

PARECER HOMOLOGADO

Despacho do Ministro, publicado no D.O.U. de 26/11/2012, Seção 1, Pág.18.

Portaria nº 1383, publicada no D.O.U. de 26/11/2012, Seção 1, Pág.16.



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO**

INTERESSADA: Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing.		UF: SP
ASSUNTO: Recredenciamento da Escola Superior de Propaganda e Marketing, com sede no Município de São Paulo, no Estado de São Paulo.		
RELATOR: Paschoal Laércio Armonia		
e-MEC N°: 20075092		
PARECER CNE/CES N°: 187/2012	COLEGIADO: CES	APROVADO EM: 9/5/2012

I – RELATÓRIO

Em 3 de setembro de 2007, a Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing, com sede à Rua Doutor Álvaro Alvim, nº 123, bairro Vila Mariana, no Município de São Paulo, no Estado de São Paulo, protocolou junto ao Ministério da Educação (MEC) solicitação de recredenciamento de sua mantida, a Escola Superior de Propaganda e Marketing, localizada no mesmo endereço.

A mantenedora possui mais duas mantidas: a do Rio de Janeiro – RJ, Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM – RJ) e a de Porto Alegre – RS, Escola Superior de Propaganda e Marketing de Porto Alegre (ESPM – POA). Dessa forma, são três Instituições de Educação Superior (IES) com organização acadêmica de faculdade e de categoria privada.

O IGC – Índice Geral de Cursos atribuído à IES em 2010 é “3” (contínuo = 294) e Conceito Institucional – CI, também atribuído em 2010 é “3”, considerando as diferentes dimensões institucionais avaliadas *in loco*.

A Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) teve seu funcionamento iniciado com a autorização do curso de Comunicação Social pelo Decreto Federal nº 75.775, de 26 de maio de 1975, publicado no Diário Oficial da União (DOU), de 30 de maio de 1975. Atualmente, dois cursos de pós-graduação stricto sensu, mestrado, estão sendo ofertados – de Administração e de Ciências Sociais –, com 35 alunos matriculados, conforme informações da própria Instituição de Educação Superior (IES). Diversos cursos de extensão universitária são oferecidos pela ESPM, mas não há oferta de cursos na modalidade EaD.

Atualmente, são oferecidos 6 (seis) cursos superiores de graduação, bacharelados, todos presenciais, contando com 3.954 alunos matriculados (informação da própria IES no processo de avaliação externa), relacionados abaixo com os respectivos resultados obtidos no Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE), Conceito Preliminar de Curso (CPC) e Conceito de Curso (CC) conforme informações obtidas no Sistema de Consulta Textual do e-MEC:

CURSOS	ENADE/ANO	CPC/ANO	CC/ANO
Administração	4/2009	4/2009	5/2005
Comunicação Social	5/2006	-	-
Comunicação Social – Publicidade e Propaganda	4/2009	3/2009	5/2005
Design	3/2009	3/2009	5/2006

Jornalismo	-	-	-
Relações Internacionais	SC	SC	-

No Sistema e-MEC consta, também, que estão em análise os processos de Renovação de Reconhecimentos dos Cursos de Design e Comunicação Social. A análise do processo de Reconhecimento do Curso de Relações Internacionais já foi concluída, assim como o de Renovação de Reconhecimento do Curso de Administração.

II – MÉRITO

Após as análises preliminares pertinentes à Secretaria de Educação Superior (SESu), o processo foi encaminhado ao Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), que designou a comissão de verificação *in loco*, composta pelos professores Maria Terezinha Bellanda Galuch, Erinaldo Hilário Cavalcante e Ada Cristina Scudelari, coordenadora da comissão. A visita à instituição ocorreu entre os dias 8 a 12 de junho de 2010, tendo sido apresentado o Relatório de nº 62.693, em 23 de junho de 2010, conferindo conceito final “3”, o qual indica um perfil satisfatório do que expressa o referencial mínimo de qualidade. Os conceitos atribuídos pela Comissão, a cada dimensão, estão no quadro abaixo:

Dimensão	Conceito
Dimensão 1	3
Dimensão 2	4
Dimensão 3	3
Dimensão 4	2
Dimensão 5	2
Dimensão 6	3
Dimensão 7	4
Dimensão 8	4
Dimensão 9	4
Dimensão 10	4

Na síntese preliminar, consta que a IES apresentou o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) referente ao quinquênio de 2008-2012, de acordo com as determinações legais (artigo 16 do Decreto nº 5.773/2006), inclusive em relação ao conteúdo que *contempla todas as informações demandadas em cada item/aba*; também foram apresentados três relatórios de autoavaliação que atendem às orientações da Comissão Nacional de Avaliação do Ensino Superior (CONAES), que contemplam as dez dimensões; o relatório da autoavaliação de 2009 foi utilizado para cotejamento com o PDI.

Este parecer do INEP foi impugnado pela IES, em 20 de julho de 2010, e encaminhado para análise da Comissão Técnica de Acompanhamento da Avaliação (CTAA):

(...) A Comissão de Avaliação, escolhida dentro da legislação e princípios do SINAES, avaliou a Instituição e concluiu que seu desempenho operacional apresenta os padrões mínimos esperados pelo MEC, conforme expresso pelo conceito final 3. Em razão dos conceitos assinalados nas avaliações correspondentes à Dimensão 1: A missão e o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI), Dimensão 3: A responsabilidade social da Instituição, Dimensão 4: A comunicação com a sociedade, Dimensão 5: As políticas de pessoal, de carreiras do corpo docente e corpo técnico-administrativo e Dimensão 6. Organização e gestão da instituição, e apesar do conceito final que a qualifica como Instituição de Ensino Superior que apresenta um perfil satisfatório, a ESPM/SP manifesta-se pela impugnação do relatório de avaliação externa.

A CTAA apresentou o Parecer nº 4.326, em 24 de setembro de 2010, decidindo pela reforma do parecer e do relatório da Comissão de Avaliação, alterando apenas o conceito atribuído à Dimensão 3, alterando de “3” para “4”, configurando o quadro a seguir:

Dimensões	Conceitos
1. A Missão e o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).	3
2. A política para o ensino (graduação e pós-graduação), a pesquisa, a extensão e as respectivas normas de operacionalização, incluídos os procedimentos para estímulo à produção acadêmica, para as bolsas de pesquisa, de monitoria e demais modalidades.	4
3. A responsabilidade social da instituição, considerada especialmente no que se refere à sua contribuição em relação à inclusão social, ao desenvolvimento econômico e social, à defesa do meio ambiente, da memória cultural, da produção artística e do patrimônio cultural.	4
4. A comunicação com a sociedade.	2
5. As políticas de pessoal, de carreiras do corpo docente e corpo técnico administrativo, seu aperfeiçoamento, seu desenvolvimento profissional e suas condições de trabalho.	2
6. Organização e gestão da instituição, especialmente o funcionamento e representatividade dos colegiados, sua independência e autonomia na relação com a mantenedora, e a participação dos segmentos da comunidade universitária nos processos decisórios.	3
7. Infraestrutura física, especialmente a de ensino e de pesquisa, biblioteca, recursos de informação e comunicação.	4
8. Planejamento e avaliação, especialmente em relação aos processos, resultados e eficácia da autoavaliação institucional.	4
9. Políticas de atendimento aos estudantes.	4
10. Sustentabilidade financeira, tendo em vista o significado social da continuidade dos compromissos na oferta da educação superior.	4
CONCEITO INSTITUCIONAL	3

Dentre os argumentos da IES em seu recurso, foi registrado no que diz respeito à Dimensão 4 – a comunicação com a sociedade:

Com todo respeito ao julgamento dos avaliadores: o Artigo 40 do Regimento da ESPM/SP, em sua Seção XII, trata justamente da Ouvidoria, definindo-a como a seguir se transcreve: "Art. 40. A Ouvidoria é Órgão de Representação Acadêmica da ESPM, subordinada ao Diretor Nacional da Graduação e atua viabilizando canais efetivos de comunicação entre a Instituição de Ensino e o aluno, cujo objetivo principal é a identificação e solução de possíveis problemas existentes". (...) Todavia, a ESPM reconhece: a Ouvidoria não tem muito movimento. Tampouco a tarefa do Ouvidor requer assessoria. A ESPM não se surpreende com esses fatos. A bem da verdade está convencida de que assim deve ser a Ouvidoria de uma Instituição de Educação Superior que vem sendo tomada e referenciada entre as melhores de São Paulo, na suas áreas de atuação.

Se a própria instituição reconhece que não foi implantada a Ouvidoria, a CTAA não entendeu que o conceito atribuído fosse alterado.

Em 7 de junho de 2011, a SESu exarou relatório apontando que a Comissão de Avaliação do INEP considerou, com relação às Disposições Legais, que a Escola Superior de Propaganda e Marketing apresenta acessibilidade em termos de instalações e equipamentos aos portadores de necessidades especiais (Decreto nº 5.296/2004); a titulação mínima de pós-graduação *lato sensu* para todo o corpo docente (Lei nº 9.394/1996 – art. 52), embora tenha sido considerado como requisito atendido, a IES tem um número significativo de docentes titulação *stricto sensu* (25,3% são doutores, 36,8% mestres), 16,8% especialistas, o que atende o requisito mínimo, mas tem 21,1% graduados, o que não atende; o regime de trabalho do

corpo docente registra um número elevado de horistas (76,7 %), não atendendo à legislação (Lei nº 9.394/1996 – art. 52); e os planos de Cargos e Carreira foram implantados, mas não se encontram homologados no Ministério do Trabalho e Emprego; as contratações dos professores efetivam-se mediante vínculo empregatício celetista e são, portanto, legais.

A SESu manifestou-se favoravelmente ao credenciamento da Escola Superior de Propaganda e Marketing, com sede no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, mantida pela Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing, esta com sede no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, tendo encaminhado o processo à Câmara de Educação Superior do Conselho Nacional de Educação para deliberação.

Tendo em vista tais considerações, este relator recomenda que as fragilidades apontadas na avaliação do INEP e da CTAA sejam foco de atenção da IES, para beneficiar toda a comunidade acadêmica, especialmente no sentido de institucionalizar a Ouvidoria.

Diante do exposto passo ao voto.

III – VOTO DO RELATOR

Voto favoravelmente ao credenciamento da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), com sede à Rua Doutor Álvaro Alvim, nº 123, bairro Vila Mariana, no Município de São Paulo, no Estado de São Paulo, mantida pela Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing, com sede no mesmo Município e Estado, observados tanto o prazo máximo de 5 (cinco) anos, conforme o artigo 4º, da Lei nº 10.870/2004, como a exigência avaliativa prevista no artigo 10, § 7º, do Decreto nº 5.773/2006, com a redação dada pelo Decreto nº 6.303/2007.

Brasília (DF), 9 de maio de 2012.

Conselheiro Paschoal Laércio Armonia – Relator

IV – DECISÃO DA CÂMARA

A Câmara de Educação Superior aprova, por unanimidade, o voto do Relator.
Sala das Sessões, em 9 de maio de 2012.

Conselheiro Paulo Speller – Presidente

Conselheiro Gilberto Gonçalves Garcia – Vice-Presidente