alguns com ênfase em Publicidade e Propaganda.

O curso não conta com auxiliares didáticos em sala de aula; apenas os funcionários de apoio nos laboratórios.

Esta Comissão não notou nada que desabone o curso nesse critério.”

- Núcleo Docente Estruturante, Colegiado do Curso: Verificada a atuação.

“(…) As Atas das reuniões foram devidamente apresentadas e as reuniões ocorrem mensalmente, ordinariamente ou em caráter de urgência, extraordinariamente.

Observa-se que há uma representação democrática e ampla de todos que participam do curso ancorada em normas formais.”

- Infraestrutura física, wifi, internet: com avaliação geral positiva, sinalizando necessidade de melhorias em

relação à acessibilidade, conforto térmico e acústico.

“(...) Durante a visita realizada às instalações do curso, os avaliadores puderam perceber que, em geral, todos os ambientes se apresentam com condições muito boas de limpeza e organização, proporcionando um ambiente saudável com relação aos aspectos vinculados à higiene.

A despeito desta condição, observou-se a necessidade de melhoria no que diz respeito à sinalização de segurança, pois em diversos locais de trânsito faltam sinalizações indicativas de alterações de nível de piso e indicações de rota de fuga, por exemplo.

Por outro lado, todos os caminhos de circulação vertical contam com guarda-corpo em dimensão adequada e faixas antiderrapantes no piso.

(...) Com relação à acessibilidade, também verificamos a necessidade de esforço de adequação das instalações. Somente no edifício que abriga os laboratórios específicos encontramos a instalação de elevadores, proporcionando a adequada circulação vertical de portadores de necessidades especiais. (...) Esta Comissão considera adequados os laboratórios que atendem o curso.”

- Biblioteca: com avaliação positiva, sinalizando para o problema crônico de alagamento na área próxima ao prédio, apesar dos pedidos reiterados à Prefeitura Municipal para resolução da questão.

“(...) O ambiente físico é acessível e contempla espaço para atendimento, para acervo e três ambientes distintos para atividades individuais e em grupo.

(...) A partir do 2º semestre de 2019 a IES disponibilizou para uso da comunidade acadêmica a biblioteca digital “Minha Biblioteca” com extenso acervo disponível e atualizações periódicas relevantes, sendo de fácil acesso e utilização. O acervo possui 12.102 títulos e para o curso de Publicidade são 68 livros disponíveis.

Dos exemplares solicitados à Bibliotecária no momento da visita, foram localizados 90% dos livros, tanto físicos como virtuais, algo que se mostra adequado (...).”

- Quadro de Apoio: com avaliação positiva.

- Atendimento às recomendações do Parecer CEE anterior: verificado o atendimento.

“O Parecer CEE 310/2016 trouxe recomendações sobre a melhoria de acompanhamento discente, incremento de obras básicas e complementares, melhoria do acervo da biblioteca, que devem ser verificadas pelos Especialistas.

Tais melhorias e adequações foram observadas por esta Comissão que expressa o cumprimento de tais quesitos.”

Na sua manifestação final, os Especialistas destacaram os pontos fortes: “bom clima acadêmico, envolvimento do corpo discente e docente nas atividades e disciplinas ofertadas, estrutura laboratorial que permite a execução de trabalhos e projetos desenvolvidos nas diversas áreas de interesse do curso e adequadas condições de infraestrutura”.

Apontaram a necessidade de adequação do Projeto às novas DCN, quando homologadas, intenção já registrada pelo Diretor do Departamento de Comunicação Social da UNITAU, através do Memorando 23/2022, às fls. 272.

Os Especialistas finalizaram seu relatório com **parecer favorável** à Renovação do Reconhecimento do Curso, nos termos da Deliberação CEE 171/2019.

Considerações Finais:

Os Especialistas fizeram observações sobre o currículo, em termos de se alinhar a novas demandas do mercado, observaram que algumas recomendações do último ato regulatório foram consideradas e resolvidas. Destacam alguns pontos fortes como “*bom clima acadêmico, envolvimento do corpo discente e docente nas atividades e disciplinas ofertadas, estrutura laboratorial que permite a execução de trabalhos e projetos desenvolvidos nas diversas áreas de interesse do curso e adequadas condições de infraestrutura*”. Salienta-se a reduzida demanda para o Curso (candidatos/vaga < 1) e a observação sobre as mudanças econômicas recentes que afetaram a região e poderão impactar, ainda mais, este aspecto se não houver adequação do curso aos novos mercados. O acompanhamento de egressos é ainda mais importante nesta situação e deve ser implementado.

2. CONCLUSÃO

2.1 Aprova-se, com fundamento na Deliberação CEE 171/2019, o pedido de Renovação do Reconhecimento do Curso de Publicidade e Propaganda, da Universidade de Taubaté, pelo prazo de cinco anos.

2.2 Recomenda-se observar os comentários dos Especialistas e as Considerações Finais deste Parecer.

2.3 A IES deverá atender à Resolução CNE/CES 07/2018, que estabelece as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira.

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

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

São Paulo, 16 de agosto de 2022.

a) Cons^a Eliana Martorano Amaral
Relatora

3. DECISÃO DA CÂMARA

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

Presentes os Conselheiros Bernardete Angelina Gatti, Décio Lencioni Machado, Eduardo Augusto Vella Gonçalves, Eliana Martorano Amaral, Iraíde Marques de Freitas Barreiro, Jacintho Del Vecchio Junior, Roque Theophilo Junior, Rosângela Aparecida Ferini Vargas Chede, Rose Neubauer e Thiago Lopes Matsushita.

Sala da Câmara de Educação Superior, 17 de agosto de 2022.

a) Cons. Roque Theophilo Junior
Vice-Presidente no exercício da Presidência

DELIBERAÇÃO PLENÁRIA

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

Sala “Carlos Pasquale”, em 24 de agosto de 2022.

Cons^a Ghisleine Trigo Silveira
Presidente

PARECER CEE 305/2022	-	Publicado no DOE em 27/08/2022	-	Seção I	-	Página 28
Res. Seduc de 05/09/2022	-	Publicada no DOE em 07/09/2022	-	Seção I	-	Página 29
Portaria CEE-GP 407/2022	-	Publicada no DOE em 09/09/2022	-	Seção I	-	Página 20