



**CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO**  
PRAÇA DA REPÚBLICA, 53 – CENTRO/SP - CEP: 01045-903  
FONE: 2075-4500

PROCESSO	CEESP-PRC-2025/00067		
INTERESSADA	Universidade de Taubaté		
ASSUNTO	Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais		
RELATOR	Cons. Hubert Alquéres		
PARECER CEE	Nº 87/2026	CES	Aprovado em 25/03/2026

**CONSELHO PLENO**

**1. RELATÓRIO**

**1.1 HISTÓRICO**

Trata-se de pedido de **Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais**, na modalidade presencial, apresentado pela Universidade de Taubaté, nos termos da Deliberação CEE 171/2019, conforme Ofício R 085/2025 – UNITAU, protocolado em 14/04/2025 (fls. 04).

Foram enviados os seguintes documentos: Relatório Síntese (fls. 05 a 12), Projeto Pedagógico do Curso – PPC (fls. 13 a 95), Relatório de Atividades Relevantes (fls. 96 a 113), Deliberação CONSEP 189-2024 – Calendário Escolar (fls. 114 a 123), Ementário do Curso (fls. 124 a 174), Regulamento das Atividades Curriculares de Extensão – ACE (fls. 175 a 186) e Atividades Curriculares de Extensão Programadas, com as disciplinas e/ou projetos com carga horária de extensão (fls. 187 a 200).

Os autos foram recebidos nesta Assessoria Técnica em 14/04/2025. Após análise da documentação, os mesmos foram encaminhados à CES em 16/09/2025 para designação da Comissão de Especialistas (fls. 204).

Em 08/10/2025, a **Portaria CEE-GP 330** designou os Professores Gino Giacomini Filho e Milton Pelegrini para elaboração do Relatório circunstanciado sobre o Curso (fls. 206). A visita *in loco* foi realizada pelos Especialistas nos dias 10 e 11/11/2025 (fls. 208), tendo sido elaborado Relatório circunstanciado, juntado de fls. 208 a 224.

Por meio do **Ofício CES 499/2025**, de 10/12/2025, o Presidente da Câmara de Educação Superior encaminhou à IES o Relatório da Comissão de Especialistas, para ciência e manifestação (fls. 229), **considerando a conclusão desfavorável ao reconhecimento** do Curso de Mídias Sociais Digitais oferecido pela UNITAU, em razão das deficiências apontadas.

Em resposta, a UNITAU juntou aos autos o **Ofício R 002/2026** (fls. 230 a 231), datado de 07/01/2026, por meio do qual informou a elaboração de nova documentação e **solicitou a reavaliação das considerações constantes do Relatório da Comissão de Especialistas**. Foram apresentados esclarecimentos e documentos complementares relativos aos apontamentos registrados, de fls. 232 a 276, os quais serão oportunamente detalhados.

Com vistas a subsidiar a manifestação da IES, foram posteriormente juntados aos autos os seguintes documentos (fls. 278 a 703):

**Anexo I** – Resultados alcançados – Projeto de Aplicação em Pesquisa e Extensão (PAPEX) – 2024 a 2025 (fls. 278 a 443);

**Anexo II** – Planos de Ensino (fls. 444 a 509);

**Anexo III** – Proposta de Nova Matriz Curricular (fls. 510 a 512);

**Anexo IV** – Evidências das Atividades Acadêmicas e Práticas Formativas do Curso (fls. 514 a 525);

**Anexo V** – Projeto de Aplicação em Pesquisa e Extensão (PAPEX) – Versão Final – Mídias Sociais (fls. 526 a 595);

**Anexo VI** – Deliberação CONSEP nº 214/2023, que dispõe sobre o Currículo do Curso (fls. 596 a 601).

**Anexo VII** – Avaliação Integrada – Mídias Sociais Digitais (fls. 602 a 628);

**Anexo VIII** – Produção apresentada no Congresso Internacional de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento (CICTED) 2025 (fls. 629 a 632);

**Anexo IX** – Produção Técnica Discente (fls. 633 a 651);



**Anexo X** – Produção Docente na Área (fls. 652 a 658);

**Anexo XI** – Portaria PRG 262/2025 – designação do Núcleo Docente Estruturante (NDE) do Curso (fls. 659 a 660);

**Anexo XII** – Manual do Aluno – UNITAU (fls. 661 a 691);

**Anexo XIII** – Demanda do Curso (fls. 692 a 693);

**Anexo XIV** – Deliberação CONSEP 304/2014, que autoriza a criação do Curso de Especialização em Comunicação Corporativa, Marketing e Mídias Sociais (fls. 694 a 695);

**Anexo XV** – Deliberação CONSEP 317/2025, que aprova o Regulamento dos Núcleos Docentes Estruturantes (NDEs), no âmbito dos cursos de graduação da Universidade de Taubaté, nas modalidades presencial e a distância (fls. 696 a 703).

Concluída a juntada da documentação apresentada pela IES, a manifestação foi encaminhada à apreciação da Comissão de Especialistas (fls. 704), que se pronunciou por meio de Relatório datado de **19/01/2026**, juntado às fls. **705**.

Os autos retornaram à Assessoria Técnica em **19/01/2026** (fls. 707), para elaboração de Informação Técnica.

## 1.2 APRECIÇÃO

Com base na norma em epígrafe e nos documentos incluídos aos autos, passo a relatar.

### Histórico Institucional

Recredenciamento	Parecer CEE 121/2019 e Portaria CEE/GP 190/2019, DOE 04/05/2019, por 7 anos • Em 01/09/2025, foi protocolado neste Conselho o pedido de Recredenciamento Institucional da Universidade de Taubaté (Processo CEESP-PRC-2025/00141, em trâmite)
Direção	Reitora: Nara Lúcia Perondi Fortes - Doutor Vice-Reitor: Luiz Carlos Maciel Mandato: 03/07/2022 a 02/07/2026 4 anos

### Dados do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais (fls. 6)

Atos legais do Curso	<b>Deliberação Consep 214/2023</b> – dispõe sobre o Currículo do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais, em regime seriado semestral. <b>Deliberação Consep 087/2024</b> – dispõe sobre o Currículo do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais, em regime seriado semestral, para alunos ingressantes a partir de 2024, em turmas em andamento.
CH	1.600h (mil e seiscentas horas)
Duração h/a	50 min
Período	Noturno
Horário	De segunda a sexta, das 19h às 22h40
Vagas por período	40 vagas
Integralização	Mínimo 4 semestres e máximo 6 semestres
Responsável pelo Curso	<b>Aline Fernanda Lima Ferreira</b> Mestre em Comunicação Social, Univ. Metodista de São Paulo, UMESP Esp. em Administração de Recursos Humanos, Univ. de Taubaté, UNITAU Graduada em Comunicação Social, Univ. de Taubaté, UNITAU Cargo Ocupado na Instituição: Coordenador Pedagógico

A Deliberação CEE 171/2019 estabelece:

*“Art. 41 O pedido de reconhecimento de um novo curso, habilitação, modalidade ou ênfase será encaminhado após decorrido período correspondente à metade da sua duração e, no máximo, até o final do primeiro trimestre do último ano de sua integralização pela primeira turma.”*

A primeira turma do Curso teve início no primeiro semestre de 2024, com previsão de término no final de 2025, portanto o pedido não foi protocolado dentro do prazo previsto pela legislação.

### Caracterização da infraestrutura física da Instituição reservada para o Curso (fls. 07)

Instalação	Quantidade	*Capacidade	Observações
Salas de aula	31	20 a 60	
Laboratórios de Informática	07	20 a 40	
Laboratório de TV	01 (9 salas)	40	
Laboratório de Rádio	01 (4 salas)	30	Também funciona a Central de Podcast
Laboratório de Fotografia	01 (2 salas)	30	
Sala de Redação/ ACI	01	30	
Auditório (Unitau)	01	180	Esse espaço é de uso geral da IES
Miniauditório	01	100	
Multimeios 1	01	90	Lugares em longarinas
Multimeios 2	01	64	Lugares em bancadas
Sala de Metodologias Ativas	01	50	Mesas com rodízios
Apoio (2 secretárias, 1 sala de direção, 1 cozinha, 1 salas dos professores com banheiros, 2 banheiros femininos e	10		



masculinos, 1 espaço de convivência)			
Sala do Centro Acadêmico	01	20	
Cantina	01	20	

\* Pessoas

**Biblioteca (fls. 07)**

Tipo de acesso ao acervo	( x ) livre ( ) através de funcionário
Específica para o Curso	( ) sim ( x ) não ( ) específica da área
Total de livros (impressos e eletrônicos) para o curso (nº)	Títulos (1.251)
Periódicos	Títulos: <b>40</b>
Videoteca/Multimídia	0
Teses	12
Outros	4.155

\* Revistas digitais a que temos acesso por meio do convênio com o Portal de Periódicos da CAPES.

**Acervo eletrônico:** <http://sibi.unitau.com.br/terminalweb>**Bibliotecária Responsável** - Comunicação: Cláudia Regina Santiago - CRB 8 5670.**Bibliotecária Responsável** - Gestão e Negócios: Maria Aparecida Lemos de Souza - CRB8 9087**Relação do Corpo Docente (fls. 08)**

Nome	Titulação Acadêmica	Regime de Trabalho	* Disciplina(s) ministradas no curso	C.H semanal
<b>1. André Petris Gollner</b> Mestre em Comunicação, Universidade Municipal de São Caetano do Sul - USCS. Graduado em Publicidade e Propaganda, Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Graduado em Pedagogia (Formação Pedagógica - Licenciatura), Centro Universitário Braz Cubas.	Mestre	Integral	Mídias e Redes Sociais e Influência Digital	40
<b>2. Andréia Gomes Guimarães Aragão</b> Especialista em Assessoria, Gestão da Comunicação e Marketing, Universidade de Taubaté - UNITAU. Graduada em Comunicação Social - Habilitação em Relações Públicas, Universidade de Taubaté - UNITAU.	Especialista	Integral	Linguagem e Expressão	40
<b>3. Aline Fernanda Lima Ferreira</b> Mestre em Comunicação Social, Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Especialista em Administração de Recursos Humanos - Desenvolvimento Organizacional, Universidade de Taubaté - UNITAU. Graduada em Comunicação Social, Universidade de Taubaté - UNITAU.	Mestra	Integral	Comunicação Integrada	40
<b>4. Arcione Ferreira Viagi</b> Doutor em Engenharia Aeronáutica e Mecânica, Instituto Tecnológico de Aeronáutica, ITA. Mestre em Comunicação e Mercado, Fac. Cásper Libero, FCL. Esp. em Administração de Produção e Operações Industriais, Fundação Getúlio Vargas, FGV-SP. Esp. em Administração Financeira, Univ. de Taubaté, UNITAU. Graduado em Engenharia Mecânica, Univ. de Taubaté, UNITAU.	Doutor	Horista	Marketing e Inovação	30
<b>5. Iliane Freire de Oliveira</b> Doutora em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo - USP. Mestra em Ciências da Comunicação, Universidade de São Paulo - USP. Especialista em Comunicação Social, Universidade de Taubaté - UNITAU. Graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, Universidade de Taubaté - UNITAU.	Doutora	Integral	Gestão de Projetos	40
<b>6. Eliana Viana Brito</b> Doutora em Linguística Aplicada e Estudos da Linguagem, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP. Mestra em Língua Portuguesa, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - PUC/SP. Especialista em Linguística Aplicada ao Ensino do Português, Universidade de Mogi das Cruzes - UMC. Graduada em Pedagogia, Universidade Cruzeiro do Sul - UNICSUL. Graduada em Letras, Universidade Braz Cubas - UBC.	Doutora	Integral	Língua Portuguesa: leitura e escrita	40
<b>7. Gerson Mário de Abreu Farias</b> Mestre em Linguística Aplicada, Universidade de Taubaté - UNITAU. Graduado em Comunicação Social, Universidade de Taubaté - UNITAU.	Mestre	Horista	E-Commerce e Mobile Commerce	20
<b>8. João Rangel Marcelo</b> Doutor em Ciências, Programa de Integração da América Latina, Universidade de São Paulo - USP. Mestre em Integração da América Latina, Universidade de São Paulo - USP. Especialista em Comunicação Social, Universidade de Taubaté - UNITAU. Graduado em Comunicação Social, Universidade de Taubaté - UNITAU.	Doutor	Integral	Fotografia, Edição e Tratamento de Imagem	40
<b>9. José Maria da Silva Junior</b> Mestre em Semiótica, Tecnologias de Informação e Educação, Universidade Braz Cubas - UBC. Graduado em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda, Universidade Braz Cubas - UBC.	Mestre	Horista	Empreendedorismo e Economia Criativa	20
<b>10. José Maurício Cardoso do Rego</b> Mestre em Educação, Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL. Graduado em Filosofia, Centro Universitário Salesiano de São Paulo - UNISAL.	Mestre	Integral	Cultura e Sociedade Contemporânea	40



<b>11. Lucia Carvalho Moreira Dias</b> Doutora em Comunicação, Universidade Paulista – UNIP. Mestra em Comunicação, Universidade Paulista – UNIP. Especialista em Design Instrucional para EaD Virtual, Universidade Federal de Itajubá – UNIFEI. Especialista em Comunicação de Marketing, Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM. Graduada em Comunicação Visual, Fundação Armando Álvares Penteado – FAAP.	Doutora	Horista	Estilo e Composição Visual	20
<b>12. Luis Guilherme de Brito Arduino</b> Doutor em Design, Universidade Anhembi Morumbi – UAM. Mestre em Linguística Aplicada, Universidade de Taubaté – UNITAU. Especialista em Comunicação, Semiótica e Linguagens Visuais, Centro Universitário Braz Cubas – BRAZCUBAS. Graduado em Publicidade e Propaganda, Universidade de Taubaté – UNITAU.	Doutor	Integral	Monitoramento e Métricas Digitais	40
<b>13. Lourival da Cruz Galvão Junior</b> Doutor em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – USP. Mestre em Linguística Aplicada, Universidade de Taubaté – UNITAU. Graduado em Jornalismo, Universidade de Taubaté – UNITAU.	Doutor	Integral	Teorias da Comunicação	40
<b>14. Renata Maria Monteiro Stochero</b> Mestre em Linguística Aplicada, Universidade de Taubaté – UNITAU. Especialista em Administração de Marketing e Comércio Exterior, Universidade de Taubaté – UNITAU. Graduada em Comunicação Social, Universidade de Taubaté – UNITAU.	Mestra	Integral	Desktop Publishing e Webdesign	40
<b>15. Ricardo Guerra</b> Especialista em Comunicação Corporativa, Marketing e Mídias Sociais, Universidade de Taubaté – UNITAU. Graduado em Comunicação Social, Universidade de Taubaté – UNITAU.	Especialista	Horista	Comunicação e Ambiente Digital	20
<b>16. Thiago Vasques Molina</b> Doutor em Comunicação, Universidade Anhembi Morumbi – UAM. Mestre em Linguística Aplicada, Universidade de Taubaté – UNITAU. Especialista em Comunicação em Marketing Político, Universidade de Taubaté – UNITAU. Graduado em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, Universidade de Taubaté – UNITAU.	Doutor	Integral	Produção Audiovisual	40

\*Importante apontar que, no caso da indicação das disciplinas ministradas, uma parte das informações estão relacionadas às atribuições de aula de 2024/1 e 2024/2; outra parte está relacionada à área de atuação do professor uma vez que os períodos 3 e 4 ainda não foram oferecidos.

#### Docentes segundo a titulação (fls. 08)

TITULAÇÃO	Nº	%
Graduado	0	0
Especialistas	2	12,5
Mestres	6	37,5
Doutores	8	50,0
Pós-doutorado	1*	
<b>Total</b>	<b>16</b>	<b>100%</b>

\* não contabiliza como título

#### Corpo técnico (não Acadêmico e Administrativo) disponível para o Curso (fls. 09)

Tipo	Quantidade
Técnico de Informática	01
Técnicos de TV	06
Técnico de Laboratório	01
Técnicos de Rádio	01
Bibliotecária Comunicação	01
Bibliotecária Gestão e Negócios	01
Auxiliar de Biblioteca	01
Equipe de Segurança (terceirizada)	04
Equipe de Limpeza (terceirizada)	04
Porteiros	02
<b>TOTAL</b>	<b>22</b>

#### Demanda do Curso nos últimos processos seletivos (fls. 09)

Período	Vagas		Candidatos		Relação Candidato/Vaga	
	Manhã	Noite	Manhã	Noite	Manhã	Noite
2024/1	-	40	-	-	-	-
2024/2	-	20	-	-	-	-
2025/1	-	40	-	25	-	0,62

#### Demonstrativo de Alunos Matriculados e Formados no Curso, por semestre (fls. 09)

Período	MATRICULADOS						EGRESSOS	
	Ingressantes		Demais séries		Total		Manhã	Noite
	Manhã	Noite	Manhã	Noite	Manhã	Noite		
2024/1	-	10	-	-	-	-	-	
2024/2	-	01	-	-	-	-	-	
*2025/1	-	05	-	-	-	-	-	

\*curso sem turma aberta em 2025/1



## Matriz Curricular – Deliberação CONSEP 087/2024 – fls. 10

Disciplina	Ano/ semestre letivo	Carga Horária Presencial	Carga Horária a Distância
<b>Módulo I - Geração de Conteúdo</b>			
Desktop Publishing e Webdesign	1	80	
Eletiva II	1	40	40
Eletiva III	1	40	
Eletiva IV	1	80	
Edição e Tratamento de Imagem	1	80	
Língua Portuguesa: Leitura e Produção de Textos	1	40	40
Teorias da Comunicação	1	40	
<b>Total do Período</b>		<b>400</b>	<b>80</b>
Disciplina	Ano/ semestre letivo	Carga Horária Presencial	Carga Horária a Distância
<b>Módulo II - Análise de Conteúdo</b>			
Cultura e Sociedade Contemporânea	2	40	
Eletiva V	2	40	
Eletiva VI	2	80	
Empreendedorismo e Economia Criativa	2	40	40
Legislação, Ética e Direitos Autorais	2	40	
Monitoramento e Métricas Digitais	2	40	
Pesquisa de Mercado e Opinião Pública	2	40	40
Planejamento Estratégico de Comunicação	2	80	
<b>Total do Período</b>		<b>400</b>	<b>80</b>
Disciplina	Ano/ semestre letivo	Carga Horária Presencial	Carga Horária a Distância
<b>Módulo III - Mídias Sociais Digitais</b>			
Análise e Aplicação de Dados	3	40	
Branding: Gestão de Marca	3	40	
Eletiva VII	3	40	
Eletiva VIII	3	40	40
Eletiva IX	3	40	
Laboratório de Edição Digital	3	80	
Marketing e Inovação	3	40	40
Monetização de Negócios na Internet	3	80	
<b>Total do período</b>		<b>400</b>	<b>80</b>
Disciplina	Ano/ semestre letivo	Carga Horária Presencial	Carga Horária a Distância
<b>Módulo IV - Controle de Conteúdos</b>			
Comunicação e Ambiente Digital	4	80	
Eletiva I	4	80	
Estilo e Composição Visual	4	40	
Fotografia	4	40	
Língua Portuguesa: Leitura e Escrita	4	40	40
Mídias e Redes Sociais	4	40	40
Produção Audiovisual	4	80	
<b>Total do Período</b>		<b>400</b>	<b>80</b>

<b>Carga horária total de aulas de 50 minutos presenciais</b>	<b>1.600h/a</b>
<b>Carga horária total de aulas (1.600 h/a) convertida em horas</b>	<b>1.333h</b>
<b>Carga horária das atividades a distância (320 h/a) convertida em horas</b>	<b>267h</b>
<b>Atividades Curriculares de Extensão – ACE (PAPEX)</b>	<b>280h</b>

Ementas, objetivos e bibliografia encontram-se de fls. 124 a 460.

A UNITAU esclareceu que a composição curricular do Curso está regulamentada em conformidade com a Resolução CNE/CP 01/2021, que estabelece as Diretrizes Curriculares Nacionais Gerais para a Educação Profissional e Tecnológica (fls. 79), bem como com a Resolução CNE/CES 07/2018, que institui as Diretrizes para a Extensão na Educação Superior Brasileira (fls. 187).

No Relatório da Comissão de Especialistas (fls. 209), registra-se que o curso foi analisado à luz da Deliberação CEE 207/2022, que dispõe sobre as Diretrizes Curriculares para a Educação Profissional e Tecnológica, da Resolução CNE/CP 01/2021 e da Portaria MEC 514/2024, que aprovou a 4ª edição do Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia.

**Destaca-se** que, em resposta às análises da Comissão de Especialistas, a IES apresentou **nova proposta de matriz curricular** (fls. 510 a 512), com resumo geral da carga horária de 1.920 horas, sendo 1.600 horas na modalidade presencial e 320 horas em EaD, a qual será transcrita e detalhada adiante.

#### Atividades Curriculares de Extensão Previstas (fls. 188 a 199)

Modalidade: Projeto

##### 1. PAPEX

<b>1. Título:</b>	<b>ARTE, CULTURA E COMUNICAÇÃO</b>
<b>2. Descrição:</b>	Neste Módulo Verde, os grupos de alunos desenvolvem um trabalho integrado com foco no tema Arte, Cultura e Comunicação, aplicando os conhecimentos adquiridos nas disciplinas do semestre. A partir de uma pesquisa de



	dados que contextualize o tema, os estudantes devem elaborar uma proposta que apresente duas ações de comunicação como solução para os problemas enfrentados pelo segmento estudado (arte e cultura regional). O projeto deve integrar de forma complementar os conteúdos das disciplinas, ampliando a visão dos alunos sobre as dificuldades enfrentadas pelos artistas pesquisados. A atividade propicia a reflexão e o diagnóstico das causas dos problemas de comunicação, os quais deverão ser abordados e solucionados por meio do trabalho desenvolvido.
<b>3. Objetivos para o aluno:</b>	Proporcionar condições para que os estudantes possam demonstrar suas potencialidades, tanto no que se refere às habilidades profissionais quanto às comportamentais, por meio da condução de atividades acadêmicas. Conhecer e valorizar a realidade local e regional, promovendo a reflexão dos estudantes sobre problemas sociais que possam ser solucionados por meio de atividades de extensão junto à comunidade. Reforçar aspecto que evidenciem o que os futuros profissionais precisam aperfeiçoar nesta fase inicial do curso, a fim de desenvolver as habilidades e competências necessárias para se tornarem profissionais de destaque no mercado de trabalho.
<b>4. Objetivos para o projeto:</b>	No Módulo Verde, os alunos desenvolvem um trabalho integrado às áreas de Arte, Cultura e Comunicação, aplicando os conhecimentos adquiridos em todas as disciplinas cursadas. A proposta envolve a pesquisa de informações e dados que contextualizem o tema e a elaboração de soluções em termos de comunicação para os eventuais problemas enfrentados pelo segmento estudado (arte e cultura regional). Trata-se de um projeto que integra de forma complementar os conteúdos das disciplinas, ampliando a visão dos alunos sobre as dificuldades enfrentadas pelos artistas pesquisados. A atividade promove a reflexão e o diagnóstico das causas dos problemas de comunicação, que deverão ser abordados e solucionados ao longo da execução do trabalho. O conhecimento adquirido durante o semestre deve ser aplicado de maneira prática e estratégica na elaboração da proposta final.
<b>5. Área temática da extensão:</b>	Comunicação e Cultura
<b>6. Carga Horária:</b>	60h
<b>7. Duração:</b>	1º semestre letivo / de fevereiro a julho
<b>8. Público-alvo:</b>	Comunidade ligada às manifestações artísticas e culturais locais e regionais
<b>9. Requisitos:</b>	Ser aluno dos cursos de Comunicação Social que adotem o instrumento PAPEX; Estruturar grupos entre 3 e 5 componentes, com livre escolha da manifestação artística pelos alunos.
<b>10. Etapas de Execução:</b>	O Projeto de Aplicação, Pesquisa e Extensão (PAPEX) do Módulo Verde está dividido em três etapas. 1. Parte teórico-documental: elaboração de um documento contendo introdução, referencial teórico, levantamento de outras fontes de dados relacionados ao tema principal, análise comportamental do segmento estudado, proposta de produção de material de comunicação e considerações finais. 2. Parte prática: produção de um vídeo e de um conteúdo fotográfico (imagem em formato carrossel) sobre o cliente ou manifestação artística, ambos a serem publicados em rede social. 3. Apresentação: exposição do projeto para uma banca avaliadora composta por professores participantes do PAPEX. Observações: • Os vídeos e as fotografias produzidos poderão ser exibidos durante a Semana Pedagógica do Departamento. • As pesquisas e demais informações levantadas poderão originar painéis de iniciação científica, a serem inscritos e apresentados no CICETED.
<b>11. Estratégias de Avaliação:</b>	<b>Crterios de Avaliação</b> <b>Conteúdo:</b> Avaliação da etapa teórica, com base na coleta de dados e no aprofundamento do tema central do projeto. (Até 1,0 ponto) <b>Proposta de Extensão:</b> O grupo deve demonstrar como o trabalho se relaciona com a intervenção na comunidade, apresentando os problemas identificados e as soluções propostas, de acordo com as demandas do público-alvo. (Até 1,0 ponto) <b>Produção:</b> Avaliação do material produzido, com ênfase nos aspectos técnicos utilizados na produção do vídeo e das fotografias, bem como nos resultados alcançados. (Até 1,0 ponto) <b>Defesa da Proposta:</b> Avaliação da apresentação oral, considerando domínio do conteúdo, organização das ideias, clareza na exposição, postura e desenvoltura. (Até 0,5 ponto) <b>Língua Portuguesa:</b> Avaliação da escrita quanto à coesão, coerência, ortografia, concordância, pontuação, acentuação e adequação da linguagem. (Até 0,5 ponto)
<b>12. Disciplinas Envolvidas:</b>	<b>Comunicação e Ambiente Digital</b> • Contribuição para o PAPEX: Colaborar com os grupos no entendimento do assunto principal (arte, cultura) e proporcionar conhecimento de como as ferramentas digitais podem ajudar os artistas estudados. <b>Fotografia</b> • Contribuição para o PAPEX: todo processo de produção de fotos sobre o tema/cliente para postagem em rede social <b>Língua Portuguesa Leitura e Escrita</b> • Contribuição para o PAPEX: Dar suporte à produção textual de roteiros, relatórios, legendas, painéis / apoiar a produção de metodologia científica / trabalhar aspectos da linguagem formal e informal. <b>Estilo e Composição Visual</b> • Contribuição para o PAPEX: orientação na compreensão e na definição do argumento estético dos materiais de comunicação a serem produzidos. <b>Mídia e Redes Sociais</b> • Contribuição para o PAPEX: orientação na abordagem do material para o ambiente virtual. <b>Produção Audiovisual</b> • Contribuição para o PAPEX: Enfatizar o papel dos softwares e do conhecimento dos recursos digitais sobre vídeos, para os profissionais de comunicação, oferecendo noções iniciais de uso desses recursos para a produção e edição do vídeo do PAPEX. <b>Linguagem e Expressão</b> • Contribuição para o PAPEX: Apresentar recursos de projeto / fazer o planejamento de etapas e definir funções dos alunos e grupos / acompanhar a produção e criação da identidade do projeto / organizar a exposição e divulgação / montar as bancas / acompanhar desempenho dos alunos.



## 2. PAPEX

1. Título:	<b>PORTAS ABERTAS COMUNICAÇÃO E NEGÓCIOS</b>
2. Descrição:	No módulo azul a proposta é a de realizar, em ação conjunta entre os estudantes dos segundos semestres dos cursos de Mídias Sociais Digitais, Jornalismo e Publicidade e Propaganda, um evento aberto à comunidade (Portas Abertas) e um mix de peças de comunicação (criação de peças para redes sociais, produção de conteúdo, ação na Feira de Profissões, gestão das redes sociais do Departamento de Comunicação e Negócios) que promovam conhecimento sobre as áreas, profissões e cursos em comunicação e negócios para estudantes do ensino médio de escolas públicas e privadas de Taubaté e região.
3. Objetivos para o aluno:	- Conhecer e valorizar as habilidades dos estudantes de Mídias Sociais Digitais no processo de criação, planejamento e execução das ações de comunicação previstas. - Levar o estudante a compreender a contribuição da sua área de formação para o desenvolvimento da sociedade. - Promover a experiência de interação entre estudantes do Departamento e a comunidade (estudantes do ensino médio), numa abordagem adequada de informação e conscientização sobre a importância do ensino superior.
4. Objetivos para o projeto:	- Informar e orientar estudantes do ensino médio de escolas públicas e privadas da cidade de Taubaté na escolha profissional, em especial na área de Comunicação. - Desenvolver pesquisas sobre mercado de trabalho, profissões do futuro, tendências em comunicação e gestão. - Apresentar para a comunidade as potencialidades da formação nas áreas da comunicação por meio do planejamento e criação de peças de comunicação. - Levar informações que tanto divulguem os cursos como promovam conhecimento sobre o ensino superior e planejamento de carreira aos jovens do ensino médio e demais interessados
5. Área temática da extensão:	Comunicação e Mercado
6. Carga Horária:	60h
7. Duração:	2º semestre letivo / de agosto a novembro
8. Público-alvo:	Estudantes de ensino médio de Taubaté e região com interesse em conhecer o ambiente universitário, as tendências do mercado de trabalho ou desejem cursar o ensino superior em cursos de Comunicação e Gestão na Unitaú.
9. Requisitos:	Ser aluno do 2º semestre dos cursos de Mídias Sociais Digitais, Jornalismo e Publicidade e Propaganda que adotam o instrumento PAPEX Estruturar grupos entre 3 e 5 componentes, separados por cursos
10. Etapas de Execução:	O Projeto de Aplicação, Pesquisa e Extensão do Módulo AZUL está dividido em 4 etapas apresentadas abaixo, e possui enfoque em PESQUISA e EXTENSÃO. <b>1. Apresentação, compreensão e organização:</b> compreensão da proposta aos alunos, organização dos grupos de trabalho e definição do cronograma de atividades com a participação das disciplinas. <b>2. Pesquisa de temas e contextos:</b> coleta de dados sobre as áreas de comunicação, sobre o cenário do ensino médio e superior no Brasil e perfil do público-alvo <b>3. Planejamento e execução de ações de divulgação dos cursos e do evento Portas Abertas:</b> realização de atividades de criação, produção e gestão das ações de comunicação previstas. <b>4. Realização do evento Portas Abertas:</b> desenvolvimento de toda as ações previstas nos planos de trabalho e cronograma dos grupos, principalmente as oficinas de apresentação dos 9 cursos/profissões oferecidas pelo Depto. de Comunicação e Negócios. <b>5. Elaboração do Relatório:</b> elaborar um relatório que apresente as etapas realizadas e os resultados alcançados.
11. Estratégias de Avaliação:	- Pesquisa: Refere-se à etapa de coleta de dados informações significativas, pesquisa bibliográfica, pertinência, referencial técnico e teórico, linguagem e tratamento que sustentaram a compreensão de todo o contexto envolvido. (1,0) - Extensão: Neste quesito, o grupo deve demonstrar os aspectos do trabalho relacionados com a intervenção junto à comunidade, apresentando os resultados das oficinas que foram oferecidas aos visitantes (1,0) - Produção: Apresentação do material produzido; o grupo deverá demonstrar domínio da técnica utilizada na postagem dos conteúdos para as redes sociais, no planejamento das etapas específicas da oficina, resultado e repercussão do material postado e da oficina realizada. (1,0) - Relatório: produção textual, domínio do conteúdo, organização das ideias e da apresentação dos resultados alcançados. (1,0)
12. Disciplinas Envolvidas:	<b>Comunicação Integrada</b> Apresentar e gerir o projeto, fazer o planejamento de etapas e definir funções dos alunos e grupos, acompanhar a produção e criação das ações, organizar a exposição, receber o relatório e encaminhar os demais professores. <b>Influência Digital</b> Explorar conhecimentos sobre influência digital como parte das estratégias de redes sociais do evento, incluindo a participação de um influenciador digital em uma oficina promovida pelo curso de Mídias Sociais Digitais. <b>Narrativas de Marketing</b> Explorar conhecimentos sobre narrativas em diferentes mídias, aplicando-os na elaboração de conteúdo para as mídias e redes sociais do evento, além de contribuir com a criação e orientação de postagens nas redes sociais do Departamento de Comunicação Social (CEN). <b>Desktop Publishing e Webdesign</b> Criação de identidade visual, peças conceito, posts de divulgação dos cursos e do evento; orientação do uso dos programas nas mídias sociais e nas redes sociais. <b>Edição e Tratamento de Imagem</b> Suporte para finalização das peças com vistas aos resultados positivos em estética e técnica; trabalho em conjunto com a disciplina Desktop Publishing e Webdesign. <b>Teorias da Comunicação</b> Explorar a compreensão da comunicação digital e orientar os estudantes na realização de pesquisas relacionadas ao tema do projeto, contribuindo para a fundamentação teórica e prática das propostas desenvolvidas.



	<b>Língua Portuguesa: leitura e produção de textos</b> Acompanhamento e correção dos textos (nos diferentes formatos) para as Mídias Sociais e demais propostas do projeto.
--	--

### 3. PAPEX

<b>1. Título:</b>	<b>EMPREENDEDORISMO DIGITAL</b>
<b>2. Descrição:</b>	A proposta do PAPEX, no Módulo Magenta, consiste no desenvolvimento de um Planejamento Estratégico de Comunicação e de um Plano de Comunicação Digital para um cliente microempreendedor individual (MEI) ou microempreendedor que não disponha de recursos para contratar serviços de comunicação. Além disso, o projeto inclui a formatação de um treinamento voltado à aplicação de conhecimentos na área, com o objetivo de capacitar o cliente para o uso eficiente das estratégias propostas. É fundamental que o curso direcione o seu olhar para fora dos muros da Universidade, desenvolvendo atividades que possam auxiliar a comunidade como, no caso do Módulo Magenta, as pequenas e microempresas da região do Vale do Paraíba, que muitas vezes não conseguem contar com um apoio de profissionais de Marketing ou de Comunicação.
<b>3. Objetivos para o aluno:</b>	- Proporcionar condições para que os alunos possam demonstrar suas potencialidades, tanto no que se refere às habilidades profissionais relativas ao planejamento e à proposição de soluções de comunicação digital, como comportamentais no relacionamento interpessoal com os profissionais escolhidos. - Conhecer e valorizar a força da economia local e regional, bem como levar esse aluno a uma reflexão sobre problemas econômicos e sociais que possam ser solucionados por meio de atividades de Extensão em comunicação junto a esses pequenos empreendedores; - Entender a responsabilidade da Comunicação e do Marketing no auxílio aos pequenos empresários na divulgação e na busca de soluções mercadológicas, capazes de fazê-los crescer e desenvolver seus negócios;
<b>4. Objetivos para o projeto:</b>	- Oferecer orientação técnica em comunicação a microempreendedores locais, com o objetivo de prepará-los e conscientizá-los sobre o potencial do uso estratégico das redes sociais, tanto para a promoção de sua imagem quanto para a geração de renda em seus negócios. - Desenvolver uma atuação focada nos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), em especial os de número 08 e 09: "Trabalho Decente e Desenvolvimento Econômico" e "Indústria, Inovação e Infraestrutura", respectivamente.
<b>5. Área temática da extensão:</b>	Comunicação e Trabalho
<b>6. Carga Horária:</b>	60h
<b>7. Duração:</b>	1 semestre letivo / fevereiro a junho
<b>8. Público-alvo:</b>	Micro e pequenos empresários de Taubaté e/ou região sem condições de custear serviços de comunicação profissional.
<b>9. Requisitos:</b>	Ser aluno do 3º semestre dos cursos de Mídias Sociais Digitais, Publicidade e Propaganda que adotam o instrumento PAPEX. Estruturar grupos entre 4 e 5 componentes com membros dos dois cursos.
<b>10. Etapas de Execução:</b>	O Projeto de Aplicação, Pesquisa e Extensão (PAPEX) do Módulo Magenta está dividido em quatro etapas: <b>1. Escolha e abordagem do cliente:</b> seleção de um microempreendedor e realização do primeiro contato para entendimento inicial de suas necessidades e objetivos. <b>2. Levantamento de contexto:</b> realização de pesquisas de mercado primárias e secundárias, com foco na realidade do cliente e no segmento em que atua, buscando compreender seu posicionamento, público-alvo, concorrência e desafios enfrentados. <b>3. Etapa estratégica:</b> desenvolvimento do plano de negócios e do planejamento de comunicação, estruturados em um documento padrão definido previamente, com foco em soluções viáveis e aplicáveis ao contexto do cliente. <b>4. Apresentação e treinamento:</b> momento dedicado à apresentação das soluções de empreendedorismo e comunicação digital ao cliente, com a devida orientação para o uso e aplicação das estratégias propostas.
<b>11. Estratégias de Avaliação:</b>	- Pesquisa: refere-se à adequada coleta de dados, informações mercadológicas sobre o cliente e seu mercado; uso de métodos e pertinência das informações. (1,0) - Extensão: os aspectos do trabalho relacionados à intervenção junto à comunidade/cliente, apresentação dos caminhos adotados, as abordagens e os resultados concretos oferecidos e alcançados. (1,0) - Execução do Planejamento e do Treinamento: o grupo deverá demonstrar a implementação do conjunto de ações de empreendedorismo e comunicação digital proposto, bem como a condução da dinâmica de orientação ao cliente por meio do treinamento. (Até 1,0 ponto) - Relatório: apresentação adequada do documento escrito no qual estarão previstas as etapas e propostas de soluções desenvolvidas. (1,0)
<b>12. Disciplinas Envolvidas:</b>	<b>Gestão de Projetos (Eletiva VI)</b> Seleção do cliente, acompanhamento do Processo e Gestão do Cronograma, Organização do Treinamento para o cliente, Confeção do Relatório e Apresentação para banca PAPEX. <b>Planejamento Estratégico de Comunicação</b> Elaboração do briefing básico do cliente, diagnóstico, planejamento estratégico de comunicação do cliente, base do plano de comunicação. <b>Pesquisa de Mercado e Opinião Pública</b> Elaboração de uma pesquisa de mercado primária para o cliente escolhido. <b>Comportamento do Consumidor (Eletiva V)</b> Realização de pesquisas secundárias sobre o segmento de atuação do cliente, perfil e comportamento do consumidor do cliente. <b>Empreendedorismo e Economia Criativa</b> Características do microempreendedor individual para serem identificadas no cliente, auxílio na avaliação das habilidades empreendedoras do cliente, orientação na criação de estratégias básicas de atendimento ao cliente para a empresa assessorada.



CEESP/PC/202600091



	<p><b>Monitoramento e Métricas Digitais</b> Análise das ações de comunicação e marketing já realizadas pelo cliente, seguida da elaboração de um plano de comunicação digital, com foco na estruturação de um perfil no Instagram, planejamento de postagens e produção de um enxoval básico de conteúdo para aplicação prática por parte do cliente. Além disso, serão apresentadas ferramentas básicas de métricas, a fim de possibilitar o acompanhamento do desempenho das publicações e auxiliar na tomada de decisões futuras.</p>
--	--

#### 4. PAPEX

<b>1. Título:</b>	<b>APURAÇÃO DO OLHAR: A BUSCA DE SOLUÇÕES DIGITAIS PARA PROBLEMAS DA SOCIEDADE</b>
<b>2. Descrição:</b>	<p>A partir dos conhecimentos adquiridos ao longo do curso, o PAPEX Laranja tem como objetivo estimular o estudante a desenvolver um olhar crítico e sensível para a identificação de <b>demandas sociais</b>, propondo soluções digitais para problemas enfrentados pela comunidade.</p> <p>Neste módulo, o aluno deverá desenvolver individualmente o planejamento e a execução de um produto digital — como site, blog, rede social, aplicativo, entre outros — com base na verificação de uma necessidade concreta da sociedade.</p> <p>O projeto assume caráter semelhante ao de um Trabalho de Graduação e deverá ser apresentado de forma pública para uma banca avaliadora. Seu desenvolvimento seguirá uma estrutura formal de etapas obrigatórias, que resultarão na produção de um relatório final, exigido como parte integrante da avaliação.</p>
<b>3. Objetivos para o aluno:</b>	<p>Proporcionar condições para que os estudantes possam demonstrar suas potencialidades, tanto no que se refere às habilidades profissionais (conceituais e técnicas), quanto às habilidades comportamentais, na condução de atividades acadêmicas relacionadas ao tema proposto.</p> <p>Estimular o aprofundamento dos conhecimentos do estudante sobre produtos digitais voltados à solução de problemas sociais, orientando o desenvolvimento de posturas profissionais mais éticas, conscientes e comprometidas com a transformação social.</p>
<b>4. Objetivos para o projeto:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Explorar as possibilidades de abordagem do tema comunicação e soluções digitais para o social</li> <li>- Criar materiais/ produtos de comunicação digital que contribuam para a promoção da cidadania.</li> <li>- Entregar soluções digitais para problemas sociais da sociedade.</li> </ul>
<b>5. Área temática da extensão:</b>	Comunicação, Direitos Humanos e Justiça, Tecnologia
<b>6. Carga Horária:</b>	100h
<b>7. Duração:</b>	2º semestre letivo / de agosto a novembro
<b>8. Público-alvo:</b>	Entidades, associações, projetos sociais ou temáticas sociais
<b>9. Requisitos:</b>	Ser estudante do quarto período do curso de Tecnologia Superior em Mídias Sociais Digitais e desenvolver o trabalho individualmente.
<b>10. Etapas de Execução:</b>	<p><b>Etapa 1 – Identificação do tema social</b> Escolha de um problema ou demanda social relevante, com a devida contextualização e relação com alguma entidade ou iniciativa social afim.</p> <p><b>Etapa 2 – Definição do produto digital</b> Escolha do tipo de produto de comunicação digital a ser desenvolvido (site, blog, rede social, aplicativo, entre outros), alinhado à temática social selecionada.</p> <p><b>Etapa 3 – Pesquisa e aprofundamento da realidade</b> Investigação da realidade social envolvida, por meio de pesquisa conceitual e empírica, a fim de embasar e justificar as propostas que serão desenvolvidas.</p> <p><b>Etapa 4 – Planejamento e desenvolvimento do produto digital</b> Estruturação e elaboração do produto digital com foco na proposição de uma solução concreta para o problema social identificado.</p> <p><b>Etapa 5 – Elaboração do relatório do processo</b> Produção de um relatório descritivo e analítico, contendo as etapas de desenvolvimento do projeto, fundamentação teórica e justificativas das decisões tomadas.</p> <p><b>Etapa 6 – Apresentação final</b> Apresentação pública dos resultados para uma banca avaliadora, com possibilidade de participação e envolvimento da entidade ou organização social relacionada ao tema.</p>
<b>11. Estratégias de Avaliação:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pesquisa: refere-se à etapa da análise da demanda social, pesquisa e contextualização com base em coleta de dados sistematizada. (1,0)</li> <li>- Extensão: as justificativas sociais que embasam a proposta do produto de comunicação digital desenvolvido e as suas contribuições para o tema em questão. (1,0)</li> <li>- Produção: avaliação do produto de comunicação digital desenvolvido, quando o estudante deverá demonstrar domínio da técnica utilizada na sua elaboração, bem como a viabilidade na solução de uma questão de interesse social. (1,0)</li> <li>- Defesa da proposta: Expressão oral, domínio do conteúdo, organização das ideias e da apresentação, desembaraço e postura durante a apresentação. Indicação de aplicabilidade do produto na comunidade. (1,0)</li> </ul>
<b>12. Disciplinas Envolvidas:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Marketing e Inovação</b> Orientação e acompanhamento do processo e gestão do cronograma do PAPEX; elaboração e organização do Projeto de Criação do Produto de Comunicação Digital, confecção do relatório e apresentação para banca PAPEX</li> <li>- <b>Análise e Aplicação de Dados</b> Análise e interpretação de informações sobre a temática social em plataformas de dados.</li> <li>- <b>Branding: Gestão de Marca</b> Elaboração de um plano de branding para o produto de comunicação digital de viés social desenvolvido.</li> <li>- <b>E-Commerce e Mobile Commerce (Eletiva VII)</b> Apresentação de um estudo de implantação de e-commerce para o produto desenvolvido. - <b>Gestão Financeira (Eletiva VIII)</b> Orientação para a viabilidade financeira do produto de comunicação digital proposto.</li> <li>- <b>Inteligência de Mercado (BI) (Eletiva IX)</b></li> </ul>



	<p>Aplicação de ferramenta de inteligência de mercado na compreensão dados de pesquisa de demandas sociais.</p> <p>- <b>Laboratório de Edição Digital</b> Suporte técnico de edição digital para viabilização e execução do produto de comunicação proposto por meio de softwares.</p> <p>- <b>Monetização de Negócios na Internet</b> Projeto de monetização para o produto de comunicação social desenvolvido.</p>
--	--

### Da Comissão de Especialistas ( fls. 208 a 224)

A visita *in loco* ocorreu nos dias 10 e 11/11/2025, encontrando-se o Relatório Circunstanciado juntado de fls. 208 a 224, do qual se destacam os seguintes aspectos:

- Contextualização do Curso, do Compromisso Social e Justificativa – fls. 208 a 209

*“A Universidade de Taubaté - UNITAU - é uma instituição de ensino no estado de São Paulo criada em 1974 constituindo-se em uma autarquia municipal de regime especial sediada na rua Quatro de Março, 432, Centro, Taubaté-SP.*

*Está localizada na região do Vale do Paraíba, que se notabiliza pela pujança socioeconômica, cultural e desenvolvimento tecnológico. Gera forte influência na cidade e região, além de manter grande dinamismo com suas atividades que impactam a vida acadêmica, empresarial, pública e privada por meio de suas numerosas atividades de ensino, pesquisa e extensão conduzidas com inovação, responsabilidade e qualidade. Sua missão, visão, valores, princípios e compromissos mostram-se compatíveis com propósitos legítimos, acadêmicos, éticos e de interesse social.*

*São cerca de 9 mil discentes dentre os cursos superiores em nível de graduação presencial (37 cursos), graduação EAD (Bacharelado, superior de tecnologia e licenciatura com polos em cidades da região e alguns estados), pós-graduação (9 mestrados, 2 doutorados, 1 pós-doutorado) e 19 cursos de especialização.*

*A UNITAU possui 565 docentes na graduação e pós-graduação; destes 193 são mestres e 184 doutores. Seu website é <http://www.unitau.br> e remete a conteúdos úteis como informações institucionais, estrutura de funcionamento da IES, cursos oferecidos em graduação, pós-graduação e extensão, além de formas de acesso / processo seletivo. Mostra-se funcional para acesso a campos destinados a alunos, professores, servidores, egressos e outros públicos, além de campos setoriais para CPA, Ouvidoria e notícias. O acesso às bibliotecas ocorre via endereço virtual <https://unitau.br/biblioteca/>.*

*O Departamento de Comunicação e Negócios, inserido na Área de Ciências Humanas da UNITAU, reúne o Departamento de Comunicação e o Departamento de Gestão e Negócios. O primeiro abriga os bacharelados de Jornalismo, Publicidade e Propaganda, e os tecnológicos de Mídias Sociais Digitais, Produção Audiovisual e de Design Gráfico.*

*Relacionado ao curso, há o Centro Acadêmico da Comunicação Social (CACO).*

*O Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais foi iniciado em 2024 e está sediado na rua Expedicionário Ernesto Pereira, 225 (Portão 3) - Taubaté-SP.*

*Possui website no espaço virtual da UNITAU: endereço <https://unitau.br/graduacao/midias-sociais-digitais/>. Nele constam as disciplinas, infraestrutura, corpo docente, contexto departamental, apresentação e dados formais. O curso consta no Cadastro Nacional de Cursos e Instituições de Educação Superior Cadastro e-MEC.”*

- Objetivos Gerais e Específicos, Perfil do Egresso – fls. 209

*“O PPC enuncia três objetivos que se aplicam a todos cursos oferecidos pelo Departamento de Comunicação e Negócios. Também indica objetivos gerais e específicos para o curso de Mídias Sociais Digitais, de forma que ambas descrições se tornam compatíveis e adequadas para sua finalidade. São cinco os objetivos específicos, assinalados de forma pertinente ao se voltarem para uma formação crítica, teórica, técnica, prática, estratégica, realista, profissional e tecnológica identificadas com o campo das mídias sociais digitais. Tais objetivos mostram-se aderentes ao perfil profissional, habilidades esperadas do egresso e atuação no mercado profissional descritos no PPC. O perfil profissional está alinhado com as DCN em termos de habilidades e competências previstas para o egresso.”*

- Currículo, Ementário e Sequência e Bibliografias – fls. 209 a 210

*“O curso foi observado segundo a Deliberação CEE 207/2022 (Diretrizes Curriculares para Educação Profissional e Tecnológica), Resolução CNE/CP nº 01/2021 (Diretrizes Curriculares Nacionais para Educação Profissional e Tecnológica) e Portaria MEC nº 514/2024 (4ª edição do Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia).*

*O curso de Educação Profissional Tecnológica de Graduação, ou Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais é um curso regular previsto no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia (CNCST, 2025, disponível em: <https://cncst.mec.gov.br/cursos/curso?id=147>) como integrante do Eixo Tecnológico/Eixo de Produção Cultural e Design e Área Tecnológica/Comunicação Midiática segundo a versão mais recente publicada pelo MEC (Portaria nº 514, de 4 de junho de 2024).*

*Na matriz curricular, são 30 disciplinas organizadas em quatro etapas (Períodos, ou Semestres, ou Turmas) mostrando sequenciamento e tentativa de articulação tendo em vista a formação final. Boa parte está compatível com a realidade social, profissional, tecnológica e de mercado cobrindo os diferentes campos das mídias sociais digitais tanto no aspecto teórico-técnico, como no prático e de mercado.*



Há nove matérias eletivas, cada qual possibilitando que o aluno escolha entre duas ou três disciplinas. Essa flexibilidade propicia ao discente alcançar um histórico escolar mais personalizado. Tais disciplinas também são ofertadas às turmas dos bacharelados em Jornalismo e em Publicidade e Propaganda, algo que vai ao encontro de uma integração entre os cursos.

Não foi observada uma atuação conjunta das disciplinas (interdisciplinaridade). Os quatro projetos PAPEX descritos no PPC envolvem atuação concomitante de disciplinas, mas tão somente as disciplinas obrigatórias e eletivas de um único Período/Semestre para o respectivo projeto.

No geral, as disciplinas mostram ementário adequado e pertinente, objetivos bem delineados, bibliografia básica e complementar relevantes e ODS realistas. Algumas disciplinas de forte interface com novas tecnologias e configuração atual demandam bibliografia mais recente, caso de Desktop Publishing e Webdesign; Legislação, Ética e Direitos Autorais; Monetização de Negócios na Internet. Várias deveriam fazer ajustes de redação, caso de Marketing e Inovação (ementa telegráfica) e Comunicação e Ambiente "Figital", procedimento também a ser feito nos programas das disciplinas de forma geral. A disciplina Estilo e Composição Visual, a julgar pelo ementário, parece não ter sintonia direta com o curso e sua bibliografia está desalinhada com um perfil desejado para o curso.

Há dentre as obras Básicas algumas incompatíveis com um curso de graduação, caso de monografia de curso de especialização e trabalho de graduação.

Cabe destaque negativo para as disciplinas Língua Portuguesa: leitura e produção de textos (1º Semestre) e Língua Portuguesa: Leitura e Escrita (4º Semestre), que se copiam: as primeiras linhas das ementas são idênticas e as demais uma redistribuição de expressões com o mesmo sentido; simbiose essa que se repete nos objetivos com mudanças meramente semânticas e trechos idênticos. A presença de apenas uma delas, talvez no primeiro Período, pudesse ser suficiente para o curso, até porque a oferta nas duas extremidades da grade não se mostra embasada.

Alguns assuntos relevantes no campo das mídias sociais digitais poderiam integrar espaços curriculares mais significativos no curso, caso de Inteligência Artificial que tem um alcance sem precedentes na atualidade e para um futuro próximo. Outros assuntos também poderiam ganhar espaço no curso, caso de processos e estratégias ligadas a sistemas de bigdata, marketplace e impacto das avaliações de usuários de mídias sociais.

Fazem parte da matriz curricular as Atividades Curriculares de Extensão – ACE, com carga mínima de 280 horas, algo disponibilizado no PAPEX (Projeto de Aplicação, Pesquisa e Extensão) de acordo com a Resolução CNE/CES Nº 7/2018.

Tal inserção foi formalizada, para o curso, por meio da Portaria PRG 136/2024, que prevê as atividades (ACE) que podem ser consideradas para fins extensionistas curriculares.

O curso atende ao disposto na Deliberação CEE 207/2022, Resolução CNE/CP nº 01/2021, Portaria MEC nº 514/2024 e Resolução CNE/CES nº 03/2007."

**- Matriz Curricular – fls. 210 a 211**

"A matriz revela pontos positivos ao perseguir uma formação do discente alinhada com o desenvolvimento de competências e contribuir para o perfil assinalado nas DCN. Mostram-se, em boa parte, afinadas com a realidade de mercado, atual estágio tecnológico e demanda profissional.

No entanto, a oferta excessiva de disciplinas em conjunto com o bacharelado em Publicidade e Jornalismo contribui para a fragmentação do curso, desvio de foco e desestímulo do aluno.

O 1º Período é o Módulo I "Geração de Conteúdo"; o 2º Período corresponde ao Módulo II "Análise de Conteúdo"; o 3º Período é o Módulo III "Mídias Sociais e Digitais"; o 4º Período corresponde ao Módulo IV "Controle de Conteúdo".

Ao término do curso, o aluno recebe o diploma de curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais. Antes dessa titulação final, os módulos permitem ao discente alcançar titulações intermediárias, ou seja:

Módulo I "Geração de Conteúdo" / titulação de Auxiliar de Controle de Conteúdo Digital;

Módulo II "Análise de Conteúdo" / titulação de Assistente de Geração de Conteúdo para Mídias Digitais;

Módulo III "Mídias Sociais e Digitais" / titulação de Analista de Conteúdo para Mídias Sociais.

As denominações dos módulos parecem abstratas uma vez que têm pouca aderência com o elenco de disciplinas ali alocadas. Essa pouca afinidade se estende para as titulações intermediárias, que por sua vez não são descritas, ou caracterizadas.

O PPC não mostra como as disciplinas do Período/Semestre contribuem para a respectiva titulação intermediária, manifestando-se apenas de forma vaga. Ao não demonstrar tal articulação, a nomenclatura de cada titulação intermediária se assemelha a um rótulo sem efetivo significado, ou sem expressividade objetiva. O itinerário formativo com a certificação intermediária está disposto no item 9 deste Relatório.

Constata-se grande quantidade de disciplinas de pouco caráter técnico diretamente relacionadas com as mídias sociais digitais, tanto as de caráter básico como as eletivas, o que destoa da concepção de um efetivo curso de graduação tecnológica, caso das disciplinas Língua Portuguesa, Teorias da Comunicação, Cultura e Sociedade Contemporânea, Planejamento Estratégico de Comunicação, Marketing e Inovação, Empreendedorismo e Economia Criativa, Técnicas e Linguagens do Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Comunicação Integrada, Técnicas de Redação em Jornalismo, Fundamentos de Marketing, História do Jornalismo, Narrativas em Marketing, Rádiojornalismo, Comportamento do Consumidor, Gestão de Projetos, Gêneros Jornalísticos, Reportagem e Entrevista, Edição de Conteúdo Jornalístico, Produção



*Gráfica, Gestão Financeira, Telejornalismo, Inteligência de Mercado, Marketing Estratégico. São disciplinas que, em si, não instrumentalizam o aluno para lidar especificamente com as mídias sociais digitais, cabendo a ele, aluno, procurar pontes de alinhamento dessas disciplinas com a razão de ter escolhido o curso e formação técnico-profissional.”*

- Metodologias de Aprendizagem – fls. 211

*“O curso busca aplicar princípios da Pirâmide de William Glasser, que prevê o aprendizado de acordo com diferentes dinâmicas pedagógicas, compatíveis com aulas expositivas dialogadas e metodologias ativas: debates, grupos de discussão, problematização, seminários, TPS, peer instruction, mapa conceitual e estudo de caso.*

*Diferentes procedimentos de avaliação compõem-se com tais procedimentos conforme Deliberação Consep nº 214/2024 que prevê, no mínimo, três instrumentos de avaliação (item 10 deste Relatório).”*

- Disciplinas a distância - fls. 212

*“Sim, conforme estabelecido pela Deliberação CONSEP 087/2024 que regula a oferta do curso, as disciplinas a seguir são oferecidas no modelo a distância, sempre com 40 h/a e acompanhadas por igual carga horária de aulas presenciais na mesma disciplina: 1º Período: Eletiva II; Língua Portuguesa; 2º Período: Empreendedorismo e Economia Criativa; Pesquisa de Mercado e Opinião Pública; 3º Período: Eletiva VIII; Marketing e Inovação; 4º Período: Língua Portuguesa; Mídias e Redes Sociais.*

*A carga horária das atividades a distância soma 320 h/a que, convertida em horas, totaliza 267 horas, algo que atende ao máximo de 20% da carga horária para cursos presenciais de acordo com a Delib. CEE 170/2019.*

*O Espaço Virtual de Aprendizagem - EVA - é o ambiente no sistema Moodle utilizado para grande parte das atividades a distância em que docentes e discentes podem consultar informações, entregar atividades, disponibilizar planos de aula, ter acesso a material didático, obter arquivos, conduzir exercícios, obter apresentações, realizar trabalhos e ter acesso a conteúdos audiovisuais e gráficos, além de realizar atividades síncronas. Cada disciplina organiza esse espaço de acordo com seu planejamento e dinâmica.”*

- Projeto de Estágio Supervisionado - fls. 212

*“O estágio supervisionado não é componente curricular obrigatório no curso. Os alunos são estimulados a ter uma vivência prática na IES e no mercado profissional externo em atividades aderentes ao perfil desejado para o egresso, principalmente em atividades específicas de disciplinas e projetos de extensão.”*

- Trabalho de Conclusão de Curso - fls. 212

*“O trabalho de conclusão de curso, ou TG - Trabalho de Graduação, não é componente curricular obrigatório no curso.”*

- Vagas, Formas de Ingresso, Tempos de integralização e Acompanhamento dos Egressos – fls. 212 a 214

*“O curso obedece a Deliberação CONSEP 087/2024 que formaliza a oferta no âmbito da UnitaU. Especificações:*

*Regime seriado semestral, modalidade presencial.*

*Horários de Funcionamento: noturno; de segunda-feira à sexta-feira, das 19h00 às 22h40. Duração da hora/aula: 50 minutos*

*Carga horária total do Curso: 1.600*

*Número de vagas oferecidas por período/turma: 40 vagas por Período (1º Semestre e 2º Semestre).*

*Tempo mínimo para integralização: 4 semestres*

*Tempo máximo para integralização: 6 semestres*

*Até o momento, o curso não formou turma por ter sido iniciado em 2024.*

*A concessão de certificações ao longo do curso compreende:*

*Módulo I - Certificação de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico em Auxiliar de Controle de Conteúdo Digital.*

*Módulo II - Certificação de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico em Assistente de Geração de Conteúdo para Mídias Digitais.*

*Módulo III - Certificação de Qualificação Profissional de Nível Tecnológico em Analista de Conteúdo para Mídias Sociais.*

*Módulos I,II,III e IV - Diploma de Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais.*

*O curso atende a Resolução CNE/CES nº 03/2007 referente ao conceito de hora-aula.*

*Os critérios de aproveitamento de conhecimentos e experiências anteriores (Res CNE 01/2021, Art. 13) não se mostram claros, nem sua sistemática no curso.*

**Demanda do curso (candidatos):**

*2024, 1º Semestre: 22 candidatos para 40 vagas*

*2024, 2º Semestre: 2 candidatos para 20 vagas disponibilizadas*

*2025, 1º Semestre: 6 candidatos para 40 vagas*

*2025, 2º Semestre: não houve vestibular*

**Matriculados**

*2024, 1º Semestre: 8 ingressantes*



2024, 2º Semestre: 1 ingressante, acumulado de 9 matriculados no curso.

2025, 1º Semestre: 1 ingressante, acumulado de 5 matriculados no curso.

2025, 2º Semestre: 0 ingressante, acumulado de 4 matriculados no curso.

Os dados mostram baixa procura pelo curso e alta evasão. A julgar pelo total de vagas oferecidas, o total de alunos que frequentam o curso é preocupante, sinalizando que providências de curto e médio prazos precisam ser tomadas pelos gestores. Um dos dados da Avaliação Institucional de 2025, 2º Semestre, aponta a resposta de discente sobre o curso com a frase: "Faltou organização na estrutura de ensino do meu curso de Mídias Sociais". Certamente, a IES precisa dialogar com o corpo docente e discente para colher subsídios a fim de oferecer um curso mais atrativo e que satisfaça os anseios dos estudantes matriculados.

Há a Comissão Permanente de Relacionamento com Egressos (COPERE), criada pela Deliberação Consuni 136/2021 encarregada de traçar diretrizes e operacionalizar o acompanhamento de egressos na graduação e pós-graduação. Há um espaço no website da IES para obter e apresentar informações relativas aos egressos. Entrevistas com alunos e egressos têm sido efetivadas pela TVUnitau, além de palestras com egressos para a comunidade acadêmica. Cabe destaque ao Hub: encontro com egressos e empresários. O SISEgresso é uma plataforma de relacionamento em que o egresso tem acesso a notícias, convites, pesquisas sobre sua atuação no mercado, oportunidades de emprego, dentre outras.

O ingresso do candidato ao curso tem como requisito a conclusão do ensino médio. O processo seletivo prevê vestibular de verão e inverno, instrumentos acadêmicos de transferência, nota do ENEM, vestibular online e presencial, transferência de outras instituições, reabertura de matrícula, transferência ou ingresso na segunda graduação.

O Programa de Bolsas de Estudos da PRE (Pró-reitoria Estudantil) da UNITAU oferece várias modalidades de bolsas para discentes de graduação: Mais Unitau, Enem, Segunda Graduação, Fidelidade, Top Unitau, Familiar, Apoio Graduação, Atleta, Aprimoramento, Incentivo à Docência, Mérito, Demanda Unitau, Liderança Estudantil, Licenciatura, Apoio à Cultura e Aprimoramento Técnico. Cabe também destacar o Programa de Monitoramento da Evasão em que alunos em processo de trancamento recebem orientação e apoio para dar continuidade aos estudos no curso."

- Sistema de Avaliação do Curso - fls. 214

"Estão previstas avaliações internas e externas.

A primeira segue a deliberação Consep n° 214/2024 que leva em conta aspectos de assiduidade, aproveitamento e frequência mínima de 75%. Deve utilizar, ao menos, três instrumentos diferentes de avaliação, sendo um principal (60%) e dois parciais (40%) de forma que a média final para aprovação seja igual ou superior a 6,0. As avaliações devem estimular a criatividade, senso de responsabilidade, cooperação discente, podem incluir exercícios, seminários, relatórios práticos, atividades extraclasse, trabalhos individuais e grupais, dentre outros.

A prova para Avaliação Progressiva de Desempenho Acadêmico segue os moldes do exame do Enade e é aplicada periodicamente a todos os alunos de graduação para aferir seu aproveitamento ao longo do curso. É organizada pelos NDEs e coordenada pela direção de cada unidade de ensino.

A Pró-reitoria de Graduação aplica, ao final de cada semestre, a Avaliação Docente em que alunos manifestam suas opiniões e visão sobre seus professores e respectiva disciplina.

O curso ainda não foi alvo de avaliação pelo ENADE."

- Outras Atividades Relevantes – fls. 214 a 215

"As atividades de extensão do curso foram implementadas pela Deliberação do Consep n° 027/2021 para os cursos de graduação da Universidade de Taubaté que definiu as Diretrizes para sua implementação na IES. O Curso de Mídias Sociais Digitais possui Regulamento para as atividades curriculares de extensão incluindo o processo de curricularização em cumprimento às Resolução MEC n° 07, de 2018, a Deliberação CEE n° 216 de 23/08/2023 e a Estratégia 12.7 da meta 12, do Plano Nacional de Educação (PNE 2014-2024).

O citado Regulamento prevê a organização, a coordenação, a execução, a avaliação e o registro das Atividades Curriculares de Extensão (ACE).

Como parte dessas atividades, o curso implementou o Projeto de Aplicação, Pesquisa e Extensão (PAPEX) considerando "ações de inovação" a partir de um trabalho integrado de disciplinas produzido e avaliado semestralmente. Também incorporou ações sociais e comunitárias locais e/ou regionais tidas como partes necessárias para otimizar a formação do egresso. Há um organograma previsto para sua execução nos períodos do curso integrando disciplinas envolvidas, carga horária presencial e carga horária PAPEX. Há também a previsão de carga horária à distância para alguns componentes curriculares, no entanto, em reunião com o corpo discente os alunos alegaram não ter recordação dessas atividades a distância. Não foram encontradas atividades comprobatórias de Iniciação Científica, Produção Científica Promoção de Congressos e outros eventos científicos ligados organicamente com o curso de Mídias Sociais Digitais."

- Docentes e Coordenação do Curso - fls. 215 a 217

"A Profa. Ma. Aline Fernanda Lima Ferreira tem formação na Área de Comunicação Social (Relações Públicas) e integra a equipe que está implementando o PPC do curso de Mídias Sociais Digitais. Ministra as disciplinas de Comunicação Integrada, Pesquisa de Mercado e Opinião Pública, e, Análise de Dados. Tem 40 horas e vínculo efetivo integral com a IES. No último triênio apresentou baixa produção acadêmica registrada na Plataforma Lattes, algo esperado em razão da alta demanda do curso de Mídias, que requer da coordenadora intenso trabalho de acompanhamento e correção de oferta devido a problemas estruturais



e de concepção pedagógica do curso. Seu perfil acadêmico-profissional está plenamente ajustado para o que se espera na gestão de um curso orientado para ambientes digitais e novos modelos de negócio. Há contato direto e ágil da Coordenação com toda a comunidade acadêmica facilitando o atendimento rápido de demandas.

Com relação ao corpo docente do curso, a Comissão considera que ele atende, satisfatoriamente, ao que se desenhou no perfil do egresso, sob o ponto de vista da formação acadêmica, experiência profissional e pedagógica. São 17 professores, sendo 3 especialistas, 6 mestres e 8 doutores. Entretanto, cabe notar que a produção acadêmica conjunta, registrada na Plataforma Lattes no último triênio, é relativamente baixa: 72 registros concentrados e divididos entre 10 professores, alguns deles agregando muitas produções e 7 sem registro de produção bibliográfica e/ou de pesquisa.

(...)

Verifica-se boa aderência dos docentes com as disciplinas que ministram. A IES, em termos do quadro docente, cumpre a Deliberação 145/2016.

Na reunião com o corpo docente, alguns pontos-chave destacam-se na visão dos professores:

- Desalinhamento entre expectativas tecnicistas dos alunos e a intencionalidade acadêmica do Projeto Pedagógico.

- A atualização do Projeto Pedagógico só ocorre em ciclos longos, exigindo estrutura curricular resiliente às mudanças tecnológicas rápidas vividas na sociedade contemporânea.

- Desafios geracionais: alunos familiarizados com ferramentas digitais, porém com lacunas de leitura, estratégia e análise devem ser objetos de contínua reflexão pelas instâncias do curso para a formulação de ajustes pedagógicos a fim de enfrentar a questão.

- Alinhar a introdução responsável do uso de Inteligência Artificial com base conceitual e analítica crítica e não na utilização superficial e funcionalista de ferramentas.”

- Plano de Carreira – fls. 217

“O Plano de Carreira da Universidade de Taubaté foi institucionalizado pela Deliberação do Consep Nº 241/2018 que estabelece a promoção de carreira dos professores efetivos da IES, a partir da Deliberação Consep Nº 240/2018 que dispõe sobre a composição e utilização de um perfil Profissiográfico mínimo como requisito para promoção na carreira docente. Na Ficha de Avaliação de Desempenho Docente (instrumento usado no processo de Avaliação Docente) existem indicadores de natureza pedagógica que incluem, entre outros, “Cumprimento de Normas Legais e Institucionais”, “Pontualidade”, “Comprometimento com atividades e prazos”, “Trabalho em Equipe”, “Emprego de Ferramentas Metodológicas”, “Atividades Acadêmicas” - (como participação em eventos com divulgação do nome da Unitaú nos trabalhos).

Na reunião com os docentes, a Comissão aferiu que embora haja estímulo e previsão para produção acadêmica e titulação docente, ainda é pequena a contribuição institucional tanto para participação em Congressos e Eventos Nacionais ou Internacionais, bem como para Titulação.”

- Núcleo Docente Estruturante (NDE) e Colegiado do Curso – fls. 217 a 218

“Os Núcleos Docentes Estruturantes foram aprovados institucionalmente pela Deliberação Consep Nº 119/2013 e regulamentados pela Deliberação Consep Nº 231/2015 no âmbito dos cursos de graduação da Universidade de Taubaté. A Portaria PRG 033/2025, de 6 de março de 2025, assinada pela Pró-Reitora de Graduação, Profa. Dra. Máyra Cecília Dellú, dispõe sobre a nomeação do NDE com validade até fevereiro de 2026. Os atuais membros do NDE e suas funções correspondentes são:

- Profa. Dra. Eliane Freire de Oliveira (presidente)
- Profa. Ma. Aline Fernanda Lima Ferreira (coordenadora do curso)
- Prof. Me. Gerson Mário de Abreu Farias (representante docente)
- Profa. Ma. Isabel Rosângela dos Santos Amaral (representante docente)
- Profa. Esp. Andréia Gomes Guimarães Aragão (representante docente)

Conforme o previsto, foram realizadas 8 reuniões agendadas para 2025, atestadas por Atas. O NDE foi definido em legislação federal como uma instância de ponderação e validação pedagógicas, atuando como mediador entre as propostas da IES, as necessidades do curso e a realidade dos alunos. Assim, não deve ser compreendido como mero implementador de demandas da Diretoria.

Em reunião com os membros do NDE, a Comissão questionou sobre as metas para os próximos anos, visando uma eventual Renovação de Reconhecimento de Curso. Os membros consideraram avaliar o primeiro ano e identificar melhorias para dar sequência para uma identidade mais forte para o curso de Mídias Sociais Digitais. Com um possível aumento do número de alunos, disciplinas como Marketing se tornariam exclusivas em focar conteúdos específicos, como Marketing Digital, por exemplo. O perfil geral de formação docente do NDE não possui aderência adequada em Tecnologias da Informação e Comunicação para atender a esse tipo de mudança. A Profa. Dra. Eliane Freire de Oliveira é a docente que tem mestrado em Interfaces Digitais e tem aderência, portanto, aos propósitos do curso. Os demais membros representantes docentes têm formação em outras áreas de conhecimento. De qualquer modo, o Projeto Pedagógico do Curso está consoante com as Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN's).

O NDE acompanha de perto um momento crítico de consolidação do curso, necessitando de controle e aferição constantes em pontos de evasão, acompanhamento de egressos e produção científica docente. A introdução de disciplinas eletivas foi uma estratégia pedagógica considerada positiva para o curso.”

- Infraestrutura física, wifi, internet – fls. 218 a 219



CEESP/PC/202600091



"Por conta da mudança de prédio (após impactos de uma enchente histórica registrada no antigo campus do Departamento de Comunicação), a infraestrutura física da IES está de acordo com o esperado para os ambientes pedagógicos, ou seja, as salas de aula apresentam ótimas condições de iluminação, compatibilidade na relação do uso de espaço com a disposição do número de cadeiras, conforto climático com a utilização de novos aparelhos condicionadores de ar, salas identificadas também em código Braille e condições de acessibilidade para cadeirantes com a ausência de degraus no Campus visitado. Convém ressaltar a ausência de piso tátil e identificação em Braille nos corrimãos que servem as rampas de acesso para os andares com salas de aula. Os banheiros atendem satisfatoriamente quanto ao espaço e número de vasos sanitários na relação com a quantidade de alunos, bem como a existência de banheiros adaptados para cadeirantes.

Para o curso de Mídias Sociais Digitais, a infraestrutura tecnológica de acesso à Internet da IES está construída de modo a atender plenamente toda a área do Campus, com acesso individualizado para alunos, funcionários e professores, bem como para visitantes. As salas de aula permitem a utilização de data-show e/ou recursos para projeção de conteúdo didático.

Os recursos nos ambientes tecnológicos estão alocados em 7 laboratórios de informática com capacidade de atendimento que variam entre 20 a 40 alunos. Estruturado em Rede, os computadores estão com as licenças de utilização de softwares em vigência para os pacotes de Sistema Operacional e de Softwares para Produção, Edição e Pós-Produção de conteúdos digitais; 1 laboratório de TV com 2 estúdios devidamente equipados para produção, edição e pós-produção; 1 laboratório de Rádio e Podcast com capacidade de atendimento para 30 alunos; 1 Miniauditório com capacidade para 92 pessoas; 1 sala de Metodologias Ativas com capacidade de utilização para 50 alunos.

A utilização destes recursos de Infraestrutura é compartilhada com outros cursos do Departamento de Comunicação e Negócios e sua configuração está estruturada no mapa abaixo:"



- Biblioteca – fls. 219 a 220

"A Biblioteca do Departamento de Comunicação e Negócios está funcionando no novo Campus da IES. Reestruturou-se por conta da citada enchente que destruiu uma parte do acervo de livros e trabalhos de graduação. As condições para sua utilização se apresentam dentro das expectativas, com espaço de leitura e estudos, consulta digitalizada do acervo, boas condições de iluminação e conforto climático, possibilidade de reserva remota de livros e número de livros adequados para atender ao uso pedagógico das unidades curriculares do curso de Mídias Sociais Digitais. A Biblioteca foi renomeada oficialmente para "Biblioteca de Comunicação e Negócios". Possui 8 baias de estudos individuais e mesas coletivas para o uso de cerca de 50 alunos. A sala de estudos individual não é mais utilizada e está temporariamente ocupada com materiais de outra biblioteca da IES que está em reforma.

O sistema de gestão do acervo, "Biblioteca Sofia", permite reservas e renovações de empréstimos online. Não há sistema de devolução de livros quando a IES está fechada, ela deve ser feita presencialmente.

O Processo de aquisição de livros está baseado nas ementas dos cursos. Os periódicos impressos foram descontinuados e a maioria está disponível em formato digital. Além disso, há acesso ao Portal da Capes para os periódicos inscritos na área do curso.

Esta Comissão selecionou 10 obras Básicas dentre as disciplinas oferecidas pelo curso e, destas, 9 estavam disponíveis, fato que indica que a biblioteca está bem estruturada para atender as disciplinas nesse quesito. O número de títulos disponíveis para a Área da Comunicação é 462 de um total de acervo para outras Áreas contabilizado em 31.053 exemplares. Não há tecnologias assistivas para consulta e leitura para Deficientes Visuais Severos, tampouco para atender Deficientes Auditivos Severos."

- Funcionários Administrativos e Técnicos – fls. 220 a 221

"A relação da quantidade de funcionários e alunos está adequada. A Comissão verificou a existência de 13 funcionários administrativos alocados para atendimento do curso de Mídias Sociais Digitais (e que também atendem diretamente os cursos ligados ao Departamento de Comunicação e Negócios). 8 deles têm formação na área de Comunicação, 2 na área da Administração, 1 com formação em Gestão de Recursos Humanos, 1 na área de Letras e 1 na área da Engenharia Civil. Entre eles existem 10 com vínculo efetivo com a IES, 2 que são comissionados e 1 em regime probatório. Eles atendem, de forma distinta, a Secretaria, Laboratórios de Informática e Estúdios de Rádio e TV.

A bibliotecária responsável pela área da Comunicação é Cláudia Regina Santiago - CRB8 5670 e para a área da Gestão e Negócios é a bibliotecária Maria Aparecida Lemos de Souza - CRB8 9087.



*A quantidade de funcionários que auxiliam as ações curriculares tanto em níveis pedagógicos quanto administrativos atende plenamente às necessidades do curso de Mídias Sociais Digitais, (...)*

- Manifestação Final dos Especialistas – fls. 222

*“O curso de Mídias Sociais Digitais da UnitaU possui muitos aspectos positivos: inserção em uma universidade tradicional e vibrante, contextualização em uma região relevante e com mercado significativo, gestão competente, estrutura física e humana completa, zelo às normas e diretrizes legais, órgãos colegiados em pleno funcionamento. Os cursos de Comunicação Social da UNITAU são tradicionais e qualificados oferecendo, assim, condições sólidas para que o curso de Mídias Sociais desfrute de adequados ambientes físicos, virtuais, laboratórios e biblioteca.*

*Os idealizadores e gestores do curso de Mídias estão convictos de que o mesmo possui bom potencial para se firmar na IES dado seu caráter tecnológico, inovador e de inserção em um mercado profissional crescente voltado ao uso de novas tecnologias digitais.*

*A pouca procura e alta evasão são indicadores claros de que o curso não tem a performance planejada. Verifica-se um distanciamento entre a expectativa do aluno e o que ele encontra em termos de conteúdo e organização do curso.*

*Recomendações:*

*1. Oferecer, no máximo, 20% da carga horária das disciplinas em conjunto com bacharelados em comunicação. Ao cursar muitas disciplinas com as turmas de Publicidade e Jornalismo, o aluno vê pulverizar o foco do curso frustrando a expectativa criada de vivenciar aspectos tecnológicos próprios das mídias sociais digitais.*

*2. Revisar a matriz curricular. Há uma série de disciplinas pouco aderentes ao campo tecnológico e de mídias digitais que, mesmo não sendo compartilhadas com outros cursos, comprometem a formação tecnológica sinalizada pela IES. São marcadamente teóricas ou de aplicação secundária a esse campo, quando o curso tecnológico demandaria disciplinas mais operacionais, práticas, aplicadas e de lógica profissional, compatíveis com a expectativa do aluno em estar apto para um mercado competitivo na área de mídias sociais digitais.*

*3. Promover uma atuação integrada das disciplinas para as titulações e certificações intermediárias e final. A interdisciplinaridade praticamente se limita ao desenvolvimento dos projetos de extensão - PAPEX no respectivo Período de uma turma quando deveria convergir para a respectiva titulação intermediária. Ou seja, deveria haver uma atuação conjunta de disciplinas que privilegiassem as titulações e certificações intermediárias e final.*

*4. Evidenciar no PPC o papel das disciplinas para as certificações intermediárias. Demonstrar como as disciplinas do respectivo Módulo se alinham ou convergem para as titulações intermediárias previstas pelo curso. Demonstrar como tais titulações se compatibilizam com a titulação final de tecnólogo em mídias sociais digitais. Tais demonstrações evitam transferir para o aluno o ônus de descobrir a afinidade de disciplinas para sua formação e interesses quando de seu ingresso e permanência no curso. Se for pertinente, o curso pode cogitar em prever um trabalho de final de Módulo, talvez em sincronia com o PAPEX.*

*5. Reforçar a diferenciação pedagógica nas aulas conjuntas e reavaliar os métodos de avaliação para fortalecer e consolidar o curso, como balancear a prova integrada e o PAPEX a fim de mitigar estresses e manter o rigor destas etapas avaliativas.*

*6. Incentivar a composição de um NDE com perfil de produção e/ou pesquisa acadêmica, ou profissional com envolvimento direto na área de abrangência tecnológica necessária para o curso de Mídias Sociais Digitais.”*

**Em sua conclusão**, a Comissão de Especialistas posicionou-se de forma **desfavorável ao reconhecimento do Curso de Mídias Sociais Digitais** oferecido pela UNITAU, fundamentando-se, em síntese, nos seguintes aspectos (fls. 223 a 224):

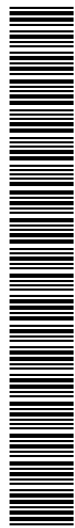
– Graves deficiências na oferta do curso, demandando atenção da Direção e da Coordenação, relacionadas, segundo a Comissão, à baixa procura e ao elevado índice de evasão discente.

– Relação pouco expressiva entre vagas ofertadas e alunos matriculados, evidenciando reduzida ocupação, além de significativa evasão, caracterizada por desistências e migração de estudantes para outros cursos da própria UNITAU.

– Compartilhamento de disciplinas com outros bacharelados, o que, conforme o Relatório, comprometeria o foco pedagógico e a aderência às especificidades do Curso de Mídias Sociais Digitais.

– Fragilidades na matriz curricular, especialmente quanto à existência de componentes considerados pouco orientados ou com insuficiente aderência tecnológica aos objetivos do Projeto Pedagógico do Curso (PPC), situação observada no ementário e nos planos de ensino, indicando a necessidade de revisão curricular e de alinhamento às titulações intermediárias e final previstas no PPC.

**Em razão dessas deficiências** — notadamente a baixa demanda, a elevada evasão e a extensão das recomendações formuladas — a Comissão concluiu que o curso ainda não demonstraria maturidade e consistência suficientes para o reconhecimento, ponderando, contudo, a possibilidade de reversão desse



cenário caso as questões identificadas fossem devidamente equacionadas.

Diante do teor do Relatório da Comissão de Especialistas, o Presidente da Câmara de Educação Superior, por meio do Ofício CES 499/2025, de 10/12/2025, encaminhou-o à IES para ciência e manifestação (fls. 229).

Considerando a conclusão desfavorável ao reconhecimento do Curso, a Universidade de Taubaté solicitou a **reconsideração do posicionamento**, encaminhando justificativas e documentação relativa ao atendimento às exigências legais e às correções adotadas.

A IES apresentou respostas às questões suscitadas, bem como documentação de suporte e plano de melhorias, constantes de fls. 232 a 265, cujos fundamentos são sintetizados a seguir.

**1) Análise da Contextualização do Curso, do Compromisso Social e da Justificativa apresentada pela Instituição para criação do curso (fls. 232 a 233):**

A Universidade de Taubaté registra que, no Relatório Circunstanciado, a Comissão de Especialistas reconheceu sua relevância institucional para a cidade e região, destacando o dinamismo de suas atividades de ensino, pesquisa e extensão, bem como a compatibilidade de sua missão, visão, valores e compromissos com propósitos acadêmicos, éticos e de interesse social.

Segundo a IES, o Relatório também apresentou dados relativos ao número de discentes, às modalidades ofertadas e ao percentual de docentes mestres e doutores, além de mencionar que o Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais, iniciado em 2024, possui sede física definida e registro no Cadastro e-MEC, com informações disponíveis em website institucional.

**2) Avaliação sobre os Objetivos Gerais e Específicos do curso e sua adequação para formar graduados capazes de atuar segundo as competências esperadas (fls. 233 a 234):**

A Universidade informa que, conforme apontado no Relatório Circunstanciado, a Comissão de avaliação que os objetivos gerais e específicos do Curso se mostram compatíveis e adequados à sua finalidade, estando alinhados ao perfil profissional do egresso e às competências previstas nas Diretrizes Curriculares Nacionais.

Destaca, ainda, que a avaliação consignada no Relatório aponta que a formação proposta prepara profissionais para atuação estratégica no campo das mídias sociais digitais, alinhada às demandas do mercado e ao perfil profissional descrito no Projeto Pedagógico do Curso.

**3) Avaliação sobre o Currículo pleno oferecido, com Ementário e Sequência das disciplinas/atividades e Bibliografias básica e complementar (fls. 234 a 239):**

No que se refere ao currículo pleno do Curso, a Universidade de Taubaté informa que o Relatório Circunstanciado registrou o atendimento à legislação pertinente à oferta de cursos superiores de tecnologia, destacando a observância à Deliberação CEE 207/2022, à Resolução CNE/CP 01/2021, à Portaria MEC 514/2024 e a previsão do Curso no Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia, no eixo de Produção Cultural e Design.

A IES assinala que, conforme consignado no Relatório, a matriz curricular é composta por 30 disciplinas organizadas em quatro etapas, contemplando componentes teóricos, técnicos e práticos, além de disciplinas eletivas que favorecem a flexibilidade formativa e a integração com outros cursos da área. Registra, ainda, que a Comissão de Especialistas apontou ausência de interdisciplinaridade entre as disciplinas, especialmente no que se refere aos projetos PAPEX. Em resposta, esclarece que o Projeto de Aplicação, Pesquisa e Extensão constitui proposta pedagógica implantada desde o primeiro semestre, com resultados evidenciados na produção discente e nos planos de ensino apresentados, sustentando que a organização da matriz curricular favorece a interdisciplinaridade, evita a fragmentação do conhecimento e contribui para o desenvolvimento do processo de aprendizagem e da formação crítica e reflexiva dos estudantes.

Quanto às observações relativas ao ementário, bibliografias e atualização de conteúdos, a Instituição informa que uma nova matriz curricular vem sendo elaborada, com ajustes em ementas e bibliografias já incorporados aos planos de ensino encaminhados para nova apreciação. Destaca que o planejamento das disciplinas é revisto semestralmente e submetido à análise da coordenação do curso, sendo posteriormente disponibilizado aos estudantes.



Em relação aos apontamentos específicos, esclarece que a disciplina Estilo e Composição Visual será suprimida e que as disciplinas de Língua Portuguesa inicialmente previstas em duplicidade serão substituídas por componente único voltado à área de formação, intitulado Linguagem, Produção Textual e Redação Digital, considerando-se que a oferta anterior seguia padrão institucional comum aos cursos de graduação. Informa, ainda, que a nova matriz curricular pretende atender às observações apresentadas, com ementário mais dinâmico e atualizado, flexibilizado pelo contexto de inovação e tecnologia em constante movimento.

A IES acrescenta que atividades acadêmicas complementares, como eventos e participação de profissionais convidados, têm contribuído para a atualização formativa dos estudantes em temas contemporâneos da área, ainda que não constassem originalmente do ementário. Ressalta, também, que o Relatório Circunstanciado reconheceu o atendimento à Resolução CNE/CES nº 7/2018 quanto às Atividades Curriculares de Extensão, desenvolvidas por meio do PAPEX, que integra ensino, pesquisa e extensão em projetos de viés social e formativo ao longo do curso.

Por fim, a Instituição informa que a nova matriz curricular mencionada não havia sido previamente encaminhada ao Conselho, por entender que a avaliação deveria considerar o curso conforme ofertado no momento da visita, destacando, contudo, que discussões e ajustes para aprimoramento da proposta formativa já vinham sendo conduzidos ao longo da implantação do curso.

#### **4) Alinhamento da matriz curricular às competências e ao perfil do egresso (fls. 239 a 243):**

No que se refere ao alinhamento da matriz curricular às competências e ao perfil do egresso previstos nas Diretrizes Curriculares Nacionais, a UNITAU informa que o Relatório reconheceu aspectos positivos da matriz curricular, destacando sua contribuição para a formação do discente em consonância com as competências esperadas, bem como sua aderência à realidade de mercado, ao estágio tecnológico e às demandas profissionais.

A IES registra que, embora a Comissão tenha apontado como fragilidade a oferta conjunta de disciplinas com os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda, entendendo que tal prática poderia gerar fragmentação e desvio de foco, esclarece que a integração entre cursos foi concebida como estratégia pedagógica voltada à ampliação de experiências formativas, ao compartilhamento de conhecimentos e ao fortalecimento do networking entre estudantes, considerando a natureza transversal da atuação profissional em mídias sociais digitais.

Quanto às certificações intermediárias e à organização dos módulos, a Instituição informa que tais elementos foram inicialmente previstos quando da criação do curso, em consonância com normativas vigentes à época, reconhecendo, contudo, que sua articulação não se concretizou integralmente na matriz curricular em funcionamento, conforme também apontado pela Comissão.

Em relação à observação acerca da presença de disciplinas com menor caráter técnico específico em mídias sociais digitais, a IES esclarece que parte significativa dessas disciplinas integra o rol de componentes eletivos previstos na Deliberação CONSEP 214/2023, sendo ofertadas de forma compartilhada com outros cursos da área e selecionadas pela coordenação conforme o Projeto Pedagógico do Curso. Destaca que nem todas as disciplinas mencionadas no Relatório são efetivamente cursadas pelos estudantes de Mídias Sociais Digitais, uma vez que a escolha das eletivas ocorre conforme a organização curricular de cada turma e curso.

Por fim, a Instituição enfatiza que a própria Comissão reconhece o alinhamento do curso às Diretrizes Curriculares Nacionais, sustentando que a oferta de disciplinas conjuntas com cursos correlatos não compromete a legitimidade da formação, tendo sido adotada como estratégia de integração acadêmica e de otimização dos recursos pedagógicos e institucionais disponíveis.

#### **5) Metodologias de aprendizagem centradas no estudante (fls. 243):**

No que se refere às metodologias adotadas, a Universidade informa que o Relatório Circunstanciado registra a adoção de práticas pedagógicas alinhadas a metodologias ativas, com estratégias de ensino e avaliação compatíveis com a proposta centrada no estudante, conforme previsto no PPC e nas normativas institucionais.



A IES destaca que o uso de metodologias ativas, formas diversificadas de avaliação e recursos que favorecem a autonomia e a construção do conhecimento constitui preocupação constante da Instituição e do Departamento de Comunicação e Negócios. Informa, ainda, que, nos últimos quatro anos, a Universidade promoveu a renovação de mobiliário para facilitar metodologias ativas, bem como investiu na reestruturação dos laboratórios de informática, no estúdio de fotografia, na Central de Podcast e no estúdio de televisão, entre outros espaços pedagógicos, observados in loco pela Comissão de Especialistas.

**6) Oferta de disciplinas na modalidade a distância (fls. 244):**

Quanto à oferta de disciplinas na modalidade a distância, a Universidade de Taubaté informa que o Relatório Circunstanciado apontou a existência de componentes curriculares ofertados parcialmente em EAD, em conformidade com a Deliberação CONSEP 087/2024 e com os limites estabelecidos para cursos presenciais, observando-se percentual inferior a 20% da carga horária total, conforme a Deliberação CEE 170/2019.

A IES esclarece que tal organização também se aplica à matriz curricular regulamentada pela Deliberação CONSEP 214/2023, referente à oferta iniciada no primeiro semestre letivo. Registra, ainda, que o Relatório descreve a utilização do Espaço Virtual de Aprendizagem (EVA), baseado na plataforma Moodle, como ambiente destinado ao desenvolvimento das atividades a distância, à disponibilização de materiais, à realização de avaliações e à interação entre docentes e discentes.

Por fim, assinala que a Comissão de Especialistas reconheceu a conformidade da oferta na modalidade a distância com as normativas vigentes e com a estrutura curricular do curso.

**7) Estágio Supervisionado (fls. 245):**

No Relatório Circunstanciado, a Comissão de Especialistas registra que o estágio supervisionado não constitui componente curricular obrigatório do curso, sendo os estudantes estimulados à vivência prática na própria IES e no mercado profissional externo, em atividades aderentes ao perfil do egresso, especialmente por meio de disciplinas e projetos de extensão.

A IES acrescenta que parte dos discentes realizou estágios em agências de marketing digital, empresas da região e na Agência de Comunicação da própria Universidade.

**8) Trabalho de Conclusão de Curso (fls. 245 a 246):**

Quanto ao Trabalho de Conclusão de Curso, a Universidade informa que o Relatório Circunstanciado registra não se tratar de componente curricular obrigatório, esclarecendo, entretanto, que, no último semestre, os alunos concluintes desenvolvem projetos individuais orientados na área de Mídias Sociais Digitais, submetidos a banca avaliadora, com devolutivas quanto à pertinência e à viabilidade de implantação no mercado regional.

**9) 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 (fls. 246 a 248):**

No Relatório Circunstanciado, a Comissão de Especialistas registra aspectos positivos relacionados ao acompanhamento de egressos e à permanência discente, destacando a atuação da Comissão Permanente de Relacionamento com Egressos (COPERE), o uso da TV UNITAU, a existência do Hub para interação com empresários e egressos, bem como as modalidades de bolsas vinculadas ao Programa de Bolsas da Pró-Reitoria Estudantil.

Como ponto negativo, aponta a relação demanda/disponibilidade de vagas, com baixa procura e elevada evasão. A IES informa que, diante desse cenário, houve suspensão da oferta de vagas no segundo semestre de 2025 e no primeiro semestre de 2026, com a finalidade de reavaliar aspectos do curso.

O Relatório descreve, ainda, a concessão de certificações intermediárias por módulo e o diploma ao final do curso, observando que os critérios de aproveitamento de conhecimentos e experiências anteriores não se mostram claros. A Instituição esclarece que tais certificações vêm sendo reavaliadas no âmbito da reformulação do PPC e da matriz curricular.



Quanto à evasão, a IES informa que parte dos estudantes solicitou transferência para outros cursos da área de Comunicação da própria UNITAU e destaca a existência de ações institucionais de acompanhamento discente, incluindo o Programa de Monitoramento da Evasão e a atuação da COPERE.

**10) Sistema de avaliação do curso** (fls. 248 a 249):

No que se refere ao sistema de avaliação do curso, a UNITAU informa que o Relatório registrou a existência de normativas institucionais que disciplinam os processos avaliativos, contemplando critérios de assiduidade, aproveitamento e frequência mínima, bem como a utilização de instrumentos diversificados de avaliação, tais como exercícios, seminários, relatórios, atividades individuais e em grupo.

A IES destaca que as avaliações integram o processo de ensino-aprendizagem do Curso, sendo acompanhadas pela Coordenação Pedagógica no PPC, nos planos de ensino e na Avaliação Integrada, que também contempla o PAPEX e seus resultados ao final de cada semestre. Informa que, embora o curso ainda não tenha sido avaliado pelo ENADE, a Avaliação Integrada busca familiarizar os estudantes com esse formato.

Acrescenta que o processo avaliativo inclui, ainda, a Avaliação Docente e a Avaliação Institucional, promovidas pela Comissão Própria de Avaliação (CPA), cujos resultados são disponibilizados semestralmente.

**11) Cursos de Licenciatura** (fls. 249):

(...)

**12) Outras atividades relevantes** (fls. 249 a 252):

A Universidade informa que as atividades de extensão estão institucionalizadas, conforme a Deliberação Consep 027/2021, a Resolução MEC 07/2018, a Deliberação CEE 216/2023 e a Estratégia 12.7 da Meta 12 do PNE (2014-2024), sendo operacionalizadas por meio do Regulamento das Atividades Curriculares de Extensão. Destaca-se o Projeto de Aplicação, Pesquisa e Extensão (PAPEX), estruturado como eixo integrador do currículo, com desenvolvimento semestral de projetos interdisciplinares que articulam inovação, pesquisa aplicada e ações de impacto social e comunitário.

A IES alega que, na primeira turma, a pesquisa esteve prioritariamente vinculada aos projetos desenvolvidos ao longo dos semestres, especialmente no âmbito do PAPEX e das atividades integradoras, materializando-se pela participação discente em eventos científicos institucionais, com destaque para o Congresso Internacional CICTED (2024 e 2025), como espaços formativos de introdução à pesquisa e difusão da produção acadêmica.

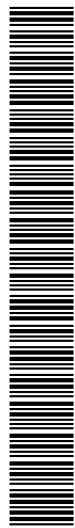
Destaca que o curso se encontra em fase inicial de consolidação, com apenas uma turma formada (2024–2025), o que impacta o volume de registros formais de iniciação científica e produção discente, embora as bases institucionais e pedagógicas estejam estabelecidas e a revisão da matriz curricular preveja ampliação das ações de pesquisa e fortalecimento de linhas e ligas acadêmicas.

Esclarece, ainda, que eventual relato discente sobre aulas EaD não constitui, isoladamente, evidência de sua não realização, devendo a comprovação considerar registros na plataforma, planos de ensino, instrumentos de avaliação e sistema acadêmico adotado. Informa, por fim, que a Universidade promove regularmente eventos acadêmicos institucionais e que as produções discentes têm se voltado a produtos do ambiente digital.

**13) Perfil da Coordenação e do Corpo Docente** (fls. 252 a 255):

A IES informa que o Relatório circunstanciado reconhece que a Coordenação possui formação na área de Comunicação Social e perfil acadêmico-profissional ajustado à gestão do curso, com atuação responsável e transparente diante dos desafios de implantação. Registra-se baixa produção acadêmica no último triênio, atribuída à elevada demanda de acompanhamento e reorganização do curso, bem como ao fato de parte dos docentes não registrar com frequência suas produções técnicas e práticas na Plataforma Lattes.

Quanto ao corpo docente, o Relatório considera que atende satisfatoriamente ao perfil do egresso, com boa aderência entre formação, experiência e disciplinas ministradas, e em conformidade com a Deliberação CEE 145/2016. A IES destaca que a produção docente inclui atividades técnicas e profissionais



em mídias digitais, extensão e comunicação institucional, as quais contribuem para a formação prática dos estudantes e para o fortalecimento do curso, estando previstas orientações para ampliação dos registros acadêmicos e aperfeiçoamento pedagógico contínuo.

**14) Plano de carreira e regimes de trabalho docente** (fls. 255 a 256):

A Comissão registra que o Plano de Carreira da Universidade de Taubaté foi institucionalizado pelas Deliberações Consep 240/2018 e 241/2018, prevendo progressão funcional com base em avaliação de desempenho e perfil profissiográfico docente. Aponta, contudo, que, embora haja estímulo à produção acadêmica e à titulação, a contribuição institucional para participação em eventos e qualificação ainda é considerada limitada.

A IES informa que oferece bolsas parciais para Mestrado e Doutorado e incentiva a participação em eventos com afastamento remunerado e eventuais apoios. Registra-se que, entre 2024 e 2025, dos 17 docentes do curso, um concluiu Mestrado, dois estão em pós-graduação (mestrado e doutorado) com bolsa e os demais já possuem titulação stricto sensu ou estão em processo de qualificação, com participação em eventos e publicações científicas.

**15) Núcleo Docente Estruturante e Colegiado de Curso** (fls. 256 a 258):

A IES informa que o Núcleo Docente Estruturante é regulamentado por normativas internas da Universidade, com composição que inclui docentes do curso, da área de Humanidades e da gestão acadêmica, observados os critérios institucionais.

Os Especialistas registram que o perfil geral de formação docente do NDE não possui aderência adequada em Tecnologias da Informação e Comunicação, destacando que apenas a docente com formação em Interfaces Digitais apresenta alinhamento direto aos propósitos do curso. A IES esclarece que a constituição do NDE observou as normativas institucionais e considerou o envolvimento dos docentes em atividades de ensino, pesquisa, extensão e PAPEX, bem como o processo recente de renovação do corpo docente decorrente de aposentadorias.

A Universidade reconhece a pertinência dos apontamentos e informa que foi encaminhada à Pró-Reitoria de Graduação proposta de revisão da composição do NDE, já autorizada e anexada aos autos, cabendo ao futuro NDE rever a proposta pedagógica e a viabilidade do curso, bem como estudar, validar e aprimorar a matriz curricular apresentada.

**16) Infraestrutura Física, dos Recursos e do acesso a Redes de Informação, Internet e Wi-fi** (fls. 258 a 261):

No Relatório, a Comissão de Especialistas registra que, após a mudança para o novo Departamento de Comunicação e Negócios, a infraestrutura física encontra-se de acordo com o esperado para os ambientes pedagógicos, destacando salas de aula com boas condições de iluminação, conforto climático, acessibilidade para cadeirantes, identificação em Braille e banheiros que atendem satisfatoriamente quanto ao espaço, ao número de sanitários e à existência de unidades adaptadas. Ressalta-se apenas a ausência de piso tátil e de identificação em Braille nos corrimãos das rampas de acesso.

A Universidade informa que, em razão da mudança para o novo prédio, os ajustes de acessibilidade estão sendo solicitados ao setor de projetos para adequação dos pontos de acesso e demais providências, incluindo melhorias estruturais em andamento. Destaca, ainda, o Programa de Apoio ao Estudante com Necessidades Especiais (Paenee), que visa oferecer recursos para acesso, permanência e sucesso dos estudantes, com orientação quanto às tecnologias assistivas disponíveis.

Quanto à infraestrutura tecnológica, a Comissão registra que o acesso à Internet atende plenamente a área do campus, com acesso individualizado, utilização de recursos de projeção em sala e ambientes tecnológicos compostos por 7 laboratórios de informática, laboratório de TV com 2 estúdios, laboratório de rádio e podcast, miniauditório e sala de metodologias ativas. Tais recursos, compartilhados com outros cursos do Departamento, foram considerados compatíveis com a oferta do curso.

Permanece como ressalva apenas a ausência de piso tátil e de identificação em Braille, já informada ao setor competente, estando a Universidade realizando reformas e adequações nos campi para atendimento das demandas de acessibilidade.



**17) Biblioteca e acesso ao acervo** (fls. 261 a 263):

No Relatório circunstanciado, a Comissão de Especialistas registra que a Biblioteca do Departamento de Comunicação e Negócios passou a funcionar no novo campus após reestruturação decorrente da enchente que atingiu o antigo acervo. Destaca que as condições de utilização estão dentro das expectativas, com espaços de leitura e estudo, consulta digital ao acervo, boas condições de iluminação e conforto climático, possibilidade de reserva remota e quantitativo de obras adequado às unidades curriculares. Informa que o processo de aquisição de livros baseia-se nas ementas dos cursos e que, das 10 obras básicas analisadas, 9 estavam disponíveis. Aponta, como ressalva, a inexistência de tecnologias assistivas específicas para deficientes visuais e auditivos severos.

A IES informa que mantém o Programa de Apoio ao Estudante com Necessidades Especiais (Paenee), vinculado à Pró-Reitoria Estudantil, destinado a oferecer recursos para acesso, permanência e acompanhamento dos estudantes, bem como que o Manual do Aluno apresenta o programa e permite a indicação de tecnologias assistivas. Registra, ainda, a acessibilidade disponível no sistema on-line da biblioteca (Sophia), que possibilita adequação de usabilidade conforme necessidades específicas de acesso.

**18) Funcionários Administrativos** (fls. 264):

No Relatório circunstanciado, os Especialistas registram a existência de 13 funcionários administrativos alocados ao curso e ao Departamento de Comunicação e Negócios, com formações diversas e atuação na Secretaria, laboratórios e estúdios, além das bibliotecárias responsáveis pelas áreas de Comunicação e de Gestão e Negócios. Concluem que a quantidade de funcionários que auxiliam as ações curriculares, em níveis pedagógicos e administrativos, atende plenamente às necessidades do curso.

A IES destaca que a Comissão de Especialistas considerou adequadas a quantidade e a qualificação dos funcionários que apoiam as atividades pedagógicas e administrativas do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais, ressaltando que tal avaliação reforça o compromisso institucional com a manutenção de infraestrutura e de recursos humanos adequados ao desenvolvimento das atividades de ensino, pesquisa e extensão, conforme previsto no Plano de Desenvolvimento Institucional.

**Considerações finais da Instituição**

**Encerrada a manifestação da IES acerca dos tópicos constantes do Relatório circunstanciado**, foi apresentado **Plano de Melhoria** sobre as recomendações formuladas pelos Especialistas, contendo justificativas, atendimento legal e demonstração de correção dos aspectos apontados, **cujo inteiro teor pode ser verificado de fls. 265 a 275**.

A Universidade requer que sejam validados os diplomas dos alunos formados na oferta inicial do curso, considerando que este se encontra em processo de reestruturação e com a oferta suspensa, por iniciativa da própria IES, até a conclusão desse processo. Sustenta que tal circunstância não invalida o percurso formativo já ofertado e que os concluintes estão aptos à atuação profissional na área de formação tecnológica.

Ao final, argumenta que, embora em processo de reformulação, a oferta inicial atendeu aos requisitos formativos e possibilitou a adequada formação dos concluintes, ressaltando que o Relatório circunstanciado reconheceu a conformidade do curso com as Diretrizes Curriculares Nacionais, a adequação da infraestrutura física e tecnológica, o atendimento à Deliberação CEE nº 145/2016 quanto ao corpo docente, a regularidade formal do PPC e o funcionamento dos órgãos colegiados.

Diante disso, reitera o pedido de reconsideração da conclusão desfavorável ao reconhecimento do curso, colocando-se à disposição para promover os ajustes pedagógicos necessários.

**PROPOSTA DE NOVA MATRIZ CURRICULAR** fls. 510 a 512

A Universidade de Taubaté informa que a nova organização curricular do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais foi estruturada com predominância da formação presencial, totalizando 1.600 horas (aproximadamente 83% da carga horária total), reforçando o caráter técnico, prático e laboratorial da formação. A carga horária desenvolvida na modalidade a distância soma 320 horas (cerca de 17%), dentro dos limites previstos na legislação vigente e concentrada em componentes de natureza teórica e analítica.



A IES destaca que a matriz curricular mantém a possibilidade de oferta de disciplinas conjuntas com os cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda em componentes de base comum, favorecendo a integração entre áreas correlatas e o desenvolvimento de competências transversais, sem prejuízo às especificidades formativas do curso. Ressalta, ainda, o PAPEX – Projeto de Aplicação em Pesquisa e Extensão – como eixo integrador desenvolvido em todos os períodos, articulando ensino, pesquisa e extensão por meio de projetos progressivos.

Por fim, enfatiza que a estrutura curricular contempla disciplinas voltadas à inteligência artificial, análise de métricas, gestão de plataformas digitais, tráfego e mídia paga, e-commerce e inovação em mídias sociais, articuladas aos fundamentos teóricos da comunicação e a conteúdos de ética, legislação e gestão, assegurando formação alinhada às competências profissionais e às demandas do mercado digital.

### 1º PERÍODO – MÍDIAS SOCIAIS E INTERFACES

Disciplina	CH Presencial	CH EaD	Aulas Conjuntas
Mídias Digitais e Redes Sociais	80	–	Jornalismo / Publicidade
Linguagem, Produção Textual e Redação Digital	40	40	–
Ética, Acessibilidade e Inclusão Digital	40	–	–
Marketing Digital	40	40	–
Fotografia	80	–	Jornalismo / Publicidade
Produção Audiovisual para Plataformas Digitais	80	–	–
Design de Interfaces	40	–	–

**Total do Período:** 400 (Presencial) | 80 (EaD)

**PAPEX I (ACEs):** Produção de conteúdo digital com impacto social.

### 2º PERÍODO – ESTRATÉGIAS, BRANDING E CONSUMO

Disciplina	CH Presencial	CH EaD	Aulas Conjuntas
Laboratório de Produção e Edição Digital	80	–	–
Narrativas Digitais e Copywriting	40	40	–
Comportamento do Consumidor Digital	40	–	–
Influência Digital	40	40	–
Inteligência Artificial e Conteúdo Multiplataforma	80	–	–
Branding: Gestão de Marca	40	–	Jornalismo / Publicidade
Desktop Publishing e Webdesign	80	–	Jornalismo / Publicidade

**Total do Período:** 400 (Presencial) | 80 (EaD)

**PAPEX II (ACEs):** Planejamento estratégico de marca e conteúdo para cliente real.

### 3º PERÍODO – DADOS, MÉTRICAS E GESTÃO

Disciplina	CH Presencial	CH EaD	Aulas Conjuntas
Social Analytics e Métricas	80	–	–
Pesquisa de Mercado e Opinião Pública	80	–	Jornalismo / Publicidade
Legislação, Direitos Autorais e Defesa do Consumidor	40	40	–
Gestão de Projetos e Metodologias Ágeis	80	–	–
Gestão de Crises e Reputação	40	40	Jornalismo / Publicidade
Planejamento Estratégico em Mídias Sociais	80	–	–

**Total do Período:** 400 (Presencial) | 80 (EaD)

**PAPEX III (ACEs):** Monitoramento, métricas e análise de desempenho.

### 4º PERÍODO – NEGÓCIOS, MONETIZAÇÃO E INOVAÇÃO

Disciplina	CH Presencial	CH EaD	Aulas Conjuntas
Gestão de Plataformas e Algoritmos	80	–	–
Monetização de Negócios na Internet	40	–	Jornalismo / Publicidade
E-commerce e Integração de Canais	80	–	–
Tráfego e Mídia Paga	40	40	–
Empreendedorismo e Negócios Digitais	40	40	–
Laboratório de Inovação em Mídias Sociais e Finanças Digitais	80	–	–

**Total do Período:** 400 (Presencial) | 80 (EaD)

**PAPEX IV / Projeto Final:** Desenvolvimento de negócio ou produto digital estratégico completo.

### RESUMO GERAL DA CARGA HORÁRIA



Modalidade	Carga Horária
Presencial	1.600 h
EaD	320 h
<b>Total do Curso</b>	<b>1.920 h</b>

**Face ao exposto**, em 07/01/2026 a manifestação da IES foi encaminhada à análise da Comissão de Especialistas (fls. 704), que se pronunciou nos termos a seguir transcritos:

*"Para esta Comissão, não resta dúvida que a Unitau e o curso possuem gestão e docentes qualificados para direcionar o curso para um desempenho de alto nível. A esta Comissão cabe emitir um parecer de reconhecimento do que o curso fez, sua trajetória, desempenho, decisões formais e documentadas que aperfeiçoem a oferta, portanto, ações efetivas praticadas até o momento. O que está ou estará sendo discutido e providenciado pela IES deve circunscrever-se à autonomia pedagógica da Unitau, seus colegiados e comunidade acadêmica, até que suas propostas e decisões sejam formalizadas e, assim, serem passíveis de exame por atores externos, caso desta Comissão ou o CEE. Não cabe a esta Comissão apreciar propostas, mas apenas se manifestar sobre decisões estruturadas, finalizadas e formalmente aprovadas pelas instâncias da IES.*

*A resposta da Unitau ao que foi observado por esta Comissão reúne poucos avanços concretos, caso da reformulação do NDE. No entanto, os aspectos centrais que embasaram a manifestação desta Comissão não foram devidamente justificados ou alvo de decisões formais e concretas. A proposta de nova matriz curricular (Anexo III, p. 510) reúne disciplinas sem que se mostre sua pertinência, lógica interdisciplinar e formação modular (certificações intermediárias), havendo somente um texto de uma página que procura apresentá-la. Não se apontam programas para essas disciplinas, nem procedimentos para indicação de docentes responsáveis, estrutura laboratorial necessária, disciplinas em comum ofertadas com outros cursos e integração com projetos e atividades, trabalho esse que deve estar formalizado e aprovado em um PPC integral, completo. Na resposta da IES, há uma proposta embrionária: ... justificamos que uma nova Matriz Curricular vem sendo elaborada pela Coordenação Pedagógica (p.236); um novo PPC já em reformulação (p. 247).*

*Com a oferta do curso suspensa desde o segundo semestre de 2025 (p. 246), tem-se um forte argumento de que a própria IES deve se interessar em uma reestruturação efetiva e coordenada do curso e, assim, reunir condições mínimas para o reconhecimento.*

*Esta Comissão sugere, ciente da competência dos gestores da Unitau em oferecer o Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais dentro de padrões de qualidade aceitáveis e atrativos aos discentes, que seja dado o prazo de um ano para que as providências propostas, discutidas e aprovadas pela IES sejam materializadas, formalizadas, documentadas e encaminhadas ao CEE na forma de um PPC aderente às normas em vigor.*

*O prazo e as condições aqui propostas estão previstos no art. 44, parágrafo 2º da Delib. CEE N° 171/2019."*

### Considerações Finais

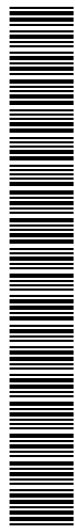
Da análise do presente processo, que trata do pedido de reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais, ofertado pela Universidade de Taubaté, verifica-se que a Comissão de Especialistas designada por este Conselho manifestou-se desfavoravelmente ao reconhecimento do curso, em razão de fragilidades relevantes identificadas em seu funcionamento, notadamente no que se refere à baixa demanda, à elevada evasão e à necessidade de aprimoramento de diversos aspectos da proposta formativa .

Não obstante, o Relatório Circunstanciado também registra que o curso apresenta elementos positivos em sua concepção, com objetivos formativos adequados, coerência com as Diretrizes Curriculares Nacionais, corpo docente compatível e infraestrutura física e tecnológica suficiente para sua oferta.

Diante da conclusão desfavorável, a Instituição apresentou manifestação fundamentada, acompanhada de documentação comprobatória e de um plano de melhorias, indicando ações voltadas à reestruturação do curso, tendo, inclusive, deliberado pela suspensão temporária de novas ofertas até a consolidação das mudanças propostas.

Esse conjunto de elementos evidencia que, embora o curso ainda não tenha alcançado o nível de maturidade esperado para o reconhecimento pleno, há indícios de viabilidade acadêmica e institucional, condicionados à efetiva implementação das medidas corretivas apresentadas.

Nesse contexto, a análise do pedido não pode desconsiderar, de um lado, a avaliação técnica desfavorável da Comissão de Especialistas, nem, de outro, o esforço institucional de revisão e aprimoramento do curso, já em curso, o que recomenda uma apreciação pautada por critérios de razoabilidade e de proteção ao interesse acadêmico dos estudantes envolvidos.



Dessa forma, eventual decisão favorável ao reconhecimento deve ser compreendida em caráter excepcional e condicionado, vinculada à efetiva reestruturação do curso e à verificação, por este Conselho, no próximo ciclo avaliativo, das condições de sua oferta futura, não se configurando como reconhecimento pleno de sua consolidação acadêmica no estado atual.

## 2. CONCLUSÃO

**2.1** Aprova-se, com fundamento na Deliberação CEE 171/2019, o pedido de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais, da Universidade de Taubaté, pelo prazo de dois anos.

**2.2** A Interessada deverá atender as recomendações dos Especialistas, em particular quanto aos aspectos curriculares, com vistas ao próximo ciclo avaliatório.

**2.3** No prazo de seis meses, a Instituição deverá apresentar a este Conselho relatório circunstanciado das ações implementadas em atendimento às recomendações da Comissão de Especialistas, acompanhado de evidências que permitam aferir sua efetiva execução.

**2.4** 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, 15 de março de 2026.

**a) Cons. Hubert Alquéres**  
Relator

## 3. DECISÃO DA CÂMARA

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

O Cons. Roque Theophilo Júnior votou contrariamente, nos termos de sua Declaração de Voto.

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

Reunião por videoconferência, 18 de março de 2026.

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

## DELIBERAÇÃO PLENÁRIA

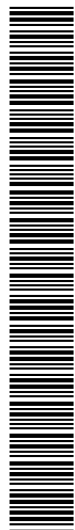
O CONSELHO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO aprova, por maioria, a decisão da Câmara de Educação Superior, nos termos do Voto do Relator.

O Cons. Roque Theophilo Júnior votou contrariamente, nos termos de sua Declaração de Voto.

Sala "Carlos Pasquale", em 25 de março de 2026.

**Consª Maria Helena Guimarães de Castro**  
Presidente

Parecer CEE 87/2026	-	Publicado no DOESP em 26/03/2026	-	Seção I	-	Página 36
Retificado no DOESP em 27/03/2026				Seção I	-	Página 27
Res. Seduc de 26/03/2026	-	Publicada no DOESP em 30/03/2026	-	Seção I	-	Página 29
Portaria CEE-GP 96/2026	-	Publicada no DOESP em 31/03/2026	-	Seção I	-	Página 12



## DECLARAÇÃO DE VOTO

Voto contrariamente aos termos relatados sem, contudo, deixar de louvar o douto Conselheiro Relator, que merece toda a minha consideração e apreço aos seus dedicados e esmerados trabalhos, na melhor tradição de E. Colegiado.

Cuida-se de pedido de Reconhecimento do Curso Superior de Tecnologia em Mídias Sociais Digitais, na modalidade presencial, mantido pela Universidade de Taubaté, tradicional instituição Municipal da rede de ensino superior de São Paulo, com extensa folha de serviços à educação paulista e brasileira e mantendo, segundo consta, 41 (quarenta e um) cursos de graduação, além de uma apreciável quantidade de cursos em EAD.

No pedido sob análise pende, em desfavor a IES, fundada crítica ao PPC o que levou a Comissão de Especialistas designada por este Conselho em se manifestar desfavoravelmente ao reconhecimento do pleito, que parcialmente acompanho nos moldes aqui desenhados.

Observo outra situação em desfavor da mesma Interessada, desta feita gravíssima, eis que a oferta do curso se encontra suspensa, unilateralmente, desde o segundo semestre de 2025, ao que consta para reforma pedagógica do mesmo. Ainda que diante do Princípio da Autonomia Universitária, o que não se discute, a UNITAU faltou com o dever de lealdade processual em não informar, nos presentes autos, tal desiderato que conspurca contra sua própria imagem.

Na situação ora apresentada e fiel ao estilo de Agostinho de Hipona segundo o qual a crítica é a melhor forma de correção, conveniente seria caminhar para o ato regulatório de reconhecimento "somente para fins de expedição e registro de diploma" no mesmo molde do Art. 50. e seguintes da Del. CEE 171/2019, mesmo porque inexistente possibilidade jurídica de decisão em caráter excepcional e condicionado.

É como voto.

