

**PARECER HOMOLOGADO**

**Despacho do Ministro, publicado no D.O.U. de 10/10/2011, Seção 1, Pág. 15.  
Portaria nº 1445, publicada no D.O.U. de 10/10/2011, Seção 1, Pág.11.**



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO  
CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO**

<b>INTERESSADA:</b> Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing		<b>UF:</b> SP
<b>ASSUNTO:</b> Recredenciamento da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro, com sede no Município do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro		
<b>RELATOR:</b> Paschoal Laércio Armonia		
<b>e-MEC N°:</b> 20075202		
<b>PARECER CNE/CES N°:</b> <b>188/2011</b>	<b>COLEGIADO:</b> <b>CES</b>	<b>APROVADO EM:</b> <b>1º/6/2011</b>

**I – RELATÓRIO**

Em 30 de outubro de 2007, a Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing, com sede na Rua Dr. Álvaro Alvim, nº 123, Bairro Vila Mariana, no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, protocolou junto ao Ministério da Educação (MEC) solicitação de recredenciamento da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro localizada na Rua do Rosário, nº 90, Bairro Centro, no Município do Rio de Janeiro, no Estado do Rio de Janeiro.

A mantenedora possui mais duas mantidas: a primeira de todas, em São Paulo (SP), Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) e a de Porto Alegre (RS), Escola Superior de Propaganda e Marketing de Porto Alegre (ESPM – POA). Dessa forma, são três Instituições de Ensino Superior (IES) com organização acadêmica de faculdade e de categoria privada.

A Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro, em avaliação, tem sua sede e em 2004 inaugurou uma nova Unidade, situada à Avenida Rio Branco, nº 53 – Centro do Rio de Janeiro. Neste endereço além do curso de Graduação em Administração, funcionam o MBA Executivo e Pós-Graduação *lato sensu* em Marketing Estratégico, Marketing Design Digital, Gestão do Entretenimento, Design Estratégico, Gestão Empresarial e Marketing, Comunicação Organizacional Integrada e Marketing de Serviços.

O IGC – Índice Geral de Cursos atribuído à IES em 2009 é 3 (contínuo = 244) e o Conceito Institucional (CI) atribuído à IES em 2010 é 4, considerando as diferentes dimensões institucionais avaliadas *in loco*.

A Escola Superior de Propaganda e Marketing foi credenciada em 1995, por meio do Decreto Federal s/nº de 13 de Setembro de 1995, publicada no DOU em 14/9/1995. Atualmente, a IES oferece os cursos superiores de graduação, bacharelados, todos presenciais e não oferta curso na modalidade EaD, contando com 115 professores e 70 técnico-administrativos para atender por volta de 1.800 alunos. Segundo informações constantes no e-MEC, os atos autorizativos e os resultados obtidos no Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (ENADE) pelos cursos já convocados estão na tabela abaixo:

CURSOS	ATOS	FINALIDADE	ENADE	CPC	ANO
Administração	Portaria MEC nº 1.717 de 19/5/2005	Renovação de Reconhecimento (em análise)	4	4	2009
Comunicação Social-Publicidade e Propaganda	Portaria MEC nº 3.452 de 5/10/2005	Renovação de Reconhecimento (em análise)	4	3	2009
Design -Comunicação Visual	Portaria SESu nº 759 de 13/10/2006	Reconhecimento (em análise)	3	3	2009
Relações Internacionais	Portaria SESu nº 212 de 6/6/2006	Autorização (em análise)	SC	SC	2009

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 pelo Prof. Dr. Rogerio Ferreira Guerra, coordenador da comissão, pelo Prof. Dr. Eduardo Jose de Arruda e pelo Prof. José Dias de Lima. A visita à instituição ocorreu entre os dias 29 de agosto a 2 de setembro de 2010, tendo sido apresentado o relatório de nº 80.108, em 17 de setembro de 2010, conferindo conceito final 4, o qual *indica um perfil além do que expressa o referencial mínimo de qualidade*.

### **Relatório da Comissão de Verificação do INEP**

A ESPM tem como missão: *a excelência do ensino, manter a identidade, reforçar compromissos com a comunidade, ser reconhecida nacionalmente como centro de excelência (aqui se ensina competir com competência; saber consolidado e formação eclética), centro de geração de conhecimento e formação de líderes em Comunicação, Marketing e Gestão Empresarial de expressão internacional*, conforme descreve o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI). O princípio norteador que consta no PDI da IES é “Ensina quem faz”, assim como mostram *as preocupações no que diz respeito à ética, interdisciplinariedade, responsabilidade social e ambiental e integração e inclusão social, buscando a inovação e a inserção no contexto internacional*.

#### **Dimensão 1: A missão e o Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI).**

A Comissão observou que a missão institucional tem por objetivos a manutenção da identidade, o reconhecimento nacional e internacional da sua excelência na formação de líderes e empreendedores. Os procedimentos administrativos para a consolidação dos cursos foram implementados e o Relatório de autoavaliação de 2009 subsidiou *a construção do novo PDI* e novas ações acadêmicas e administrativas. A Comissão atribuiu o conceito 4 nesta Dimensão.

**Dimensão 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.**

Os especialistas destacaram que as políticas de valorização do aluno respaldam as atividades dos discentes no sentido de apoiar financeiramente e de estimular a apresentação *de papers e painéis nos congressos*. As normas para tais incentivos são de conhecimento dos alunos que reconhecem a importância dos programas. A Comissão atribuiu o conceito 5 a esta Dimensão.

**Dimensão 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.**

A Comissão de Avaliação constatou que as ações de responsabilidade social estão coerentes com o PDI, e destacou projetos sociais e de inclusão social que oportunizam *uma boa interação com o mercado de trabalho*, resultando em 90% a empregabilidade dos formandos e parcerias em ações que visam à inclusão social; outras ações de responsabilidade social são desenvolvidas, como a promoção da produção artística, a preservação do patrimônio cultural da região, consultoria ao terceiro setor, entre outras. A Comissão atribuiu o conceito 5 a esta Dimensão.

**Dimensão 4: A comunicação com a sociedade.**

Os especialistas constataram que a IES desenvolve ações de comunicação as quais são coerentes com a missão pedagógica, entre elas o portal na internet e a Ouvidoria, ambos disponibilizados para a comunidade interna e externa, programas de inclusão social como o *de incentivo a jovens criativos*. A Comissão atribuiu, nesta Dimensão, o conceito 4.

**Dimensão 5: As políticas de pessoal, de carreiras do corpo docente e corpo técnico-administrativo, seu aperfeiçoamento, seu desenvolvimento profissional e suas condições de trabalho.**

A Comissão considerou que as políticas de pessoal e de aperfeiçoamento, tanto do corpo docente quanto do técnico-administrativo estão adequadamente implementadas e de acordo com o descrito no PDI; da mesma forma, os Planos de Carreira Docente e Técnico-administrativo estão implantados e protocolados na Delegacia Regional de trabalho aguardando homologação. Os especialistas verificaram que a formação do Corpo Docente é adequada, embora ainda constem professores apenas graduados. A Comissão atribuiu, nesta Dimensão, o conceito 4.

**Dimensão 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.**

A estrutura organizacional, segundo os especialistas, está pautada por princípios de qualidade, contando com os órgãos colegiados coerentes com o previsto no PDI, que

Assim, a Comissão de Avaliação, considerando os referenciais de qualidade funcionam de modo independente. A Comissão Própria de Avaliação (CPA) conta com

representantes de todos os segmentos, os quais têm direito a voto, e os dirigentes apreciam os relatórios produzidos pelos representantes. O conceito atribuído pela Comissão a esta Dimensão foi 4.

**Dimensão 7: Infraestrutura física, especialmente a de ensino e de pesquisa, biblioteca, recursos de informação e comunicação.**

A infraestrutura física da ESPM-RJ conta com salas de aulas bem planejadas, confortáveis, adequadamente iluminadas, com equipamentos adequados para as atividades de ensino, pesquisa e extensão, assim como as estruturas físicas administrativas, biblioteca, ambiente de convivência dos professores, espaço para apoio, psicopedagógico, CPA e Ouvidoria. Mesmo assim, a Comissão avaliadora considerou o espaço físico consonante com as necessidades atuais, mas *é um fator limitante para futuras ampliações no número de cursos e vagas oferecidas*. A Comissão atribuiu, nesta Dimensão, o conceito 4.

**Dimensão 8: Planejamento e avaliação, especialmente em relação aos processos, resultados e eficácia da autoavaliação institucional.**

Segundo os especialistas, a Comissão Própria de Avaliação planeja os processos de autoavaliação e divulga seus resultados, tendo funcionamento independente, com representatividade, conforme previsto no PDI. Observaram, também, em depoimentos de membros dos diversos segmentos da comunidade acadêmica, ações decorrentes da autoavaliação. A Comissão atribuiu, nesta Dimensão, o conceito 4.

**Dimensão 9: Políticas de atendimento aos estudantes.**

A Comissão Verificadora constatou programas e políticas de atendimento aos alunos além dos mencionados no PDI. Conforme observado pela Comissão, as políticas de acesso, seleção e permanência dos estudantes é coerente com o contexto social no qual a IES está inserida e com as metas descritas no PDI. Os especialistas verificaram que a IES mantém *um portal na WEB para viabilizar o contato e acompanhamento de egressos, bem como realizar a oferta de cursos de pós-graduação e extensão*. A Comissão atribuiu, nesta Dimensão, o conceito 4.

**Dimensão 10: Sustentabilidade financeira, tendo em vista o significado social da continuidade dos compromissos na oferta da educação superior.**

Segundo constatado pelos especialistas, a IES não tem fins lucrativos desde sua origem, em 1951, demonstrando sustentabilidade financeira não só em auditoria como nas baixas taxas de evasão dos alunos e relatos de professores e funcionários sobre a pontualidade no pagamento dos salários. A Comissão atribuiu o conceito 5 a esta Dimensão.

Assim, a Comissão de Avaliação, considerando os referenciais de qualidade dispostos nas Diretrizes da Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES), concluiu que a Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro apresenta um perfil Satisfatório de qualidade, obtendo como conceito final 4 nas dimensões avaliadas.

Em 27 de janeiro de 2011, a SESu exarou relatório apontando que o INEP considerou, com relação às Disposições Legais, que a Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro apresenta acessibilidade aos portadores de necessidades especiais (Decreto 5.296/2004); a titulação mínima de pós-graduação *lato sensu* para todo o corpo docente (Faculdades: no mínimo formação em pós-graduação *lato sensu* para todos os docentes – Lei nº 9.394/1996 – artigo 52), embora tenha sido considerado como requisito atendido, a IES tem um número significativo de docentes com graduação: 17 dos 115 professores, um pouco a mais de 10%; o regime de trabalho do corpo docente atendendo à legislação (Lei nº 9.394/1996 – artigo 52); os planos de Cargos e Carreira foram protocolados no Ministério do Trabalho e Emprego (Súmula 6-TST) e as contratações dos professores efetivam-se mediante vínculo empregatício (CLT, artigos. 2º e 3º) e são, portanto, legais.

A SESu manifestou-se favorável ao credenciamento da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro, com sede no Município do Rio de Janeiro, Estado do Rio de Janeiro, 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, de acordo com o estabelecido pelo § 7 do Artigo 10 do Decreto Nº 5.773, de 9 de maio de 2006, alterado pelo Decreto nº 6.303, de 12 de dezembro de 2007.

## **II – VOTO DO RELATOR**

Voto favoravelmente ao credenciamento da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro, com sede na Rua do Rosário, nº 90, Bairro Centro, no Município do Rio de Janeiro, no Estado do Rio de Janeiro, mantida pela Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing, com sede, no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, até o primeiro ciclo avaliativo do SINAES a se realizar após a homologação deste parecer, nos termos do artigo 10, § 7º, do Decreto nº 5.773/2006, com redação dada pelo Decreto nº 6.303/2007 observado o prazo máximo de 5 (cinco) anos, fixado no inciso II do artigo 59 daquele Decreto.

Brasília (DF), 1º de junho de 2011.

Conselheiro Paschoal Laércio Armonia - Relator

### **III – DECISÃO DA CÂMARA**

A Câmara de Educação Superior aprova, por unanimidade, o voto do Relator.  
Sala das Sessões, em 1º de junho de 2011.

Conselheiro Paulo Speller – Presidente

Conselheiro Gilberto Gonçalves Garcia – Vice-Presidente