



ENADE 2015
EXAME NACIONAL DE DESEMPENHO
DOS ESTUDANTES

RELATÓRIO SÍNTESE DE ÁREA
COMUNICAÇÃO SOCIAL
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DIRETORIA DE AVALIAÇÃO
DA EDUCAÇÃO SUPERIOR
DAES

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira INEP

Maria Inês Fini - Presidente

Diretoria de Avaliação da Educação Superior (DAES)

Rui Barbosa de Brito Junior - Diretor

Coordenação Geral de Controle de Qualidade da Educação Superior (CGCQES)

Renato Augusto dos Santos – Coordenador Geral

Coordenação Geral do Enade (CGENADE)

Alline Nunes Andrade – Coordenadora Geral

Equipes Técnicas

Ana Maria de Gois Rodrigues

André Luiz Santos de Oliveira

Atair Silva de Sousa

Davi Contente Toledo

Debora Carneiro Boucault

Evaldo Borges Melo

Fernanda Cristina dos Santos Campos

Henrique Correa Soares Junior

Janaina Ferreira Ma

Johanes Severo dos Santos

José Reynaldo de Salles Carvalho

Leandro de Castro Fiuza

Leticia Terreri Serra Lima

Luciana Fonseca de Aguiar Moraes

Marcelo Pardellas Cazzola – Consultor

Mariangela Abrão

Marina Nunes Teixeira Soares

Paola Matos da Hora

Paulo Roberto Martins Santana

Priscilla Bessa Castilho

Roberto Ternes Arrial

Robson Quintilio

Rubens Campos de Lacerda Junior

Suzi Mesquita Vargas

Ulysses Tavares Teixeira

Vanessa Cardoso Tomaz

SUMÁRIO

Apresentação	1
Capítulo 1 Diretrizes para o Enade/2015	6
1.1 Objetivos	6
1.2 Matriz de avaliação	8
1.3 Formato da prova	11
1.4 Cálculo do conceito Enade	11
1.5 Outras convenções no âmbito do Enade	18
1.5.1 Índice de facilidade	18
1.5.2 Correlação ponto bisserial	19
Capítulo 2 Distribuição dos Cursos e dos Estudantes no Brasil	21
Capítulo 3 Análise Técnica da Prova	33
3.1 Condição de Presença e Estatísticas Básicas da Prova	34
3.1.1 Condição de Presença e Estatísticas Básicas Gerais	34
3.1.2 Estatísticas Básicas no Componente de Formação Geral	38
3.1.3 Estatísticas Básicas do Componente de Conhecimento Específico	41
3.2 Análise das Questões Objetivas	44
3.2.1 Componente de Formação Geral	44
3.2.2 Componente de Conhecimento Específico	48
3.3 Análise das Questões Discursivas	53
3.3.1 Componente de Formação Geral	53
3.3.1.1 Análise de Conteúdo da Questão Discursiva 1 do Componente de Formação Geral	56
3.3.1.2 Comentários sobre a correção de Conteúdo das respostas à Questão Discursiva 1	57
3.3.1.3 Análise de Conteúdo da Questão Discursiva 2 do Componente de Formação Geral	60
3.3.1.4 Comentários sobre a correção de Conteúdo das respostas à Questão Discursiva 2	61
3.3.1.5 Análise de Língua Portuguesa das Questões Discursivas do Componente de Formação Geral	64

3.3.1.6 Comentários sobre a correção das respostas de Formação Geral com respeito à Língua Portuguesa.....	65
3.3.2 Componente de Conhecimento Específico	74
3.3.2.1 Análise da Questão Discursiva 3 do Componente de Conhecimento Específico.....	75
3.3.2.2 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 3	77
3.3.2.3 Análise da Questão Discursiva 4 do Componente de Conhecimento Específico.....	80
3.3.2.4 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 4	82
3.3.2.5 Análise da Questão Discursiva 5 do Componente de Conhecimento Específico.....	84
3.3.2.6 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 5	86
3.3.3 Considerações Finais	88
Capítulo 4 Percepção da Prova	90
4.1 Grau de dificuldade da prova	91
4.1.1 Componente de Formação Geral.....	91
4.1.2 Componente de Conhecimento Específico	93
4.2 Extensão da prova em relação ao tempo total	95
4.3 Compreensão dos enunciados das questões.....	97
4.3.1 Componente de Formação Geral.....	97
4.3.2 Componente de Conhecimento Específico	99
4.4 Suficiência das informações/instruções fornecidas	101
4.5 Dificuldade encontrada ao responder à prova	103
4.6 Conteúdos das questões objetivas da prova	106
4.7 Tempo gasto para concluir a prova	108
Capítulo 5 Distribuição dos Conceitos	111
5.1 Panorama nacional da distribuição dos conceitos	111
5.2 Conceitos por Categoria Administrativa e por Grande Região.....	113
5.3 Conceitos por Organização Acadêmica e por Grande Região.....	118
Capítulo 6 Características dos Estudantes e Coordenadores e Impressões sobre Atividades Acadêmicas e Extracurriculares	123
6.1. Perfil do estudante	123

6.1.1 Características demográficas e socioeconômicas	123
6.1.2 Características relacionadas ao hábito de estudo, acervo da biblioteca e estudo extraclasse.....	129
6.1.3 Comparação do nível de discordância/concordância de estudantes e Coordenadores com respeito às atividades acadêmicas e extraclases.....	132
6.2. Perfil do Coordenador	136
Glossário de Termos Estatísticos utilizados nos Relatórios Síntese do ENADE	143
ANEXO I - Análise Gráfica das Questões.....	151
ANEXO II - Tabulação das respostas do “Questionário da Percepção da Prova” por Quartos de Desempenho e Grandes Regiões	187
ANEXO III - Tabulação das respostas do “Questionário do Estudante” segundo Sexo e Quartos de Desempenho dos Estudantes.....	197
ANEXO IV – Comparação da opinião dos Estudantes e Coordenadores com respeito às Atividades Acadêmicas e Extraclases.....	267
ANEXO V – Questionário do Estudante	310
ANEXO VI – Questionário do Coordenador de Curso	319
ANEXO VII – Prova de Publicidade e Propaganda.....	327
ANEXO VIII – Padrão de Resposta Questões Discursivas e Gabarito Definitivo das Questões Objetivas – Publicidade e Propaganda	368
ANEXO IX – Concepção e elaboração das Provas do Enade	377

Convenções para as tabelas numéricas

Símbolo	Descrição
0	Dado numérico igual a zero não resultado de arredondamento
0,0	Dado numérico igual a zero resultado de arredondamento
-	Percentual referente ao caso do total da classe ser igual a zero
Os arredondamentos não foram seguidos de ajustes para garantir soma 100% nas tabelas	

APRESENTAÇÃO

Os resultados do Enade/2015, da Área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, expressos neste relatório, apresentam, para além da mensuração quantitativa decorrente do desempenho dos estudantes na prova, a potencialidade da correlação entre indicadores quantitativos e qualitativos acerca das características desejadas à formação do perfil profissional pretendido.

O Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade) é um dos pilares da avaliação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), criado pela Lei nº. 10.861, de 14 de abril de 2004. Além do Enade, os processos de Avaliação de Cursos de Graduação e de Avaliação Institucional constituem o tripé avaliativo do SINAES; os resultados destes instrumentos avaliativos, reunidos, permitem conhecer em profundidade o modo de funcionamento e a qualidade dos cursos e Instituições de Educação Superior (IES) de todo o Brasil.

Em seus doze anos de existência, o Enade passou por diversas modificações. Dentre as inovações mais recentes, estão o tempo mínimo de permanência do estudante na sala de aplicação da prova (por uma hora), adotado em 2013, a obrigatoriedade de resposta ao Questionário do Estudante e a publicação do Manual do Estudante, adotadas em 2014.

Os relatórios de análise dos resultados do Enade/2015 mantiveram, a princípio, a estrutura adotada no Enade/2014 com as inovações então introduzidas. Dentre essas destacamos: (i) um relatório específico sobre o desempenho das diferentes Áreas na prova de Formação Geral; (ii) uma análise do perfil dos coordenadores de curso; (iii) uma análise sobre a percepção de coordenadores de curso e de estudantes sobre o processo de formação ao longo da graduação; (iv) uma análise do desempenho linguístico dos concluintes, a partir das respostas discursivas na prova de Formação Geral.

Essas medidas adotadas fazem parte de um amplo processo de revisão e reflexão sobre os caminhos percorridos nestes doze primeiros anos do SINAES, a fim de aperfeiçoar os processos, instrumentos e procedimentos de aplicação e, por extensão, de qualificar a avaliação da educação superior brasileira, ampliando ainda sua visibilidade e utilização de resultados.

O Enade, no ano de 2015, com base na Portaria nº 03/2015, foi aplicado para fins de avaliação de desempenho dos estudantes dos cursos:

I. que conferem diploma de bacharel em:

- a) Administração;
- b) Administração Pública;
- c) Ciências Econômicas;
- d) Ciências Contábeis;
- e) Comunicação Social – Jornalismo;
- f) Comunicação Social – Publicidade e Propaganda;
- g) Design;
- h) Direito;
- i) Psicologia;
- j) Relações Internacionais;
- k) Secretariado Executivo;
- l) Teologia; e
- m) Turismo.

II. que conferem diploma de tecnólogo em:

- a) Comércio Exterior;
- b) Design de Interiores;
- c) Design de Moda;
- d) Design Gráfico;
- e) Gastronomia;
- f) Gestão Comercial;
- g) Gestão de Qualidade;
- h) Gestão de Recursos Humanos;
- i) Gestão Financeira;
- j) Gestão Pública;
- k) Logística;
- l) Marketing; e
- m) Processos Gerenciais.

Essa edição do Enade foi aplicada no dia 22 de novembro de 2015 aos estudantes habilitados, com o objetivo geral de avaliar o desempenho desses em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares, às habilidades e competências para a atualização permanente e aos conhecimentos sobre a realidade brasileira, mundial e sobre outras Áreas do conhecimento.

O Enade foi aplicado aos estudantes concluintes dos cursos supracitados, ou seja, aos que se encontravam no último ano do curso. Esses estudantes responderam, antes da realização da prova, a um questionário *on-line* (Questionário do Estudante, ver Anexo V), que teve a função de compor o perfil dos participantes, integrando informações do seu contexto às suas percepções e vivências, e investigou, ainda, a avaliação dos estudantes quanto à sua trajetória no curso e na IES, por meio de questões objetivas que exploraram a oferta de infraestrutura e a Organização Acadêmica do curso, bem como certos aspectos importantes da formação profissional.

Os coordenadores dos cursos também responderam a um questionário (Questionário do Coordenador de Curso, ver Anexo VI) com questões semelhantes às formuladas para os estudantes e que permitiram uma comparação.

Estruturam o Enade dois Componentes: o primeiro, denominado Componente de Formação Geral, configura a parte comum às provas das diferentes Áreas, avalia competências, habilidades e conhecimentos gerais, desenvolvidos pelos estudantes, os quais facilitam a compreensão de temas exteriores ao âmbito específico de sua profissão e à realidade brasileira e mundial; o segundo, denominado Componente de Conhecimento Específico, contempla a especificidade de cada Área, no domínio dos conhecimentos e habilidades esperados para o perfil profissional.

ESTRUTURA DO RELATÓRIO

A estrutura geral do Relatório Síntese é composta pelos capítulos relacionados a seguir, além desta Apresentação.

Capítulo 1: Diretrizes para o Enade/2015

Capítulo 2: Distribuição dos Cursos e dos Estudantes no Brasil

Capítulo 3: Análise Técnica da Prova

Capítulo 4: Percepção da Prova

Capítulo 5: Distribuição dos Conceitos

Capítulo 6: Características dos Estudantes e Coordenadores e Impressões sobre Atividades Acadêmicas e Extracurriculares

O Capítulo 1 apresenta as diretrizes do Exame para a Área de Comunicação Social -Publicidade e Propaganda, com um caráter introdutório e explicativo, abrangendo o formato da prova e a Comissão Assessora de avaliação da Área. Além disso, dá a conhecer fórmulas estatísticas utilizadas para o cálculo do conceito Enade.

O Capítulo 2 delinea um panorama quantitativo de cursos e estudantes concluintes na Área, apresentando, em tabelas e mapas, a sua distribuição geográfica, segundo Categoria Administrativa e Organização Acadêmica da IES. Para as tabelas, utilizam-se dados nacionais por Grande Região e por Unidade Federativa. Os mapas são apresentados por Unidade Federativa e por mesorregião, como definidas pelo IBGE¹.

O Capítulo 3 traz as análises gerais da prova, quanto ao desempenho dos estudantes no Enade/2015, expressas pelo cálculo das estatísticas básicas, além das estatísticas e análises, em separado, sobre os Componentes de Formação Geral e Conhecimento Específico. Nas tabelas, são disponibilizados os totais da população e dos presentes, além de estatísticas das notas obtidas pelos estudantes: a média, o erro padrão da média, o desvio padrão, a nota mínima, a mediana e a nota máxima. São também disponibilizados histogramas das notas. Os dados foram calculados tendo em vista agregações resultantes dos seguintes critérios: nível nacional e por Grande Região, Categoria Administrativa e Organização Acadêmica. Questões discursivas e objetivas são analisadas, também em separado. Como as questões discursivas de Formação Geral foram avaliadas segundo dois critérios (língua portuguesa e conteúdo), estes também são analisados em separado.

O Capítulo 4 trata das percepções dos estudantes quanto à prova Enade/2015, as quais foram analisadas por meio de nove perguntas que avaliaram desde o grau de dificuldade do exame até o tempo gasto para resolver as questões. Nesse capítulo, objetivou-se a descrição desses resultados, relacionando os estudantes a quatro grupos de desempenho (limitados pelos percentis: 25%; 50% ou mediana; e 75%), bem como às Grandes Regiões onde os cursos estavam sendo oferecidos.

O Capítulo 5 expõe o panorama nacional da distribuição dos conceitos dos cursos avaliados no Enade/2015, por meio de tabelas, gráficos e análises que articulam

¹ IBGE, Divisão Regional do Brasil em Mesorregiões e Microrregiões Geográficas, 1990. Disponível em: <biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv2269_1.pdf>.

os conceitos à Categoria Administrativa e à Organização Acadêmica, estratificadas por Grande Região.

O Capítulo 6 enfatiza as características dos estudantes, reveladas a partir dos resultados obtidos no Questionário do Estudante (Anexo V). O estudo desses dados favorece o conhecimento e a análise do perfil socioeconômico, a percepção sobre o ambiente de ensino-aprendizagem e dos fatores que podem estar relacionados ao desempenho dos estudantes, cujas características são articuladas ao seu desempenho na prova, à Grande Região de funcionamento do curso e à Categoria Administrativa da IES. Num segundo conjunto, tabelas apresentam uma comparação das impressões de estudantes e coordenadores sobre os programas e projetos desenvolvidos no ambiente acadêmico (mais tabelas deste tipo estão disponibilizadas no Anexo IV). Adicionalmente, são apresentadas tabelas com características selecionadas dos coordenadores, obtidas a partir dos resultados do Questionário de Coordenador do Curso (ver Anexo VI). Um procedimento de Escalamento Ideal², seguido de uma Análise Fatorial, é aplicado às questões nas quais o Coordenador explicita graus de concordância/discordância.

Complementarmente, são apresentados, ainda, 9 anexos e um glossário de termos estatísticos. O Anexo I apresenta a Análise Gráfica das Questões, os Anexos II e III apresentam, respectivamente, as tabulações das respostas do “Questionário da Percepção da Prova” e do “Questionário do Estudante” por Quartos de Desempenho e Grandes Regiões, o Anexo IV apresenta o cruzamento das informações correspondentes aos questionários dos estudantes e dos coordenadores de curso, os Anexos V e VI, respectivamente, a íntegra dos Questionários do estudante e do coordenador, o Anexo VII, a íntegra da Prova de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, o Anexo VIII, o padrão de respostas das questões discursivas e o gabarito das objetivas, e o Anexo IX, a concepção e elaboração das provas do Enade.

Espera-se que as análises e resultados aqui apresentados possam subsidiar redefinições político-pedagógicas aos percursos de formação no cenário da educação superior no país.

² Meulman, J.J. (1998). Optimal scaling methods for multivariate categorical data analysis. Disponível em: <www.unt.edu/rss/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CatReg/SWPOPT.pdf>.

CAPÍTULO 1

DIRETRIZES PARA O ENADE/2015

1.1 OBJETIVOS

A Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, instituiu o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), com o objetivo de “...assegurar o processo nacional de avaliação das instituições de educação superior, dos cursos de graduação e do desempenho acadêmico de seus estudantes”. De acordo com o § 1º do Artigo 1º da referida lei, o SINAES tem por finalidades:

“a melhoria da qualidade da educação superior, a orientação da expansão da sua oferta, o aumento permanente da sua eficácia institucional e efetividade acadêmica e social e, especialmente, a promoção do aprofundamento dos compromissos e responsabilidades sociais das instituições de educação superior, por meio da valorização de sua missão pública, da promoção dos valores democráticos, do respeito à diferença e à diversidade, da afirmação da autonomia e da identidade institucional”.

O Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), como parte integrante do SINAES, foi definido pela mesma lei, conforme a perspectiva da avaliação dinâmica que está subjacente ao SINAES. O Enade tem por objetivo geral aferir o desempenho dos estudantes em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares da respectiva Área de graduação, suas habilidades para ajustamento às exigências decorrentes da evolução do conhecimento e suas competências para compreender temas exteriores ao âmbito específico de sua profissão, ligados à realidade brasileira e mundial e a outras Áreas do conhecimento. A prova foi pautada pelas diretrizes e matrizes elaboradas pela Comissão Assessora de Avaliação da Área Comunicação Social - Publicidade e Propaganda e pela Comissão Assessora de Avaliação de Formação Geral do Enade.

O Enade é complementado pelo Questionário do Estudante (com 68 questões, preenchido *on-line* pelo estudante – ver Anexo V), o Questionário dos Coordenadores de Curso (com 75 questões, preenchido *on-line* pelo coordenador – ver Anexo VI), as questões de avaliação da prova (nove questões respondidas pelo estudante ao final da prova - ver Anexo VII com a íntegra da prova de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda) e os dados do Censo da Educação Superior³.

³ <http://portal.inep.gov.br/web/censo-da-educacao-superior>

O Enade é aplicado periodicamente aos estudantes das diversas Áreas do conhecimento que tenham cumprido os requisitos mínimos estabelecidos, caracterizando-os como ingressantes ou concluintes. Em 2015, o Enade foi aplicado somente aos estudantes concluintes, os que estavam no último ano dos cursos de graduação.

A avaliação do desempenho dos estudantes de cada curso participante do Enade é expressa por meio de conceitos, ordenados em uma escala com 5 (cinco) níveis, tomando por base padrões mínimos estabelecidos por especialistas das diferentes Áreas do conhecimento.

A Comissão Assessora de Avaliação da Área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda é composta pelos seguintes professores, nomeados pela Portaria Inep nº 54, de 6 de março de 2015, com alterações da Portaria Inep nº 371, de 04 de julho de 2016:

- Carina Luisa Ochi Flexor Andrade, Universidade Salvador;
- Fernando Silva Santor, Fundação Universidade Federal do Pampa;
- Giselda Fernandes Poiani Gomes, Centro Universitário de Votuporanga;
- Irenides Teixeira, Centro Universitário Luterano de Palmas;
- Marina Roriz Rizzo Lousa da Cunha, Universidade Federal de Goiás; e
- Sérgio Roberto Trein, Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

Fazem parte da Comissão Assessora de Avaliação da Formação Geral os seguintes professores, designados pela mesma Portaria Inep nº 54, de 6 de março de 2015:

- Mariléia Silva dos Reis, Universidade Federal de Sergipe;
- Nedir do Espírito Santo, Universidade Federal do Rio de Janeiro;
- Sergio Barreira de Faria Tavoraro, Universidade de Brasília;
- Sibeli Paulon Ferronato, Universidade de Passo Fundo;
- Tânia Moura Benevides, Universidade Federal da Bahia;
- Thana Mara de Souza, Universidade Federal do Espírito Santo; e
- Vera Lúcia Puga, Universidade Federal de Uberlândia.

1.2 MATRIZ DE AVALIAÇÃO

As diretrizes para a elaboração da prova da Área de Publicidade e Propaganda estão definidas na Portaria Inep nº 222, de 10 de junho de 2015.

A prova do Enade/2015, aplicada aos estudantes da Área de Publicidade e Propaganda, com duração total de 4 (quatro) horas, apresentou questões discursivas e de múltipla escolha, relativas a um Componente de avaliação da Formação Geral, comum aos cursos de todas as Áreas, e a um Componente Específico da Área de Publicidade e Propaganda.

No Componente de avaliação da Formação Geral⁴, foram “... considerados os seguintes elementos integrantes do perfil profissional: letramento crítico, atitude ética; comprometimento e responsabilidade sociais; compreensão de temas que transcendam ao ambiente próprio de sua formação, relevantes para a realidade social; espírito científico, humanístico e reflexivo; capacidade de análise crítica e integradora da realidade; e aptidão para socializar conhecimentos com públicos diferenciados e em vários contextos.”

No Componente de Formação Geral, de acordo com o § 1º do Artigo 3º da Portaria Inep nº 239, de 10 de junho de 2015, foram verificadas as seguintes habilidades e competências: ler, interpretar e produzir textos; extrair conclusões por indução e/ou dedução; estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; fazer escolhas valorativas avaliando consequências, argumentar coerentemente, projetar ações de intervenção; propor soluções para situações-problema; elaborar sínteses; e administrar conflitos.

De acordo com o § 2º do Artigo 3º da Portaria Inep nº 239, de 10 de junho de 2015, as questões do Componente de Formação Geral versam sobre os seguintes temas: cultura e arte; avanços tecnológicos; ciência, tecnologia e sociedade; democracia, ética e cidadania; ecologia; globalização e política internacional; políticas públicas (educação, habitação, saneamento, saúde, transporte, segurança, defesa e questões ambientais); relações de trabalho; responsabilidade social (setor público, privado e terceiro setor); sociodiversidade e multiculturalismo (violência, tolerância/intolerância, inclusão/exclusão e relações de gênero); tecnologias de informação e comunicação; e vida urbana e rural.

O Componente de avaliação de Formação Geral do Enade/2015 foi composto por 10 (dez) questões, sendo 2 (duas) questões discursivas e 8 (oito) de múltipla

⁴ Art. 3º, Portaria Inep nº 239, de 10 de junho de 2015. .

escolha, abordando situações-problema e estudos de caso, simulações, interpretação de textos, imagens, gráficos e tabelas. As questões discursivas do Componente de Formação Geral buscaram investigar aspectos como clareza, coerência, coesão, estratégias argumentativas, utilização de vocabulário adequado e correção gramatical do texto.

A prova do Enade/2015, no Componente de Conhecimento Específico da Área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, avaliou se o estudante desenvolveu, no processo de formação, as seguintes competências e habilidades⁵:

I - assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda;

II - identificar e analisar as mudanças econômicas, sociais, políticas, culturais, em escala global, nacional, regional e local que influenciem o ambiente publicitário;

III - dominar e utilizar os conceitos e as ferramentas de comunicação integrada de marketing, propondo, por meio de diagnósticos, soluções para os problemas mercadológicos e comunicacionais dos clientes;

IV - orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, mídia, criação, produção para os meios impressos, eletrônicos, digitais e no media;

V - dominar as linguagens e competências estéticas utilizadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, além de experimentar e inovar no uso destas linguagens;

VI - assumir o compromisso ético e socialmente responsável da profissão.

A prova do Enade/2015, no Componente Específico da Área de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, tomou como subsídio o perfil profissional expresso nas Diretrizes Curriculares Nacionais para os Cursos de Graduação em Comunicação Social, Resolução CNE/CES nº 16, de 13 de março de 2002, a saber⁶

I - crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda;

II - visão estratégica e integradora dos processos comunicacionais que possibilite comportamentos inovadores e empreendedores;

⁵ Art. 6º, Portaria Inep nº 222, de 10 de junho de 2015

⁶ Art. 5º, Portaria Inep nº 222, de 10 de junho de 2015.

III - capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda;

IV - posicionamento ético político sobre o papel e o exercício do poder da comunicação e da publicidade e propaganda em relação à diversidade das demandas sociais.

A prova do Enade/2015, no componente específico da área de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, tomará como referencial os seguintes conteúdos curriculares:⁷:

- I - Teorias e história da Comunicação;
- II - Metodologia e Pesquisa em Comunicação;
- III - Políticas de comunicação;
- IV - Linguagens e tecnologias da Comunicação;
- V - Estética da Comunicação;
- VI - Sociologia da Comunicação;
- VII - Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor;
- VIII - Marketing e Gestão de Marcas;
- IX - Planejamento de Marketing e de Comunicação;
- X - Planejamento de mídia e no media;
- XI - Ferramentas da comunicação;
- XII - Redação Publicitária;
- XIII - Direção de Arte;
- XIV - Fotografia publicitária;
- XV - Produção Gráfica;
- XVI - Produção Sonora e Audiovisual;
- XVII - Produção Digital;
- XVIII - Comunicação Política;
- XIX - Administração em Publicidade e Propaganda;

⁷ Art. 7º, Portaria Inep nº 222, de 10 de junho de 2015..

XX - Legislação e Ética profissional.

A parte relativa ao Componente de Conhecimento Específico da Área de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Enade/2015 foi elaborada atendendo à seguinte distribuição⁸: 30 (trinta) questões, sendo 3 (três) discursivas e 27 (vinte e sete) de múltipla escolha, envolvendo situações-problema e estudos de casos.

1.3 FORMATO DA PROVA

Como já comentado, a prova do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes de 2015 foi estruturada em dois componentes: o primeiro, comum a todos os cursos, e o segundo, específico de cada uma das Áreas avaliadas.

No Componente de Formação Geral, as 8 (oito) questões objetivas de múltipla escolha e as 2 (duas) discursivas tiveram pesos, respectivamente, iguais a 60% e 40%. As discursivas de Formação Geral foram corrigidas levando em consideração o conteúdo, com peso igual a 80%, e aspectos referentes à Língua Portuguesa (ortográficos, textuais, morfosintáticos e vocabulares), com peso igual a 20%. No Componente de Conhecimento Específico da Área de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, as 27 (vinte e sete) questões objetivas de múltipla escolha e as 3 (três) discursivas tiveram pesos iguais a, respectivamente, 85% e 15%. As notas dos dois Componentes, de Formação Geral e de Conhecimento Específico, foram então arredondadas à primeira casa decimal. Para a obtenção da nota final do estudante, as notas dos dois componentes foram ponderadas por pesos proporcionais ao número de questões: 25,0% para o Componente de Formação Geral e 75,0% para o Componente de Conhecimento Específico. Esta nota foi também arredondada a uma casa decimal.

1.4 CÁLCULO DO CONCEITO ENADE⁹

Até 2014, o Conceito Enade era calculado para cada Unidade de Observação, constituída pelo conjunto de cursos que compõe uma área de avaliação específica do Enade, de uma mesma Instituição de Educação Superior (IES) em um determinado município. A partir de 2015, o Conceito Enade foi calculado para cada Curso de Graduação avaliado, conforme enquadramento pelas Instituições de Educação Superior em uma das áreas de avaliação elencadas no artigo 1º da Portaria Normativa do MEC

⁸ Art. 4º, parágrafo único da Portaria Inep nº 222, de 10 de junho de 2015.

⁹ Adaptado da Nota Técnica Daes/Inep nº 57/2015.

nº 3, de 6 de março de 2015 de acordo com a metodologia explicitada na Nota Técnica nº 2/2017/CGCQES/DAES¹⁰.

A partir de 2008, o Conceito Enade passou a considerar em seu cálculo apenas o desempenho dos alunos concluintes. Assim sendo, todos os cálculos descritos a seguir consideram apenas os referidos estudantes, inscritos na condição de regular, que compareceram ao exame, ou seja, os estudantes concluintes participantes do Enade em 2015.

O passo inicial para o cálculo do Conceito Enade de um curso é a obtenção do desempenho médio¹¹ de seus concluintes no Componente de Formação Geral (FG) e no Componente de Conhecimento Específico (CE). Para o cálculo do desempenho médio do j -ésimo curso, no Componente de Formação Geral, utiliza-se a equação seguinte.

$$FG_{kj} = \frac{\sum_{i=1}^N FG_{kji}}{N_{kj}} \quad (1)$$

Onde:

FG_{kj} é a nota bruta no Componente de Formação Geral do j -ésimo curso da área da avaliação k ;

FG_{kji} é a nota bruta no Componente de Formação Geral do i -ésimo concluinte do j -ésimo curso da área de avaliação k ; e

N_{kj} é o número de concluintes participantes do j -ésimo curso de área de avaliação k .

Para o cálculo do desempenho médio do curso j , no Componente de Conhecimento Específico, utiliza-se a seguinte equação.

$$CE_{kj} = \frac{\sum_{i=1}^N CE_{kji}}{N_{kj}} \quad (2)$$

onde:

¹⁰ Para a modalidade a distância (EAD), considera-se o município de funcionamento da sede do curso.

¹¹ Os valores dos desempenhos médios no Componente de Formação Geral e no Componente de Conhecimento Específico dos cursos com menos de 2 (dois) concluintes participantes são substituídos por "missing" (vazio).

CE_{kj} é a nota bruta no Componente de Conhecimento Específico do j -ésimo curso da área da avaliação k ;

CE_{kji} é a nota bruta no Componente de Conhecimento Específico do i -ésimo concluinte do j -ésimo curso da área de avaliação k ; e

N_{kj} é o número de concluintes participantes do j -ésimo curso de área de avaliação k .

O segundo passo é a obtenção da média nacional¹² da área de avaliação k no Componente de Formação Geral e no Componente de Conhecimento Específico. Para o cálculo da média nacional da área de avaliação k no Componente de Formação Geral, utiliza-se a equação subsequente.

$$\overline{FG}_k = \frac{\sum_{j=1}^T FG_{kj}}{T_k} \quad (3)$$

Onde:

$\overline{FG}_k$ é a nota média no Componente de Formação Geral da área da avaliação k ;

FG_{kj} é a nota bruta no Componente de Formação Geral do j -ésimo curso da área de avaliação k ; e

T_k é o número de cursos da área de avaliação k .

Para o cálculo da média nacional da área de avaliação k no Componente Específico, utiliza-se a seguinte equação.

$$\overline{CE}_k = \frac{\sum_{j=1}^T CE_{kj}}{T_k} \quad (4)$$

Onde:

$\overline{CE}_k$ é a nota média no Componente de Conhecimento Específico da área de avaliação k ;

¹² Os cursos com desempenho médio igual a zero não são consideradas no cálculo das médias e desvios-padrão nacionais da área de avaliação.

CE_{kj} é a nota bruta no Componente de Conhecimento Específico do j -ésimo curso da área de avaliação k ; e

T_k é o número de cursos da área de avaliação k .

Em seguida, calcula-se o desvio-padrão nacional de cada área de avaliação k no Componente de Formação Geral e no Componente de Conhecimento Específico. Para o cálculo do desvio-padrão nacional da área de avaliação k no Componente de Formação Geral, utiliza-se equação subsequente.

$$S_{FG_k} = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^T (FG_{kj} - \overline{FG_k})^2}{T_k - 1}} \quad (5)$$

Onde:

S_{FG_k} é o desvio-padrão no Componente de Formação Geral da área da avaliação k ;

FG_{kj} é a nota bruta no Componente de Formação Geral do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

$\overline{FG_k}$ é a nota média no Componente de Formação Geral da área de avaliação k ; e

T_k é o número de cursos da área de avaliação k .

Para o cálculo do desvio-padrão nacional da área de avaliação k no Componente de Conhecimento Específico, utiliza-se a equação seguinte.

$$S_{CE_k} = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^T (CE_{kj} - \overline{CE_k})^2}{T_k - 1}} \quad (6)$$

Onde:

S_{CE_k} é o desvio-padrão no Componente de Conhecimento Específico da área da avaliação k ;

CE_{kj} é a nota bruta no Componente de Conhecimento Específico do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

$\overline{CE}_k$ é a nota média no Componente de Conhecimento Específico da área de avaliação k ; e

T_k é o número de cursos da área de avaliação k .

O próximo passo consiste em se calcularem os afastamentos padronizados no Componente de Formação Geral e Componente de Conhecimento Específico de cada curso j da área de avaliação k . Para o cálculo do afastamento padronizado no Componente de Formação Geral, utiliza-se a equação subsequente.

$$Z_{FG_{kj}} = \frac{FG_{kj} - \overline{FG}_k}{S_{FG_k}} \quad (7)$$

Onde:

$Z_{FG_{kj}}$ é o afastamento padronizado no Componente de Formação Geral do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

FG_{kj} é a nota bruta no Componente de Formação Geral do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

$\overline{FG}_k$ é a nota média no Componente de Formação Geral da área de avaliação k ; e

S_{FG_k} é o desvio padrão no Componente de Formação Geral da área de avaliação k .

Para o cálculo do afastamento padronizado no Componente de Conhecimento Específico, utiliza-se a seguinte equação.

$$Z_{CE_{kj}} = \frac{CE_{kj} - \overline{CE}_k}{S_{CE_k}} \quad (8)$$

Onde:

$Z_{CE_{kj}}$ é o afastamento padronizado no Componente de Conhecimento Específico do curso j da área de avaliação k ;

CE_{kj} é a nota bruta no Componente de Conhecimento Específico do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

$\overline{CE}_k$ é a nota média no Componente de Conhecimento Específico da área de avaliação k ; e

S_{CE_k} é o desvio padrão no Componente de Conhecimento Específico da área de avaliação k .

Para que todas os cursos tenham suas notas no Componente de Formação Geral e no Componente de Conhecimento Específico numa escala de 0 a 5, efetua-se a interpolação linear¹³, obtendo-se, assim, respectivamente, as Notas Padronizadas no Componente de Formação Geral e no Componente de Conhecimento Específico de cada curso j . No que se refere ao Componente de Formação Geral, utiliza-se a seguinte equação:

$$NP_{FGkj} = 5 \cdot \left(\frac{Z_{FGkj} - Z_{FGk} \min}{Z_{FGk} \max - Z_{FGk} \min} \right) \quad (9)$$

Onde:

NP_{FGkj} é a nota padronizada no Componente de Formação Geral do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

Z_{FGkj} é o afastamento padronizado no Componente de Formação Geral do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

$Z_{FGk} \min$ é o afastamento padronizado mínimo no Componente de Formação Geral da área de avaliação k ; e

$Z_{FGk} \max$ é o afastamento padronizado máximo no Componente de Formação Geral da área de avaliação k .

¹³ Os cursos com afastamento padronizado menor que -3,0 e maior que +3,0 recebem nota padronizada igual a 0 (zero) e 5(cinco), respectivamente, e não são utilizadas como mínimo ou máximo na fórmula, pelo fato de terem valores discrepantes (outliers) dos demais.

Para a obtenção da nota padronizada do j -ésimo curso referente ao Componente de Conhecimento Específico, utiliza-se a equação subsequente.

$$NP_{CE_{kj}} = 5 \cdot \left(\frac{Z_{CE_{kj}} - Z_{CE_k \min}}{Z_{CE_k \max} - Z_{CE_k \min}} \right) \quad (10)$$

Onde:

$NP_{CE_{kj}}$ é a nota padronizada no Componente de Conhecimento Específico do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

$Z_{CE_{kj}}$ é o afastamento padronizado no Componente de Conhecimento Específico do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

$Z_{CE_k \min}$ é o afastamento padronizado mínimo no Componente de Conhecimento Específico da área de avaliação k ; e

$Z_{CE_k \max}$ é o afastamento padronizado máximo no Componente de Conhecimento Específico da área de avaliação k .

Por fim, a *Nota dos Concluintes no Enade* do j -ésimo curso (NC_{kj}) da área de avaliação k é a média ponderada das notas padronizadas do respectivo curso no Componente de Formação Geral e no Componente de Conhecimento Específico, sendo 25% o peso do Componente de Formação Geral e 75% o peso do Componente de Conhecimento Específico da nota final, como mostra a equação 11.

$$NC_{kj} = 0,25 \cdot NP_{FG_{kj}} + 0,75 \cdot NP_{CE_{kj}} \quad (11)$$

Onde:

NC_{kj} é a nota dos concluintes no Enade do j -ésimo curso da área de avaliação k ;

$NP_{FG_{kj}}$ é a nota padronizada no Componente de Formação Geral do j -ésimo curso da área de avaliação k ; e

$NP_{CE_{kj}}$ é a nota padronizada no Componente de Conhecimento Específico do j -ésimo curso da área de avaliação k .

O Conceito Enade é uma variável discreta que assume valores de 1 a 5, resultantes da conversão do valor contínuo calculado conforme definido na Tabela 1.1.

Tabela 1.1 – Parâmetro de conversão do NC_{kj} em Conceito Enade – Enade/2015

Conceito Enade (faixa)	NC_{kj} (Valor Contínuo)
1	$0 \leq NC_{kj} < 0,945$
2	$0,945 \leq NC_{kj} < 1,945$
3	$1,945 \leq NC_{kj} < 2,945$
4	$2,945 \leq NC_{kj} < 3,945$
5	$3,945 \leq NC_{kj} \leq 5$

Fonte: MEC/Inep/Daes – Nota Técnica nº 57/2015

Os cursos com menos de 2 (dois) concluintes participantes no Exame não obtêm o Conceito Enade, ficando “Sem Conceito (SC)”. Isso ocorre para preservar a identidade do estudante, de acordo com o exposto no § 9º do artigo 5º da Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004¹⁴.

1.5 OUTRAS CONVENÇÕES NO ÂMBITO DO ENADE

1.5.1 Índice de facilidade

As questões aplicadas na prova do Enade são avaliadas quanto ao nível de facilidade. Para isso, verifica-se o percentual de acerto de cada questão objetiva. A Tabela 1.2 apresenta as classificações de questões segundo o percentual de acerto, considerado como índice de facilidade. Questões acertadas por 86% dos estudantes, ou mais, são consideradas *muito fáceis*. No extremo oposto, questões com percentual de acerto igual ou inferior a 15% são consideradas *muito difíceis*.

¹⁴ O texto oficial está assim enunciado: “Na divulgação dos resultados da avaliação é vedada a identificação nominal do resultado individual obtido pelo aluno examinado, que será a ele exclusivamente fornecido em documento específico, emitido pelo Inep”.

Tabela 1.2 – Classificação de questões segundo Índice de Facilidade – Enade/2015

Índice de Facilidade	Classificação
$\geq 0,86$	Muito fácil
0,61 a 0,85	Fácil
0,41 a 0,60	Médio
0,16 a 0,40	Difícil
$\leq 0,15$	Muito difícil

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

1.5.2 Correlação ponto bisserial

As questões objetivas aplicadas na prova do Enade devem ter um nível mínimo de poder de discriminação. Para ser considerada apta a avaliar os alunos dos cursos, uma questão deve ser mais acertada por alunos que tiveram bom desempenho do que pelos que tiveram desempenho ruim. Um índice que mede essa capacidade das questões, e que foi escolhido para ser utilizado no Enade, é o denominado correlação ponto bisserial, usualmente representado por r_{pb} . O índice é calculado para cada Área de avaliação e, em separado, para o Componente de Formação Geral e de Conhecimento Específico. A correlação ponto bisserial para uma questão objetiva do Componente de Formação Geral da prova dessa Área será calculada pela fórmula a seguir:

$$r_{pb} = \frac{\bar{C}_A - \bar{C}_T}{DP_T} \sqrt{\frac{p}{q}}, \quad (12)$$

em que $\bar{C}_A$ é a média obtida na parte objetiva de Formação Geral da prova pelos alunos que acertaram a questão; $\bar{C}_T$ representa a média obtida na prova por todos os alunos da Área; DP_T é o desvio padrão das notas nesta parte da prova de todos os alunos da Área; p é a proporção de estudantes que acertaram a questão (número de alunos que acertaram a questão dividido pelo número total de alunos que compareceram à prova), e $q = 1 - p$ é a proporção de estudantes que erraram a questão.

Este mesmo procedimento é realizado para as questões da parte objetiva de Conhecimento Específico de cada Área.

A Tabela 1.3 apresenta a classificação de questões segundo o poder de discriminação, utilizando-se para tal, o índice de discriminação (ponto bisserial).

Tabela 1.3 – Classificação de questões segundo Índice de Discriminação (Ponto Bisserial) – Enade/2015

Índice de Discriminação	Classificação
$\geq 0,40$	Muito Bom
0,30 a 0,39	Bom
0,20 a 0,29	Médio
$\leq 0,19$	Fraco

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Questões com índice de discriminação fraco, com valores $\leq 0,19$, são eliminadas do cálculo das notas.

CAPÍTULO 2

DISTRIBUIÇÃO DOS CURSOS E DOS ESTUDANTES NO BRASIL

Em 2015, o Exame Nacional de Desempenho de Estudantes na Área de Publicidade e Propaganda contou com a participação de estudantes de 347 cursos.

Considerando-se a Categoria Administrativa da IES, destaca-se a predominância das Instituições Privadas de ensino, que concentraram 316 dos 347 cursos de Publicidade e Propaganda, número correspondente a 91,1% dos cursos avaliados (Tabela 2.1).

Como mostra a Tabela 2.1, a região Sudeste foi a de maior representação, concentrando 194 cursos, ou 55,9% do total nacional. A região Sul participou com 17,9% e a região Nordeste com 13,8% do total de cursos. A região de menor representação foi a Norte, com 16 cursos ou 4,6% do total, seguida pela região Centro-Oeste com 29 cursos (8,4%).

Considerando-se a distribuição dos cursos por Categoria Administrativa em cada Grande Região, a região Sul é a que apresenta a maior proporção de cursos em Instituições Públicas (13,3%), enquanto a região Sudeste é a que apresenta a maior proporção de cursos em Instituições Privadas (93,3%). Nessa região, encontra-se a maior quantidade de cursos em Instituições Privadas do país, com 181 dentre os 316 dessa categoria, assim como o maior quantitativo de cursos em Instituições Públicas, 13 dos 31 nessa categoria.

Tabela 2.1 – Distribuição absoluta e percentual na linha de Cursos Participantes por Categoria Administrativa, segundo a Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grande Região	Categoria Administrativa		
	Total	Pública	Privada
Brasil	347	31	316
	100,0%	8,9%	91,1%
NO	16	2	14
	100,0%	12,5%	87,5%
NE	48	5	43
	100,0%	10,4%	89,6%
SE	194	13	181
	100,0%	6,7%	93,3%
SUL	60	8	52
	100,0%	13,3%	86,7%
CO	29	3	26
	100,0%	10,3%	89,7%

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A Tabela 2.2 disponibiliza o número de cursos de Publicidade e Propaganda por Organização Acadêmica segundo as Grandes Regiões brasileiras. Dos 347 cursos de Publicidade e Propaganda avaliados no exame, 136, equivalentes a 39,2% desse total, eram oferecidos em Universidades. As Faculdades, por sua vez, apresentaram 133 cursos (38,3% do total), enquanto os Centros Universitários eram 78, o que corresponde a 22,5% do total de cursos.

Dentre as Grandes Regiões, a Sudeste apresentou quantitativo mais elevado de cursos nos três tipos de Organização Acadêmica: Universidades (84), Centros Universitários (44) e Faculdades (66), quando comparada às demais regiões. A região Sul foi a que apresentou maior proporção de cursos em Universidades (46,7%), a região Centro-Oeste em Centros Universitários (31,0%) e a região Nordeste em Faculdades (60,4%).

Na sequência de regiões que apresentaram maiores quantitativos, a Sul figurou na segunda posição, com 60 cursos, dos quais 28 eram vinculados a Universidades, 18 a Faculdades e 14 a Centros Universitários. Foi a região que apresentou a menor proporção de cursos em Faculdades (30,0%).

Já a região Nordeste contou com 29 cursos em Faculdades, 12 em Universidades e sete em Centros Universitários, num total de 48 cursos. Esta região foi a com menor proporção de cursos em Centros Universitários (14,6%).

A região Centro-Oeste contou com 12 cursos em Faculdades, nove em Centros Universitários e oito em Universidades, num total de 29 cursos.

Como já mencionado, a região Norte foi a com menor representação no total nacional de cursos de Publicidade e Propaganda, 16 cursos, sendo a metade em Faculdades e a outra metade dividida igualmente entre Universidades e Centros Universitários. Esta região foi a com menores quantitativos de cursos em Faculdades (8), Universidades (4) e Centros Universitários (4).

Tabela 2.2 – Distribuição absoluta e percentual na linha de Cursos Participantes por Organização Acadêmica, segundo a Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grande Região	Organização Acadêmica			
	Total	Universidades	Centros Universitários	Faculdades
Brasil	347	136	78	133
	100,0%	39,2%	22,5%	38,3%
NO	16	4	4	8
	100,0%	25,0%	25,0%	50,0%
NE	48	12	7	29
	100,0%	25,0%	14,6%	60,4%
SE	194	84	44	66
	100,0%	43,3%	22,7%	34,0%
SUL	60	28	14	18
	100,0%	46,7%	23,3%	30,0%
CO	29	8	9	12
	100,0%	27,6%	31,0%	41,4%

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A distribuição dos cursos avaliados no Enade/2015, na Área de Publicidade e Propaganda, por Unidade da Federação, é apresentada na Figura 2.1 e no Gráfico 2.1. Foram avaliados cursos de Publicidade e Propaganda em quase todas as UF. Pode-se observar que São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais foram os estados com maior representação, seguidos de Paraná e Rio Grande do Sul. Os três primeiros estados correspondem a mais da metade (53,9%) dos cursos de Publicidade e Propaganda avaliados no Enade de 2015. No outro extremo, os estados com menor participação foram Amapá, Roraima e Rondônia com, apenas, um curso cada e o Acre que não apresentou nenhum curso.

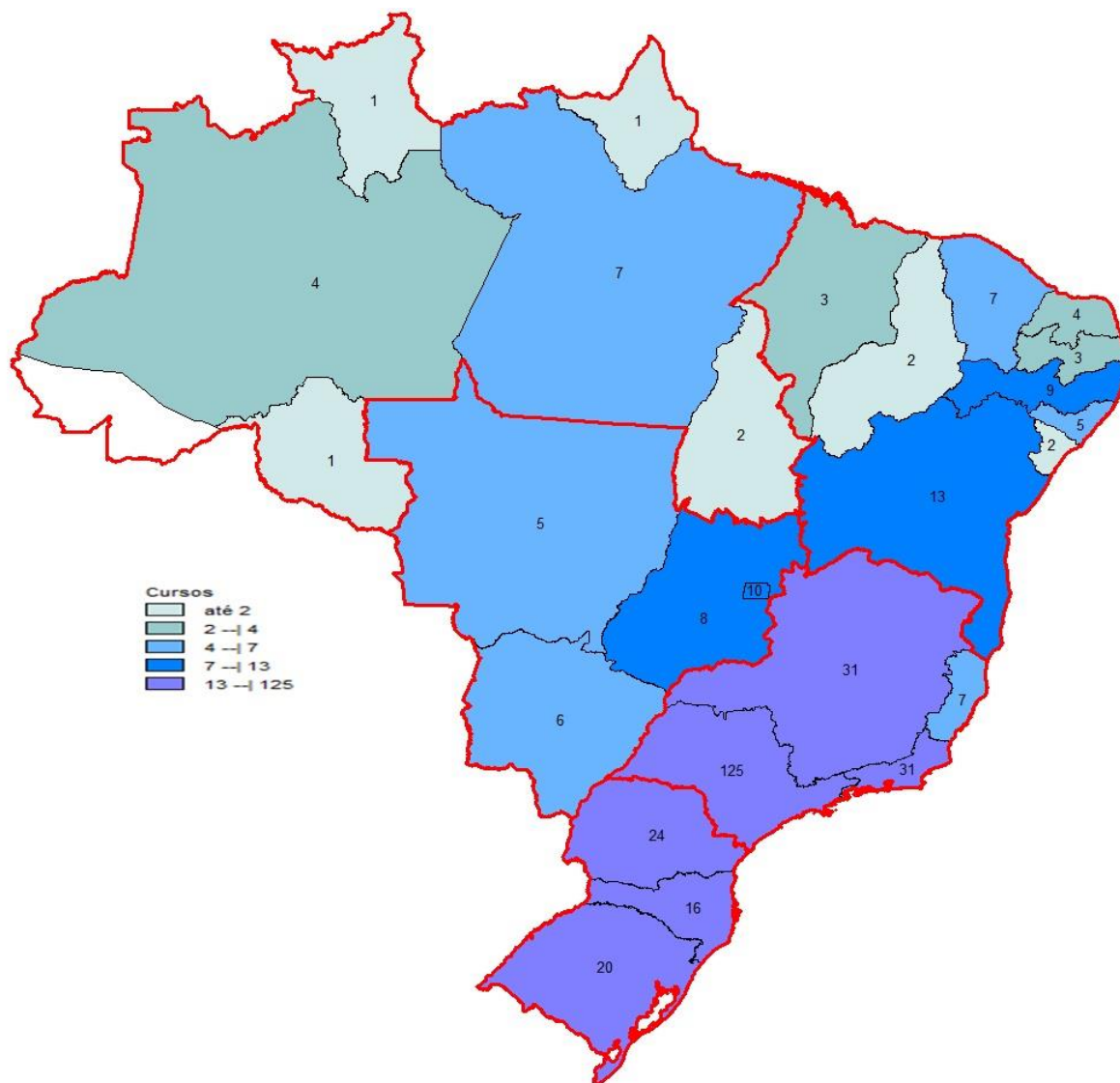


Figura 2.1 – Cursos Participantes por Unidade da Federação com indicação de Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

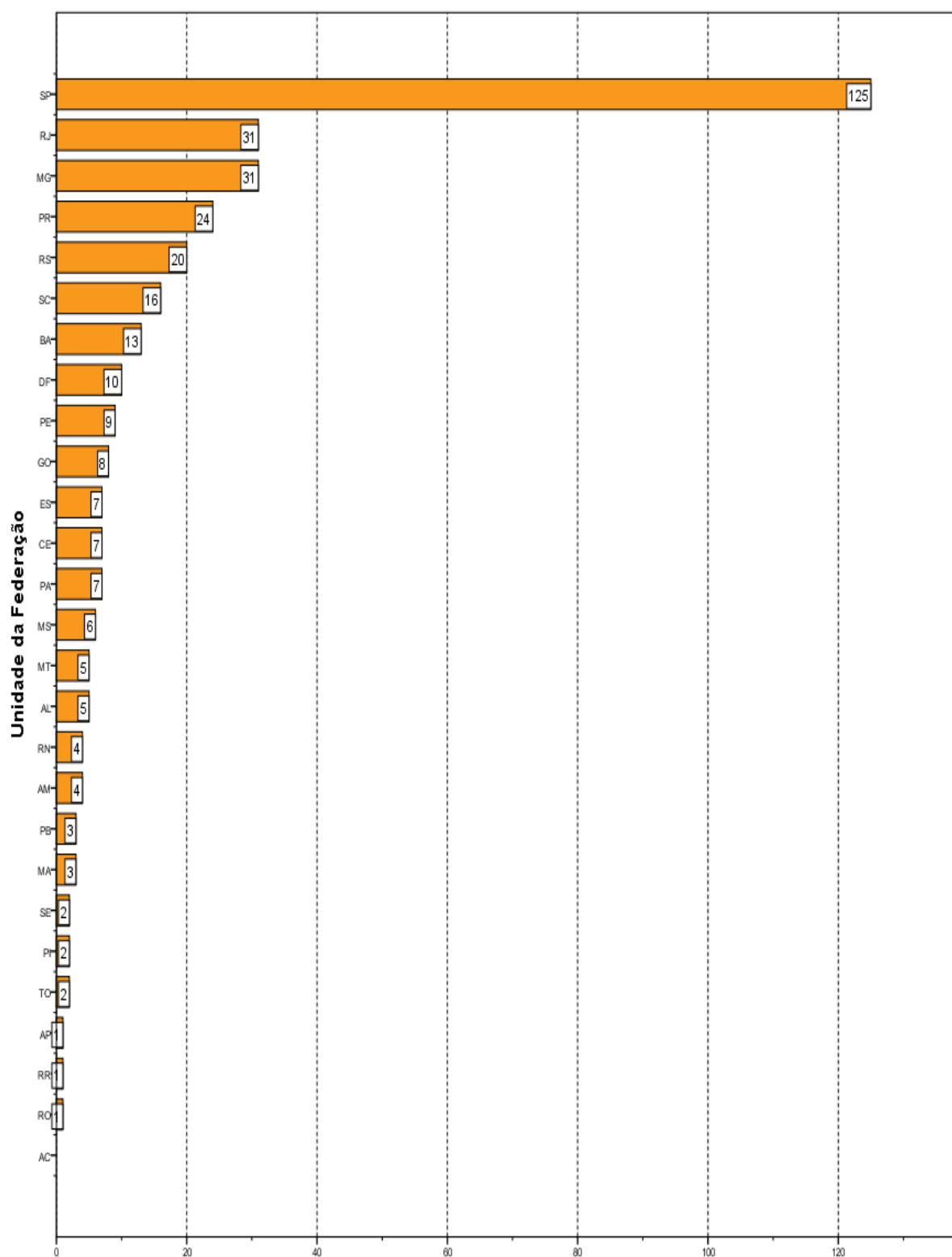


Gráfico 2.1 - Cursos Participantes por Unidade da Federação- Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O número de estudantes inscritos e ausentes, bem como o de estudantes presentes, no Enade/2015 de Publicidade e Propaganda, por Categoria Administrativa, é apresentado na Tabela 2.3. Em todo o Brasil, inscreveram-se no exame 18.591 estudantes, sendo que destes, 14.646 estavam presentes (21,2% de ausências). A menor taxa de absenteísmo aconteceu na região Sul (16,6%) e a maior, na região Norte (34,1%). O absenteísmo foi menor entre os estudantes de Instituições Públicas (12,3%) do que entre os de Instituições Privadas (22,0%).

Paralelamente ao observado em todas as regiões brasileiras quanto à distribuição dos cursos, a maioria dos estudantes estava vinculada a cursos em Instituições Privadas. Tais instituições concentraram 92,2% dos estudantes de Publicidade e Propaganda de todo o país inscritos no Enade/2015 (17.142 estudantes em IES Privadas e 1.449, em IES Públicas).

A região Sudeste apresentou o maior número de estudantes inscritos, 11.570, dos quais 10.901 (94,2%) estudavam em Instituições Privadas, enquanto 669 (5,8%), em Instituições Públicas. Esse contingente correspondeu a mais da metade dos alunos inscritos na área (62,2%). Na região Sul, onde a quantidade total de inscritos foi menos elevada, inscreveram-se 2.853 estudantes, correspondentes a 15,3% em termos nacionais. Nessa região, a rede privada concentrou 2.522 inscritos (88,4% do total regional) e as Instituições Públicas, 331 estudantes, o que correspondeu a 11,6% do total regional.

Na Região Nordeste, a terceira em contingente de alunos inscritos, dos 2.261 alunos, correspondendo a 12,2% do total nacional, houve um percentual um pouco maior de estudantes cursando Publicidade e Propaganda em IES Públicas (11,9%) do que nas demais regiões.

Com 1.402 inscritos, correspondentes a 7,5% em termos de Brasil, a região Centro-Oeste apresentou 1.267 alunos de Instituições Privadas e 135 de Instituições Públicas, respectivamente 90,4% e 9,6% do total regional. A região Norte apresentou a menor quantidade de estudantes na Área de Publicidade e Propaganda: 505, correspondendo a 2,7% do total nacional. Nessa região, a maioria dos estudantes também era da rede privada, 460, enquanto a rede pública possuía 45 estudantes, correspondendo, respectivamente, a 91,1% e 8,9% do total regional.

Tabela 2.3 – Distribuição absoluta e percentual na linha de estudantes por Categoria Administrativa, segundo a Grande Região e a Condição de Presença – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grande Região / Condição de Presença		Categoria Administrativa da IES		
		Total	Pública	Privada
Brasil	Ausentes	3.945	178	3.767
		100,0%	4,5%	95,5%
	Presentes	14.646	1.271	13.375
		100,0%	8,7%	91,3%
	% Ausentes	21,2%	12,3%	22,0%
NO	Ausentes	172	5	167
		100,0%	2,9%	97,1%
	Presentes	333	40	293
		100,0%	12,0%	88,0%
	% Ausentes	34,1%	11,1%	36,3%
NE	Ausentes	476	39	437
		100,0%	8,2%	91,8%
	Presentes	1.785	230	1.555
		100,0%	12,9%	87,1%
	% Ausentes	21,1%	14,5%	21,9%
SE	Ausentes	2.414	82	2.332
		100,0%	3,4%	96,6%
	Presentes	9.156	587	8.569
		100,0%	6,4%	93,6%
	% Ausentes	20,9%	12,3%	21,4%
SUL	Ausentes	473	33	440
		100,0%	7,0%	93,0%
	Presentes	2.380	298	2.082
		100,0%	12,5%	87,5%
	% Ausentes	16,6%	10,0%	17,4%
CO	Ausentes	410	19	391
		100,0%	4,6%	95,4%
	Presentes	992	116	876
		100,0%	11,7%	88,3%
	% Ausentes	29,2%	14,1%	30,9%

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A Tabela 2.4 mostra o número de estudantes inscritos, presentes e ausentes, por Organização Acadêmica, segundo as Grandes Regiões. Dos 14.646 estudantes de Publicidade e Propaganda inscritos e presentes para o exame de 2015 em todo o Brasil, 7.399 (50,5%) estudavam em Universidades, 4.366 (29,8%), em Faculdades e 2.881 (19,7%) em Centros Universitários.

Dentre as Grandes Regiões, aquela que registrou o maior contingente de participantes (estudantes inscritos e presentes) estudando em Universidades foi a

Sudeste, com 4.749, o que corresponde a quase dois terços dos participantes nesse tipo de Organização Acadêmica, 64,2%. Também, na região Sudeste, foi encontrado o maior contingente de participantes em Centros Universitários, 1.795 (correspondendo a 62,3% dos participantes nesse tipo de Organização), e em Faculdades, 2.612 (correspondendo a 59,8% dos participantes nesse tipo de Organização).

Considerando-se a distribuição intrarregional, os 9.156 participantes da região Sudeste estavam principalmente em Universidades (51,9%) e, com menor representatividade, em Faculdades (28,5%) e em Centros Universitários (19,6%).

A região Sul apresentou o segundo maior contingente de participantes. Nessa região, dos 2.380 participantes, 1.431 estavam em Universidades, 511, em Faculdades e 438, em Centros Universitários, correspondendo a, respectivamente, 60,1%, 21,5% e 18,4%.

A região Nordeste apresentou o terceiro maior contingente de participantes. Nessa região, dos 1.785 participantes, 810 estavam em Faculdades, 718, em Universidades e 257, em Centros Universitários, correspondendo a, respectivamente, 45,4%, 40,2% e 14,4%.

Na região Centro-Oeste, os 436 participantes de Universidades correspondiam a 44,0% do total regional, sendo de 28,1% a proporção dos alunos de Centros Universitários (279) e de 27,9% a dos de Faculdades (277).

Dos 333 alunos participantes da região Norte, 46,8% estavam em Faculdades, 33,6%, em Centros Universitários e 19,5%, em Universidades, respectivamente, 156, 112 e 65 estudantes. Essa região, como já comentado, apresentou o menor contingente de participantes.

Tabela 2.4 – Número de Estudantes Concluintes por Organização Acadêmica segundo a Grande Região e a Condição de Presença - Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grande Região / Condição de Presença		Organização Acadêmica da IES			
		Total	Universidades	Centros Universitários	Faculdades
Brasil	Ausentes	3.945	2.155	682	1.108
		100,0%	54,6%	17,3%	28,1%
	Presentes	14.646	7.399	2.881	4.366
		100,0%	50,5%	19,7%	29,8%
	% Ausentes	21,2%	22,6%	19,1%	20,2%
NO	Ausentes	172	9	140	23
		100,0%	5,2%	81,4%	13,4%
	Presentes	333	65	112	156
		100,0%	19,5%	33,6%	46,8%
	% Ausentes	34,1%	12,2%	55,6%	12,8%
NE	Ausentes	476	164	71	241
		100,0%	34,5%	14,9%	50,6%
	Presentes	1.785	718	257	810
		100,0%	40,2%	14,4%	45,4%
	% Ausentes	21,1%	18,6%	21,6%	22,9%
SE	Ausentes	2.414	1.534	278	602
		100,0%	63,5%	11,5%	24,9%
	Presentes	9.156	4.749	1.795	2.612
		100,0%	51,9%	19,6%	28,5%
	% Ausentes	20,9%	24,4%	13,4%	18,7%
SUL	Ausentes	473	272	66	135
		100,0%	57,5%	14,0%	28,5%
	Presentes	2.380	1.431	438	511
		100,0%	60,1%	18,4%	21,5%
	% Ausentes	16,6%	16,0%	13,1%	20,9%
CO	Ausentes	410	176	127	107
		100,0%	42,9%	31,0%	26,1%
	Presentes	992	436	279	277
		100,0%	44,0%	28,1%	27,9%
	% Ausentes	29,2%	28,8%	31,3%	27,9%

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A Figura 2.2 apresenta a distribuição dos estudantes inscritos (presentes e ausentes) no Enade/2015 na Área de Publicidade e Propaganda por mesorregião com indicação da UF. Foram avaliados estudantes inscritos em quase todas as UF (ver Gráfico 2.2) e na maioria das mesorregiões (60 mesorregiões, 43,8%, não apresentaram alunos e estão representadas por áreas brancas). Os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Rio Grande do Sul, nesta ordem, foram os que contaram com

maior número de inscritos, somando mais de dois terços, 67,0%, dos estudantes inscritos. No outro extremo, os estados com menor participação de alunos inscritos foram Rondônia, Tocantins, Roraima e Amapá, com uma participação muito pequena, totalizando 0,3% dos estudantes inscritos, além do Acre que não apresentou inscritos nesta Área. As dez mesorregiões com o maior número de estudantes inscritos concentraram 67,4% e são mesorregiões ligadas aos municípios das maiores capitais e do Distrito Federal (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Curitiba, Fortaleza e Goiânia), além da mesorregião de Campinas (SP). A mesorregião com maior número de inscritos é a da capital paulista com 29,8% dos estudantes.

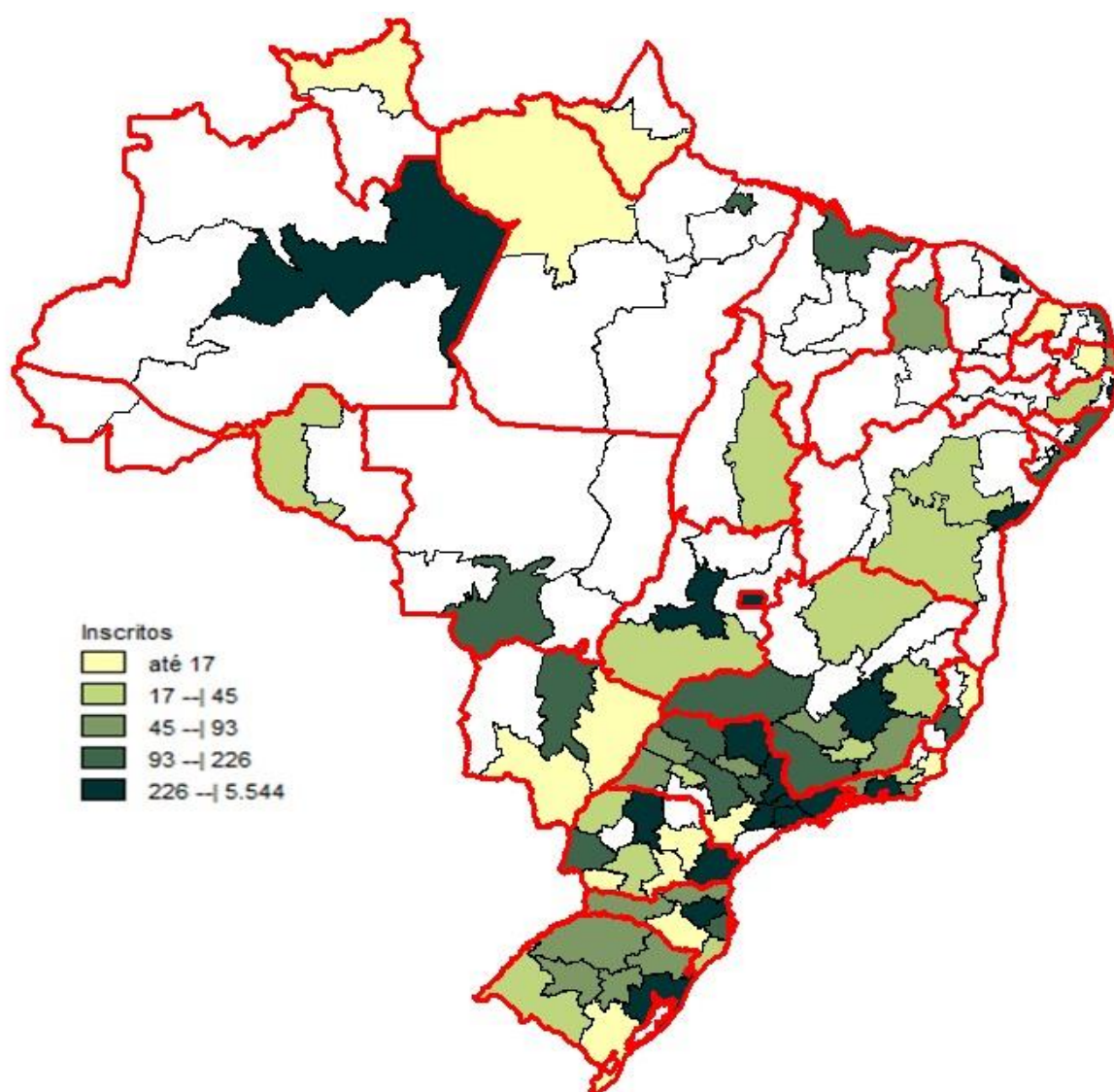


Figura 2.2 – Estudantes por mesorregião com indicação de Unidade da Federação – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A percentagem de faltas no Brasil como um todo foi de 21,2%, mas os valores foram bem diversificados segundo a mesorregião. Para mostrar essa diversidade, a Figura 2.3 apresenta a percentagem de falta entre os alunos inscritos da área de Publicidade e Propaganda, segundo mesorregião com indicação de UF.

Um caso extremo foi o da mesorregião Centro Amazonense, com 281 alunos inscritos e 145 ausentes (51,6% de ausentes). Fora esse caso extremo, as mesorregiões Sul do Amapá, Grande Florianópolis e Oeste de Minas apresentaram as maiores proporções de faltas, todas com mais de 40% de ausentes.

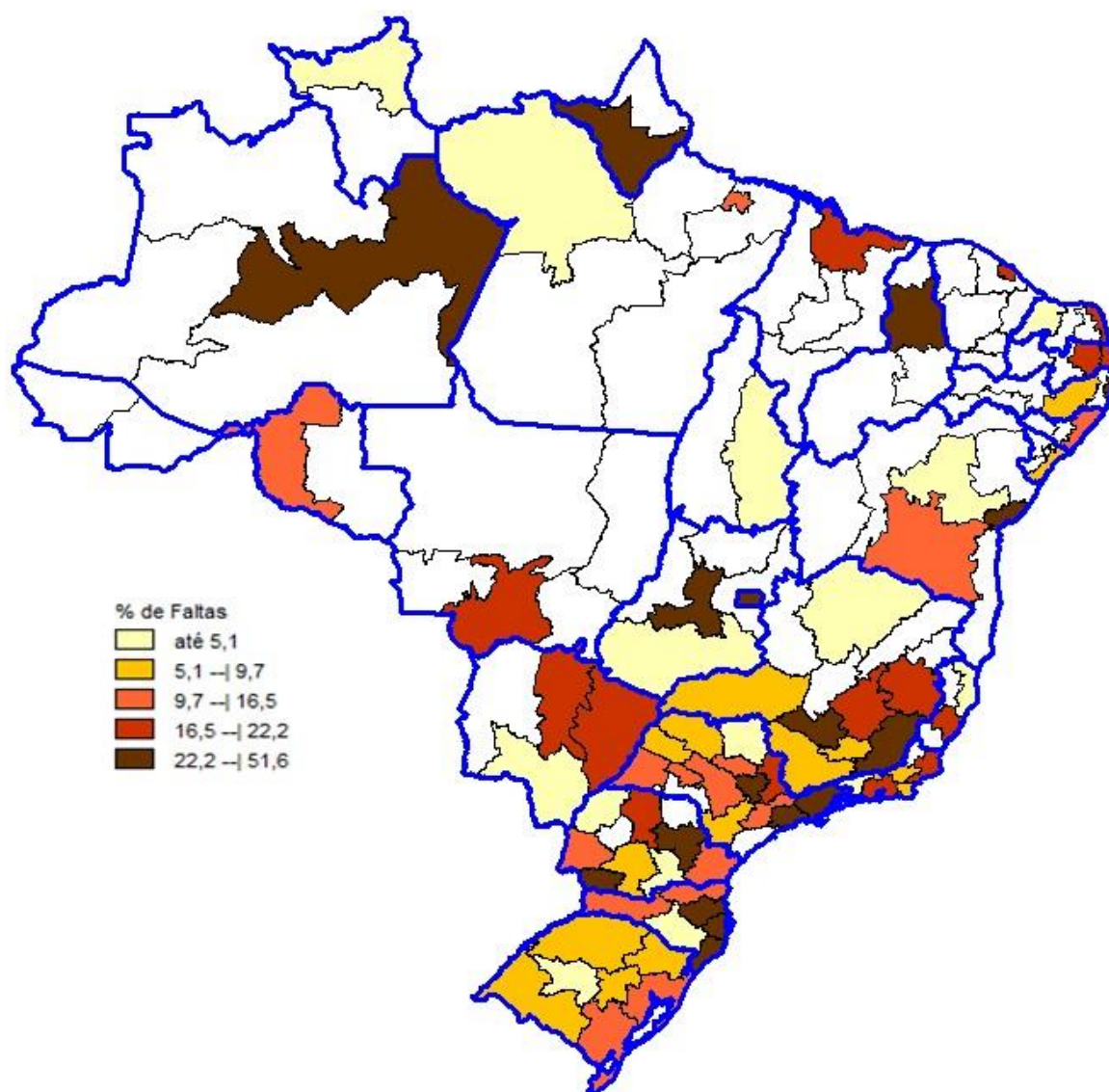
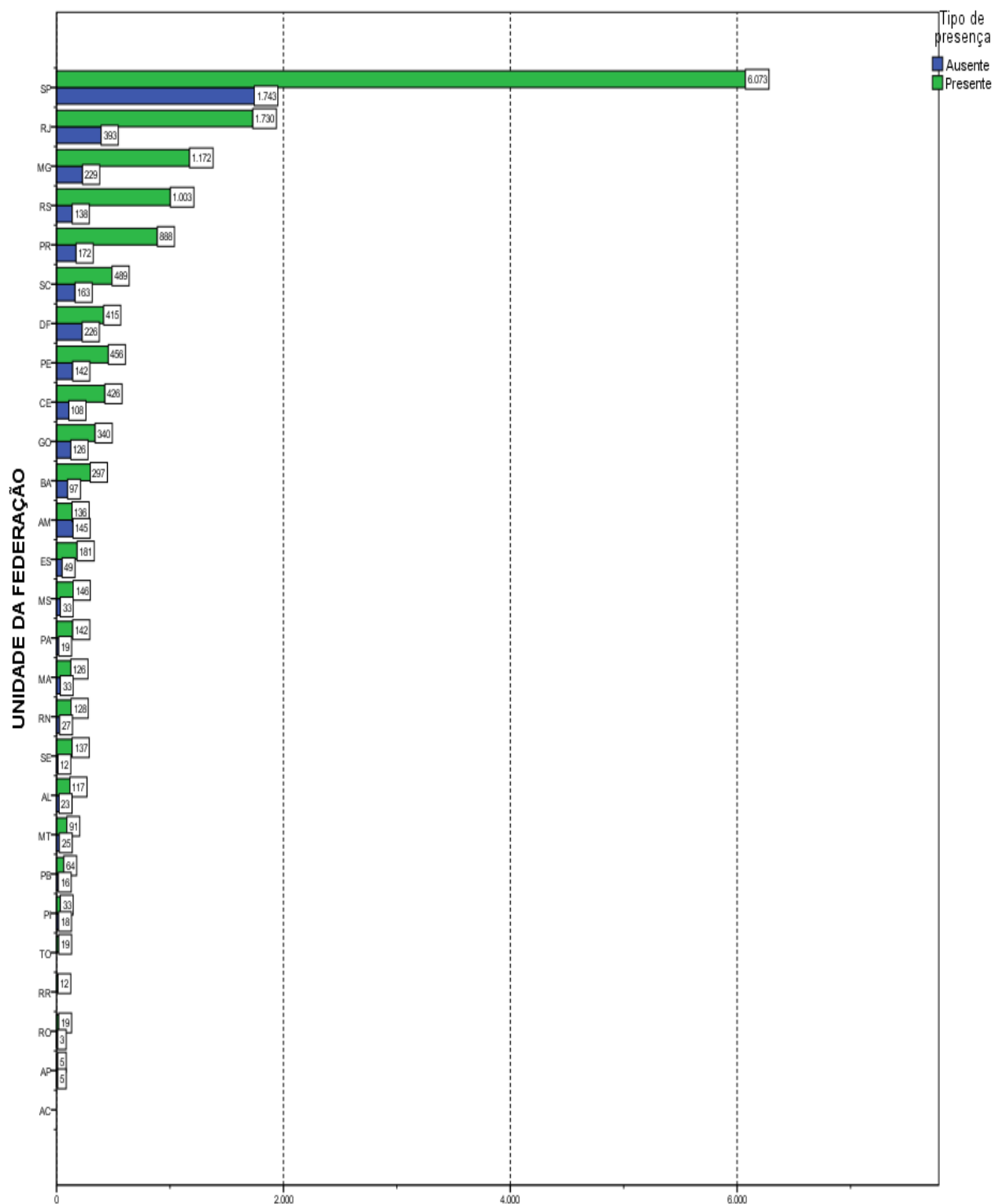


Figura 2.3 – Percentual de estudantes ausentes por mesorregião com indicação de Unidade da Federação – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015



Número de estudantes
Gráfico 2.2 – Estudantes Concluintes por Unidade da Federação, segundo a Condição de Presença- Enade/2015 –
Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

CAPÍTULO 3

ANÁLISE TÉCNICA DA PROVA

Este capítulo tem por objetivo apresentar o desempenho dos estudantes concluintes de Publicidade e Propaganda no Enade/2015. Para isso, foram calculadas as estatísticas básicas da prova em seu todo (seção 3.1.1), bem como as estatísticas relacionadas aos Componentes de Formação Geral (seção 3.1.2) e de Conhecimento Específico da Área (seção 3.1.3). Dadas as suas características, foram analisadas, em separado, as questões objetivas (seção 3.2) e as questões discursivas (seção 3.3). Para as questões objetivas, foram disponibilizados os índices de facilidade e de discriminação ponto-bisserial, também em separado, para os Componentes de Formação Geral (seção 3.2.1) e de Conhecimento Específico (seção 3.2.2). De cada componente, uma das questões foi escolhida para exemplificar a análise gráfica, relacionando as alternativas escolhidas pelos estudantes (inclusive o gabarito) com o número de acertos no componente. O Anexo I apresenta a íntegra da análise gráfica para todas as questões objetivas. Para cada uma das questões discursivas, os conteúdos dos tipos mais comuns de respostas dos estudantes são apresentados e comparados com o padrão de respostas esperado (ver Anexo VIII com o padrão de respostas). Tomando como base as duas questões discursivas do Componente de Formação Geral, a seção 3.3.1.6 apresenta comentários sobre a correção das respostas com respeito à Língua Portuguesa.

Nas Tabelas 3.1 e 3.3 são apresentados o tamanho da população inscrita, ausente, presente e percentual de faltosos, respectivamente, por Grande Região e por Categoria Administrativa e Organização Acadêmica da IES. As demais tabelas apresentam as seguintes estatísticas das notas¹⁵: média do desempenho na prova, erro padrão da média, desvio padrão, nota mínima, mediana e nota máxima para cada um de seus componentes. Tais estatísticas contemplam o total de estudantes concluintes da Área de Publicidade e Propaganda inscritos e presentes à prova do Enade/2015, tendo em vista agregações ou por Grandes Regiões e o país como um todo, ou por Categoria Administrativa e Organização Acadêmica da IES.

Em relação aos gráficos de distribuição de notas, o intervalo considerado foi de 10 unidades, aberto à esquerda e fechado à direita, com exceção do primeiro intervalo, $[0; 10]$, fechado em ambos os extremos. Para os gráficos de distribuição das notas das

¹⁵ Uma definição dessas estatísticas pode ser encontrada no Glossário.

questões discursivas, foram consideradas mais duas categorias: questão em branco¹⁶ e nota zero.

3.1 CONDIÇÃO DE PRESENÇA E ESTATÍSTICAS BÁSICAS DA PROVA

Esta seção apresenta a condição de presença, além das estatísticas selecionadas e histogramas da nota geral (3.1.1) e de cada componente: Formação Geral (3.1.2) e Conhecimento Específico (3.1.3). São também apresentadas estatísticas selecionadas de subpopulações caracterizadas por Grande Região, Categoria Administrativa e Organização Acadêmica.

3.1.1 Condição de Presença e Estatísticas Básicas Gerais

A Tabela 3.1 apresenta a Condição de Presença na prova, por Grande Região, dos estudantes concluintes de Publicidade e Propaganda. A população total de *Inscritos* foi de 18.591. Destes, 14.646 estiveram *Presentes*, sendo 21,2% o índice de não comparecimento. A Região de maior abstenção foi a Norte (34,1%,) e a de menor abstenção foi a Sul (16,6%).

Tabela 3.1 – Distribuição absoluta dos alunos por Grande Região segundo a Condição de Presença – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Condição de Presença	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Inscritos	18.591	505	2.261	11.570	2.853	1.402
Ausentes	3.945	172	476	2.414	473	410
Presentes	14.646	333	1.785	9.156	2.380	992
% Ausentes	21,2%	34,1%	21,1%	20,9%	16,6%	29,2%

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Já a Tabela 3.2 apresenta as Estatísticas Básicas da prova, por Grande Região, dos estudantes concluintes de Publicidade e Propaganda. A *Média* das notas da prova como um todo (nas seções seguintes serão analisados os Componentes de Formação Geral e de Conhecimento Específico) foi 51,5, sendo que os alunos da região Centro-Oeste obtiveram a *Média* mais baixa (50,3), e os da região Sul obtiveram a *Média* mais alta (53,2). As demais médias foram: 50,8 na região Norte; 51,7 na região Nordeste; e 51,2 na região Sudeste. O *Desvio padrão* para o Brasil como um todo foi 14,5, sendo o

¹⁶ Nesse grupo estão incluídas também as questões classificadas como nulas ou desconsideradas.

maior *Desvio padrão* encontrado na região Sudeste (14,6) e o menor, na região Norte (13,3), indicando uma dispersão um pouco menor das notas desta última região.

A região que obteve a maior nota *Máxima* foi a Sul (89,0), ao passo que a região que atingiu a menor nota *Máxima* foi a Norte (83,8). A *Mediana* do Brasil como um todo foi 52,5, sendo a maior *Mediana* obtida na região Sul (54,4), e a menor obtida no Norte (50,9). A nota *Mínima* foi zero em quase todas as regiões, exceto nas regiões Norte (13,1) e Nordeste (9,5).

Considerando-se as notas segundo Grande Região, observa-se que existe diferença estatisticamente significativa ao nível de 95% entre a menor *Média*, obtida na região Centro-Oeste (50,3), e a maior *Média*, obtida na região Sul (53,2).

Tabela 3.2 – Estatísticas Básicas das Notas da Prova por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	51,5	50,8	51,7	51,2	53,2	50,3
Erro padrão da média	0,1	0,7	0,3	0,2	0,3	0,5
Desvio padrão	14,5	13,3	14,2	14,6	14,1	14,5
Mínima	0,0	13,1	9,5	0,0	0,0	0,0
Mediana	52,5	50,9	52,7	52,1	54,4	51,0
Máxima	89,0	83,8	88,4	88,8	89,0	86,7

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O comportamento das notas dos estudantes de todo o Brasil pode ser observado no Gráfico 3.1 que apresenta um histograma com a distribuição das mesmas. Essa é uma distribuição unimodal com a moda no intervalo (50; 60].

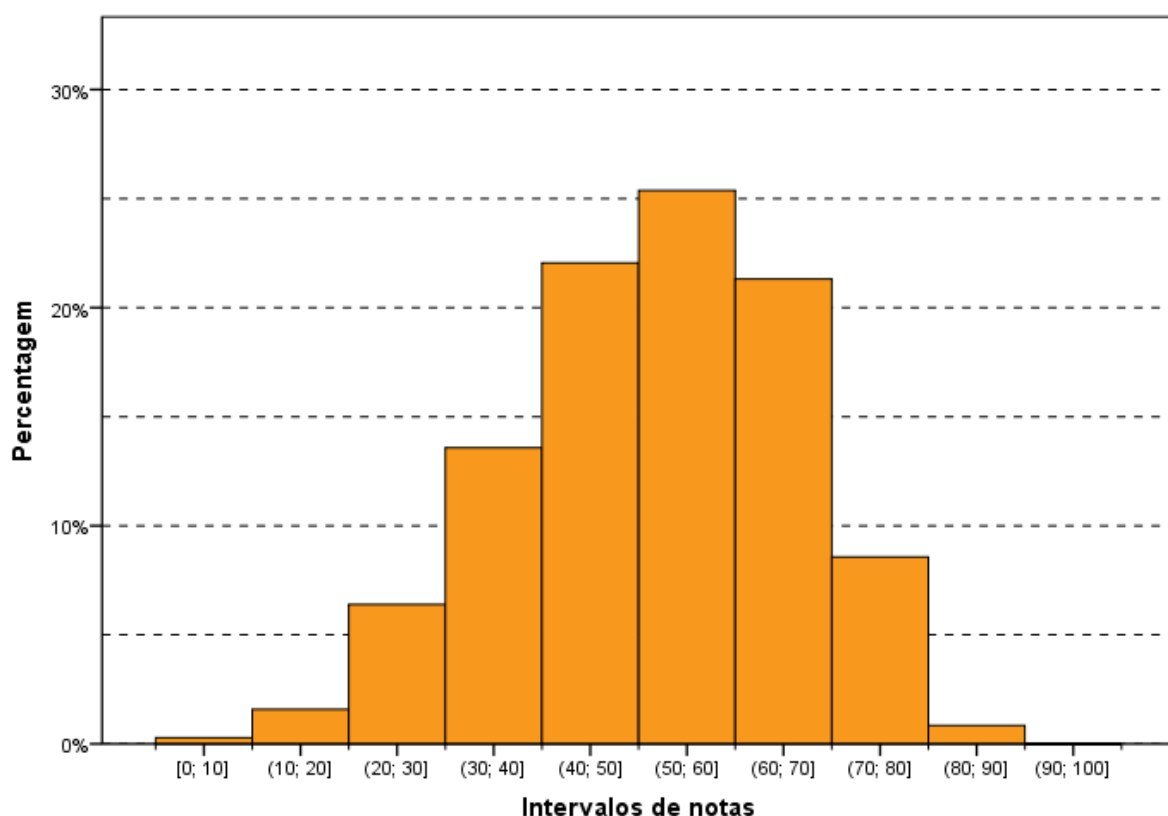


Gráfico 3.1 - Histograma das Notas da Prova – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A Tabela 3.3 apresenta informações referentes à Condição de Presença desagregadas por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica. Da população total de *Inscritos*, 17.142 são de IES *Privada* e 1.449 de IES *Públicas*. Em relação à Organização Acadêmica, a maior participação foi obtida por estudantes de *Universidades* (9.554), seguido de *Faculdades* (5.474) e *Centros Universitários* (3.563). A Categoria Administrativa de maior abstenção foi a *Privada* (22,0%), e entre as Organizações Acadêmicas foi a dos *Universidades* (22,6%), que ficou acima da abstenção nacional de 21,2%.

Tabela 3.3 – Distribuição absoluta dos alunos por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica segundo a Condição de Presença – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Condição de Presença	Categoria Administrativa da IES		Organização Acadêmica da IES		
	Pública	Privada	Universidades	Centros Universitários	Faculdades
Inscritos	1.449	17.142	9.554	3.563	5.474
Ausentes	178	3.767	2.155	682	1.108
Presentes	1.271	13.375	7.399	2.881	4.366
% Ausentes	12,3%	22,0%	22,6%	19,1%	20,2%

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Já a Tabela 3.4 apresenta informações referentes à *Média* da nota final desagregadas por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica. A *Média* das notas da prova como um todo foi 51,5. Em relação à Categoria Administrativa, os estudantes das IES *Públicas* obtiveram *Média* mais alta (57,1), e os das IES *Privadas* obtiveram *Média* mais baixa (51,0), que a *Média* nacional. Observa-se que existe diferença estatisticamente significativa entre as médias das notas das IES *Públicas* e *Privadas*. A diferença entre as médias das regiões Sul e Centro-Oeste (2,3), a maior e a menor *Média*, é inferior à diferença entre IES *Públicas* e *Privadas* (6,1), caracterizando uma maior diversidade administrativa do que regional.

No tocante à Organização Acadêmica, apenas os *Centros Universitários* obtiveram *Média* mais baixa (49,7) que a nacional. As demais médias foram: 51,9 nos *Universidades* e 52,1 nas *Faculdades*. O *Desvio padrão* para as IES *Públicas* (15,2) e para as *Universidades* (14,7) foi superior ao do Brasil como um todo (14,5), indicando uma dispersão um pouco maior das notas nesta Categoria Administrativa e nesta Organização Acadêmica.

Constata-se que existe diferença estatisticamente significativa ao nível de 95% nas médias das notas dos estudantes dos *Centros Universitários* em relação aos demais tipos de Organização Acadêmica.

Tabela 3.4 – Estatísticas Básicas das Notas da Prova por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Categoria Administrativa da IES		Organização Acadêmica da IES		
	Pública	Privada	Universidades	Centros Universitários	Faculdades
Média	57,1	51,0	51,9	49,7	52,1
Erro padrão da média	0,4	0,1	0,2	0,3	0,2
Desvio padrão	15,2	14,3	14,7	13,9	14,3
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	5,6
Mediana	59,5	51,8	53,3	50,5	52,6
Máxima	88,4	89,0	89,0	88,1	88,8

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.1.2 Estatísticas Básicas no Componente de Formação Geral

A Tabela 3.5 apresenta as Estatísticas Básicas em relação ao componente da prova que avalia a Formação Geral dos estudantes concluintes. Os alunos de todo Brasil obtiveram desempenho médio de 56,6. Quanto à variabilidade, o *Desvio padrão* das notas dos estudantes do Brasil, como um todo, foi 15,7. A maior *Média* foi obtida na região Sul (57,1), e a menor, na região Centro-Oeste (54,8). As demais médias foram: 56,0 na região Norte; 56,6 na região Nordeste; e 56,7 na região Sudeste. Já o maior *Desvio padrão* foi obtido na região Centro-Oeste (16,4), e o menor, na região Sul (15,1). Os demais desvios padrões foram: 15,5 na região Norte, 16,2 da região Nordeste, e 15,6 na região Sudeste.

A maior nota no Componente de Formação Geral da prova do Enade/2015 foi 99,0, obtida por, pelo menos, um aluno na região Centro-Oeste. A menor nota *Máxima* foi obtida na região Nordeste (94,4). A *Mediana* do Brasil, como um todo, foi 57,4, sendo a menor *Mediana* encontrada na região Norte (55,8); e a maior encontrada na região Nordeste (57,8). A nota *Mínima* nesta parte foi zero em todas as regiões, exceto na região Norte (7,5).

Considerando-se as notas segundo Grande Região, observa-se que existe diferença estatisticamente significativa entre a maior *Média* das notas do Componente de Formação Geral, obtida na região Sul (57,1), e na região Centro-Oeste (54,8), a menor *Média*.

Tabela 3.5 – Estatísticas Básicas das Notas do Componente de Formação Geral por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	56,6	56,0	56,6	56,7	57,1	54,8
Erro padrão da média	0,1	0,8	0,4	0,2	0,3	0,5
Desvio padrão	15,7	15,5	16,2	15,6	15,1	16,4
Mínima	0,0	7,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	57,4	55,8	57,8	57,6	57,5	56,3
Máxima	99,0	95,4	94,4	98,8	97,8	99,0

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.2 propicia a avaliação do desempenho dos estudantes do Componente de Formação Geral, a partir do histograma da distribuição das notas correspondentes. A distribuição é unimodal, com moda em (50; 60], o mesmo intervalo modal da prova como um todo (Gráfico 3.1). Nota-se, ainda que, no Gráfico 3.2, as notas apresentam maior dispersão do que no Gráfico 3.1 (distribuição das notas da prova), confirmado pela comparação dos desvios padrões: 14,5 para a nota da prova como um todo e 15,7 para o Componente de Formação Geral.

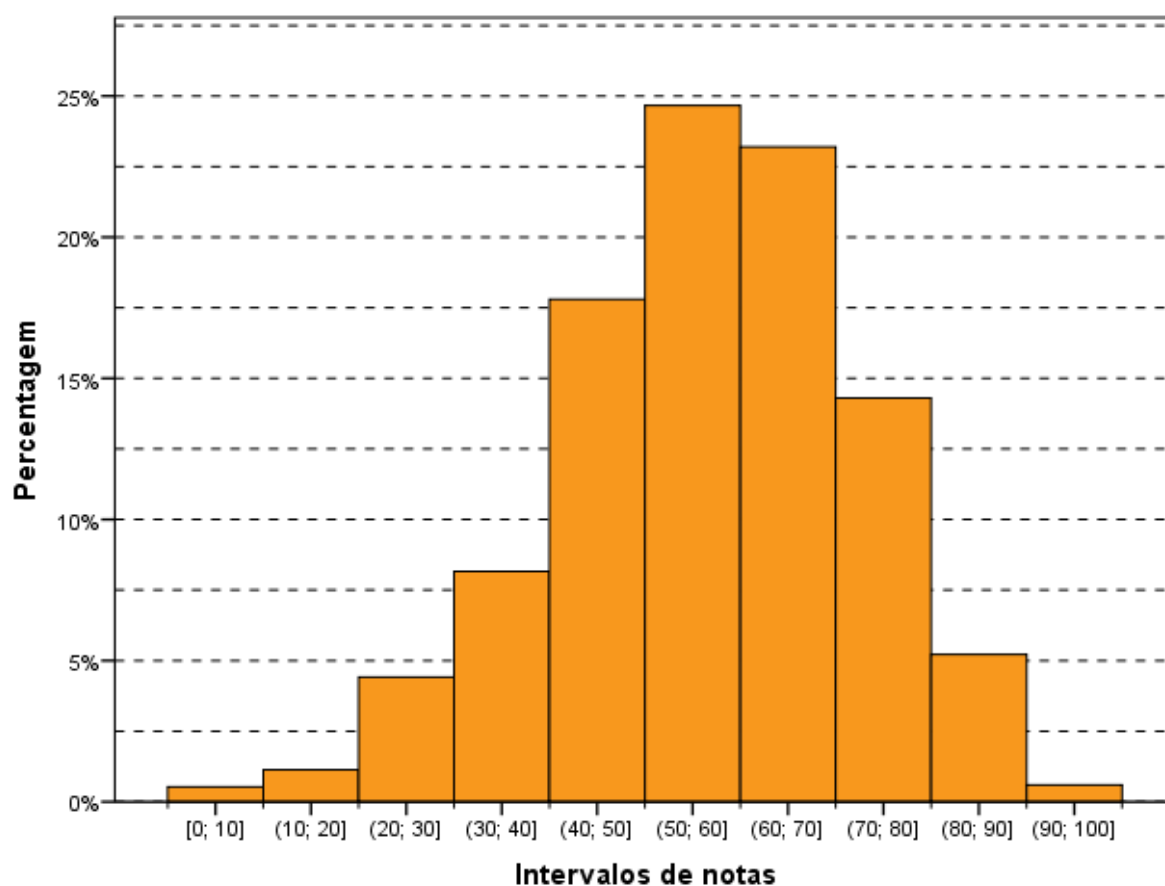


Gráfico 3.2 – Histograma das Notas do Componente de Formação Geral – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Na Tabela 3.6 são apresentadas as informações referentes ao desempenho dos concluintes do Componente de Formação Geral, em diferentes agregações: Categoria Administrativa e Organização Acadêmica.

Observa-se que existe diferença estatisticamente significativa entre as médias dos tipos de Categoria Administrativa. A maior *Média* foi obtida por estudantes de IES *Públicas* (60,9), e a menor, obtida por estudantes de IES *Privadas* (56,2).

Considerando-se o tipo de Organização Acadêmica, nota-se que há diferença estatisticamente significativa entre as médias dos *Centros Universitários* em relação aos demais tipos de Organização Acadêmica.

Tabela 3.6 – Estatísticas Básicas das Notas do Componente de Formação Geral por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Categoria Administrativa da IES		Organização Acadêmica da IES		
	Pública	Privada	Universidades	Centros Universitários	Faculdades
Média	60,9	56,2	57,1	54,7	57,1
Erro padrão da média	0,5	0,1	0,2	0,3	0,2
Desvio padrão	17,4	15,4	15,8	15,7	15,3
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	62,5	57,0	57,9	55,1	58,0
Máxima	99,0	97,8	99,0	95,0	97,0

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.1.3 Estatísticas Básicas do Componente de Conhecimento Específico

A Tabela 3.7 apresenta as Estatísticas Básicas referentes ao Componente de Conhecimento Específico da área de Publicidade e Propaganda. A *Média* do desempenho dos alunos do Brasil, como um todo, foi 49,8. A maior *Média* foi obtida na região Sul (51,9), e a menor, na região Centro-Oeste (48,8). As demais médias foram: 49,1 na região Norte; 50,0 na região Nordeste; e 49,4 na região Sudeste. Quanto à variabilidade das notas, o *Desvio padrão* do Brasil, como um todo, foi 16,2, sendo o maior *Desvio padrão* observado na região Sudeste (16,3), e o menor, na região Norte (14,8). Os demais desvios foram: 15,8 na região Nordeste, 15,9 na região Sul e 16,0 na região Centro-Oeste.

A *Mediana* das notas dos estudantes de todo o Brasil foi 51,2. A maior *Mediana* ocorreu na região Sul (53,7), e a menor, na região Centro-Oeste (49,3). As demais medianas foram: 49,8 na região Norte; 51,7 na região Nordeste; e 50,3 na região Sudeste. A nota *Máxima* do Brasil, como um todo, foi 95,5, sendo obtida por, pelo menos, um aluno na região Sul. As demais notas máximas foram: 86,2 na região Norte; 90,0 na região Nordeste; 91,5 na região Sudeste; e 88,3 na região Centro-Oeste. A nota *Mínima* foi zero em todas as regiões, exceto na região Norte (12,1).

Observa-se que existe diferença estatisticamente significativa entre a menor *Média* das notas do Componente de Conhecimento Específico da região Centro-Oeste (48,8) em relação a maior *Média* na região Sul (51,9). O intervalo de confiança da região Norte (3,2) é significativamente maior do que de todas as outras.

Tabela 3.7 – Estatísticas Básicas das Notas do Componente de Conhecimento Específico por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	49,8	49,1	50,0	49,4	51,9	48,8
Erro padrão da média	0,1	0,8	0,4	0,2	0,3	0,5
Desvio padrão	16,2	14,8	15,8	16,3	15,9	16,0
Mínima	0,0	12,1	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	51,2	49,8	51,7	50,3	53,7	49,3
Máxima	95,5	86,2	90,0	91,5	95,5	88,3

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Assim como os Gráficos 3.1 e 3.2, o Gráfico 3.3, apresentado a seguir, permite uma avaliação do desempenho de concluintes de Publicidade e Propaganda em relação ao Componente de Conhecimento Específico com um histograma da distribuição das notas correspondentes. Dentre as três distribuições apresentadas, esta é a mais concentrada nas notas baixas. Esta também é uma distribuição unimodal, e o grupo modal é o (50; 60], o mesmo grupo modal da prova como um todo e para a Formação Geral.

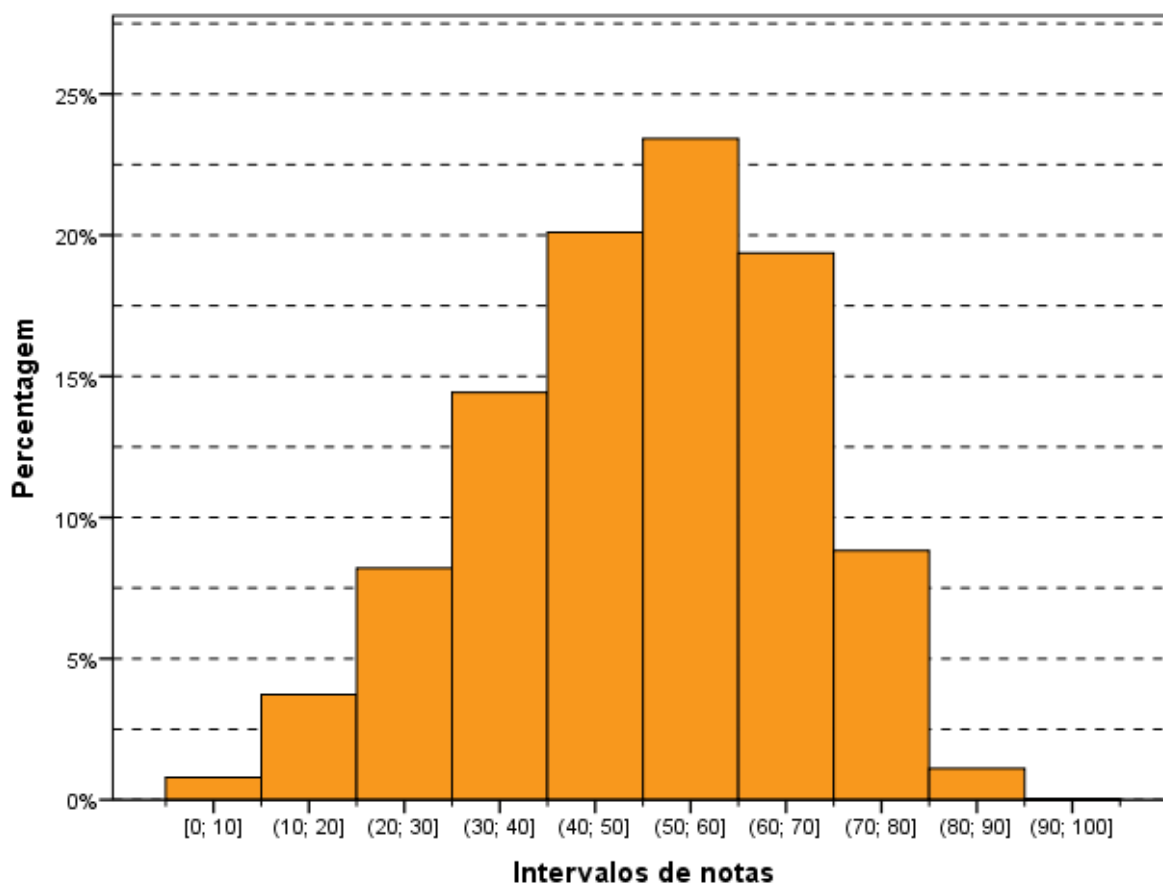


Gráfico 3.3 - Histograma das Notas do Componente de Conhecimento Específico – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A Tabela 3.8 apresenta uma comparação dos resultados em relação à Categoria Administrativa e à Organização Acadêmica, agora levando em conta o desempenho de alunos do Componente de Conhecimento Específico da prova.

No que se refere à Organização Acadêmica, a maior *Média* foi das *Faculdades* (50,4), vindo a seguir a das *Universidades* (50,2) e, depois, a dos *Centros Universitários* (48,0). O maior *Desvio padrão*, e acima do valor para o Brasil, como um todo, foi o das *Universidades* (16,5). As *Universidades* também obtiveram as maiores notas *Máxima* (95,5) e *Mediana* (51,8). Por sua vez, os *Centros Universitários* obtiveram, respectivamente, 88,2 e 49,3 como nota *Máxima* e *Mediana*. Já as *Faculdades*, obtiveram, respectivamente, 90,0 e 51,3 como nota *Máxima* e *Mediana*. A nota *Mínima* foi zero para todas as Organizações Acadêmicas, sem exceção.

Quanto à Categoria Administrativa, observa-se um comportamento semelhante àquele da parte de Formação Geral e à prova como um todo, ou seja, existe diferença estatisticamente significativa entre as médias das IES *Públicas* (55,8) e IES *Privadas* (49,3).

Observa-se que existem diferenças estatisticamente significativas ao nível de 95% no Componente de Conhecimento Específico entre as notas dos *Centros Universitários* *Universidades* em relação às *Universidades* e *Faculdades*.

Tabela 3.8 - Estatísticas Básicas das Notas do Componente de Conhecimento Específico por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Categoria Administrativa da IES		Organização Acadêmica da IES		
	Pública	Privada	Universidades	Centros Universitários	Faculdades
Média	55,8	49,3	50,2	48,0	50,4
Erro padrão da média	0,5	0,1	0,2	0,3	0,2
Desvio padrão	16,5	16,0	16,5	15,4	16,1
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	59,0	50,3	51,8	49,3	51,3
Máxima	89,7	95,5	95,5	88,2	90,0

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.2 ANÁLISE DAS QUESTÕES OBJETIVAS

Esta seção apresenta estatísticas selecionadas e histogramas das Questões Objetivas de Formação Geral (3.2.1). São também apresentadas e comparadas as médias das subpopulações caracterizadas por Grande Região.

3.2.1 Componente de Formação Geral

A Tabela 3.9 apresenta as Estatísticas Básicas relativas às oito questões objetivas do componente da prova que abrange a Formação Geral dos estudantes. A *Média* do Brasil foi 54,6. A menor *Média* foi encontrada na região Norte (51,9), e a maior, na região Sul (56,0). As demais médias foram: 55,0 na região Nordeste; 54,3 na região Sudeste; e 54,4 na região Centro-Oeste. O *Desvio padrão* do Brasil foi 20,4, sendo o maior *Desvio padrão* encontrado na região Norte (21,4), e o menor, na região Sul (19,8). Os demais desvios foram: 20,7 na região Nordeste; 20,5 na região Sudeste; e 20,1 na região Centro-Oeste.

As medianas (50,0), as notas máximas (100,0) e as notas mínimas (0,0) foram iguais para todas as regiões, sem exceção.

Tabela 3.9 – Estatísticas Básicas das Notas das Questões Objetivas do Componente de Formação Geral por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	54,6	51,9	55,0	54,3	56,0	54,4
Erro padrão da média	0,2	1,2	0,5	0,2	0,4	0,6
Desvio padrão	20,4	21,4	20,7	20,5	19,8	20,1
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0
Máxima	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A Tabela 3.10 apresenta o Índice de Facilidade e o Índice de Discriminação (ponto-bisserial) para cada uma das questões objetivas do Componente de Formação Geral. Quanto ao Índice de Facilidade, foram usadas as seguintes cores para diferenciar o nível de dificuldade da questão:

- Azul para as questões classificadas com índice *Muito fácil* ($\geq 0,86$), verde para as questões classificadas com índice *Fácil* (0,61 a 0,85), amarelo para as questões classificadas com *Médio* (0,41 a 0,60), vermelho para as questões classificadas com *Difícil* (0,16 a 0,40) e roxo para as questões classificadas com *Muito difícil* ($\leq 0,15$).

Já quanto ao Índice de Discriminação, foram usadas as seguintes cores para qualificar a questão:

- As questões classificadas com índice *Fraco* receberam a cor vermelho ($\leq 0,19$), as classificadas com *Médio* receberam a cor amarelo (0,20 a 0,29), as classificadas com *Bom* receberam a cor verde (0,30 a 0,39) e as classificadas com *Muito bom* ($\geq 0,40$) receberam a cor azul.

As questões objetivas do Componente de Formação Geral, segundo o Índice de Facilidade, foram assim avaliadas: das oito questões, nenhuma teve o Índice de Facilidade classificado como *Muito fácil*. Quatro questões foram tidas como *Fácil*, por terem índice de acertos situado na faixa entre 0,61 e 0,85 (de 61,0% a 85,0% de acertos). Duas questões foram consideradas de dificuldade *Médio*, situando-se no intervalo entre 0,41 e 0,60 do Índice de Facilidade, ou seja, houve entre 41,0% e 60,0% de acertos, enquanto outras duas questões foram classificadas na categoria *Difícil*, situando-se no intervalo entre 0,16 e 0,40. Por fim, nenhuma das questões apresentou menos de 15% de acertos, razão pela qual seria classificada como *Muito difícil*.

Como já comentado, para análise das questões objetivas, relativas à Formação Geral, segundo o poder de discriminação, utilizou-se o Índice de Discriminação (ponto-

bisserial). Nesta análise, as questões foram assim avaliadas: seis das oito questões apresentaram índice acima ou igual a 0,40 e, assim, foram classificadas com índice *Muito bom* para esse grupo de estudantes. Duas questões tiveram Índice de Discriminação *Bom*, com valor entre 0,30 e 0,39, para esse grupo de estudantes. Nenhuma questão teve nível *Médio* ou *Fraco* de discriminação para esse grupo de estudantes.

O Índice de Facilidade variou de 0,34 a 0,79, e o de Discriminação, de 0,37 a 0,50. As seis questões com Índice de Discriminação *Muito bom* figuraram entre os diversos níveis de dificuldade desse conjunto: quatro classificadas na categoria *Fácil* (questões 3, 5, 6 e 8) do Índice de Facilidade, uma, na categoria *Médio* (questão 2) e uma, na categoria *Difícil* (questão 7). Em particular, a questão 2 foi a que apresentou o maior poder discriminatório, com índice 0,50, porém foi considerada média em termos de facilidade, com uma proporção de 0,44 acertos. O máximo de acertos foi alcançado pela questão 5 com um Índice de Facilidade de 0,79. A questão de número 1 apresentou um Índice de Facilidade de 0,44, ou seja, pouco mais da metade dos estudantes conseguiu resolvê-la, dentro do universo de participantes. Seu Índice de Discriminação foi *Bom* (0,38). Já a questão 7 obteve Índice de Discriminação *Muito bom*, 0,46, porém seu Índice de Facilidade foi *Difícil* (0,34).

Tabela 3.10 - Valor e Classificação dos Índices de Facilidade e de Discriminação (Ponto-Bisserial) das Questões Objetivas do Componente de Formação Geral, segundo o número da Questão – ENADE/2015 – Publicidade e Propaganda

Questão	Índice de Facilidade		Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial)	
	Valor	Classificação	Valor	Classificação
1	0,44	Médio	0,38	Bom
2	0,44	Médio	0,50	Muito bom
3	0,64	Fácil	0,47	Muito bom
4	0,36	Difícil	0,37	Bom
5	0,79	Fácil	0,41	Muito bom
6	0,75	Fácil	0,43	Muito bom
7	0,34	Difícil	0,46	Muito bom
8	0,61	Fácil	0,44	Muito bom

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.4, para exemplificar, analisa o comportamento da questão de número 2 de Formação Geral. Trata-se de uma questão considerada mediana, com relação à facilidade e a que obteve o maior Índice de Discriminação dessa parte da prova.

Neste gráfico, cada uma das cinco curvas representa o percentual de respostas em determinada alternativa da questão, em função do número de acertos dos estudantes nessa parte da prova (Formação Geral/Múltipla Escolha), antes de possíveis eliminações pelo critério do ponto bisserial. A curva em preto corresponde à alternativa C, a correta para esta questão. Assim, observa-se que entre os estudantes com menor número de acertos, nessa parte do exame, a situação mais frequente foi a escolha da alternativa D (em roxo), incorreta. Por exemplo, entre os estudantes que acertaram três questões, 41,3% escolheram a alternativa D, 19,3% a alternativa C (correta), 14,2% a alternativa A, 14,7% a alternativa B e 10,1% a alternativa E. Entre os que acertaram três respostas entre as questões de múltipla escolha de formação geral, 0,3% deixou a questão em branco e 0,2% marcou mais de uma alternativa, invalidando a questão. À medida em que o número de acertos aumenta, indicando desempenho melhor nessa parte da prova, aumenta concomitantemente a proporção de estudantes que selecionaram a alternativa correta C, atingindo 100% para os estudantes com 8 acertos. Essa análise permite verificar como a questão discriminou os grupos de desempenho, justificando o alto índice obtido na questão.

Cumprir notar que não é possível inferir deste gráfico nem o índice de facilidade (que seria uma média da proporção ponderada pela quantidade de alunos com cada uma das notas), nem o índice de discriminação ponto bisserial, por razão equivalente. No caso extremo no qual a grande concentração dos acertos dos alunos fosse abaixo de 4, o índice de facilidade seria obrigatoriamente abaixo de 40% (neste exemplo). Caso a concentração fosse em 6 acertos ou mais, o índice seria obrigatoriamente acima de 60%.

Os gráficos relativos às demais questões de Formação Geral constam do Anexo I.

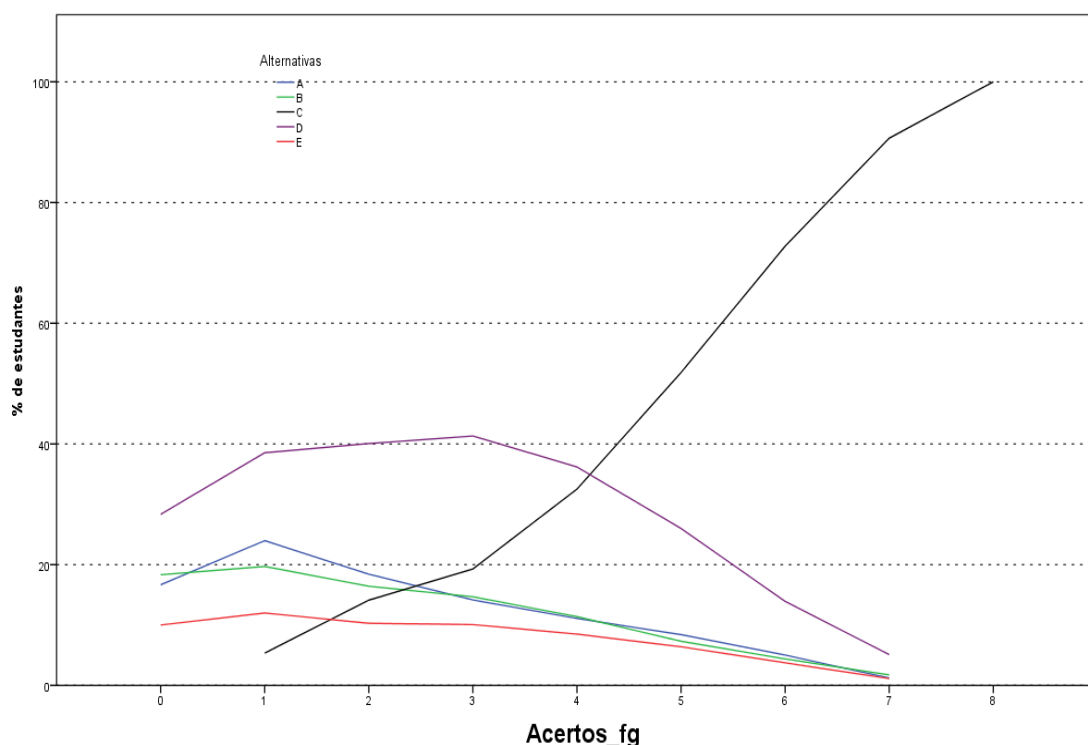


Gráfico 3.4 – Análise Gráfica da Questão 2 [GABARITO = C] – de Formação Geral - Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.2.2 Componente de Conhecimento Específico

A Tabela 3.11 apresenta as Estatísticas Básicas em relação às questões objetivas do Componente de Conhecimento Específico da prova de Publicidade e Propaganda por Grande Região. A *Média* do Brasil deste componente foi de 55,1. A menor *Média* foi observada nas regiões Norte e Centro-Oeste (54,2), e a maior, na região Sul (57,6). O *Desvio padrão* de todo o Brasil foi 18,2, sendo o menor *Desvio padrão* encontrado na região Norte (16,7), e o maior, na região Sudeste (18,4).

A *Mediana* de todo o Brasil foi 54,5, a mesma encontrada nas regiões Norte, Sudeste e Centro-Oeste, enquanto nas demais regiões foi 59,1. A nota *Máxima* da prova foi 100,0, obtida nas questões objetivas do Componente de Conhecimento Específico, por, pelo menos, um aluno nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul, e nas demais regiões, a nota *Máxima* da prova foi 95,5. Em todas as regiões a nota *Mínima* foi zero, exceto na região Norte (13,6).

Tabela 3.11 – Estatísticas Básicas das Notas das Questões Objetivas do Componente de Conhecimento Específico por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	55,1	54,2	55,6	54,5	57,6	54,2
Erro padrão da média	0,1	0,9	0,4	0,2	0,4	0,6
Desvio padrão	18,2	16,7	17,7	18,4	17,8	17,9
Mínima	0,0	13,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	54,5	54,5	59,1	54,5	59,1	54,5
Máxima	100,0	95,5	100,0	100,0	100,0	95,5

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A Tabela 3.12 apresenta os Índices de Facilidade e Discriminação (ponto-bisserial) das questões objetivas do Componente de Conhecimento Específico para os estudantes de Publicidade e Propaganda. Para facilitar a diferenciação das questões, usaremos as mesmas cores da Tabela 3.10 para as diferentes classificações dos Índices de Facilidade e de Discriminação.

Dentre as questões objetivas da parte da prova relativa ao Componente de Conhecimento Específico, nenhuma questão foi anulada pela Comissão. Desse modo, a classificação, quanto ao Índice de Facilidade, foi estabelecida com base em todas as 27 questões. A partir dos índices obtidos, pode-se concluir que um terço das questões objetivas da prova foi considerado, pelo menos, *Difícil*: das 27 questões, nove foram classificadas como *Difícil* ou como *Muito difícil*. Dez questões foram classificadas como *Fácil* (a classificação modal) ou como *Muito fácil*, e outras oito consideradas como *Médio*.

Já quanto aos índices de discriminação das questões objetivas do Componente de Conhecimento Específico da prova, tem-se como resultado a seguinte classificação: cinco das 27 questões foram consideradas como boas, enquanto dez delas tiveram Índice de Discriminação *Muito bom*. Assim, para a maioria das questões – 15 em 27 – os Índices de Discriminação foram *Bom* ou *Muito bom*. Dentre as demais, sete delas foram classificadas como *Médio* e outras cinco como *Fraco*, sendo 12, por conseguinte, a quantidade de questões nos dois patamares mais baixos de discriminação. Constata-se, assim, que a prova – no que se refere ao Componente de Conhecimento Específico – possuía boa capacidade de discriminar entre aqueles que dominam ou não o conteúdo.

Dentre as questões que alcançaram os maiores índices de discriminação, dez delas, as de números 9, 10, 14, 16, 17, 21, 24, 26, 30 e 34, foram classificadas com Índice de Discriminação *Muito bom*, situando-se no intervalo de 0,40 a 0,51 do índice,

sete delas (questões 9, 10, 14, 17, 21, 24 e 26) foram classificadas na categoria *Fácil*, quanto ao Índice de Facilidade, e as outras três (questões 16, 30 e 34), na categoria *Médio*. A questão de número 35 foi a mais difícil dentre as 27 questões específicas, com baixo Índice de Facilidade, apenas 10,0% de acertos. Essa questão apresentou poder discriminatório igualmente baixo, -0,03, o que comprova ter sido esta questão a mais difícil para os estudantes. Destaca-se, também, a questão 29, com Índice de Facilidade 0,21, o que, em termos percentuais, corresponde a 21,0% de estudantes que responderam acertadamente. Já 0,04 foi o de Índice de Discriminação. Tais questões foram, portanto, pelo critério ponto-bisserial, consideradas inadequadas. Por isso, as questões 29 e 35 foram eliminadas do cômputo da nota final. Além destas duas, as demais questões com Índice de Discriminação *Fraco*, questões 22, 27 e 32 também não foram utilizadas no cômputo final das notas, num total de cinco questões eliminadas.

Tabela 3.12 – Valor e Classificação dos Índices de Facilidade e de Discriminação (Ponto-Bisserial) das Questões Objetivas do Componente de Conhecimento Específico, segundo o número da Questão – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Questão	Índice de Facilidade		Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial)	
	Valor	Classificação	Valor	Classificação
9	0,71	Fácil	0,51	Muito bom
10	0,80	Fácil	0,44	Muito bom
11	0,58	Médio	0,26	Médio
12	0,31	Difícil	0,27	Médio
13	0,49	Médio	0,24	Médio
14	0,74	Fácil	0,42	Muito bom
15	0,61	Fácil	0,39	Bom
16	0,54	Médio	0,43	Muito bom
17	0,69	Fácil	0,46	Muito bom
18	0,64	Fácil	0,27	Médio
19	0,39	Difícil	0,20	Médio
20	0,42	Médio	0,29	Médio
21	0,63	Fácil	0,48	Muito bom
22	0,29	Difícil	0,15	Fraco
23	0,26	Difícil	0,31	Bom
24	0,69	Fácil	0,45	Muito bom
25	0,41	Médio	0,35	Bom
26	0,62	Fácil	0,50	Muito bom
27	0,36	Difícil	0,18	Fraco
28	0,65	Fácil	0,37	Bom
29	0,21	Difícil	0,04	Fraco
30	0,57	Médio	0,48	Muito bom
31	0,54	Médio	0,38	Bom
32	0,22	Difícil	0,13	Fraco
33	0,29	Difícil	0,26	Médio
34	0,57	Médio	0,43	Muito bom
35	0,10	Muito difícil	-0,03	Fraco

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A título de exemplo das análises do comportamento das questões objetivas, o Gráfico 3.5 analisa a questão 9 do Componente de Conhecimento Específico. Apesar de esta questão ter sido considerada pelos estudantes avaliados como uma questão de classificação *Fácil* como nível de facilidade da prova, apresentou Índice de Facilidade 0,71, ou seja, 71,0% dos estudantes assinalaram acertadamente a opção D,

correspondente ao gabarito. Seu Índice de Discriminação foi igual a 0,51, classificado como *Muito bom*, também sendo esta questão a que apresentou o maior índice discriminatório.

Neste gráfico, cada uma das cinco curvas representa o percentual de respostas em determinada alternativa da questão 9, em função do número de acertos dos estudantes nessa parte da prova, antes de possíveis eliminações de questões pelo critério do ponto-bisserial. A alternativa correta D, representada no gráfico pela curva em roxo, foi escolhida em maiores proporções pelos alunos com desempenho melhor nessa parte da prova. Já as alternativas incorretas, também denominadas distratores, foram selecionadas, principalmente, por aqueles com notas mais baixas. Neste caso também a soma não é sempre 100% por causa das questões não respondidas ou com mais de uma opção marcada. Aqueles com nota zero, na sua quase totalidade deixaram esta questão em branco ou marcaram mais de uma alternativa, comportamento considerado inválido. A proporção de alunos que selecionou a resposta correta D aumenta gradativamente, chegando a atingir 100% para 22 acertos ou mais, enquanto a proporção dos que escolheram alternativas incorretas decai, a partir do primeiro acerto, como função do número de acertos nessa parte da prova.

Os gráficos relativos às demais questões do Conhecimento Específico constam do Anexo I.

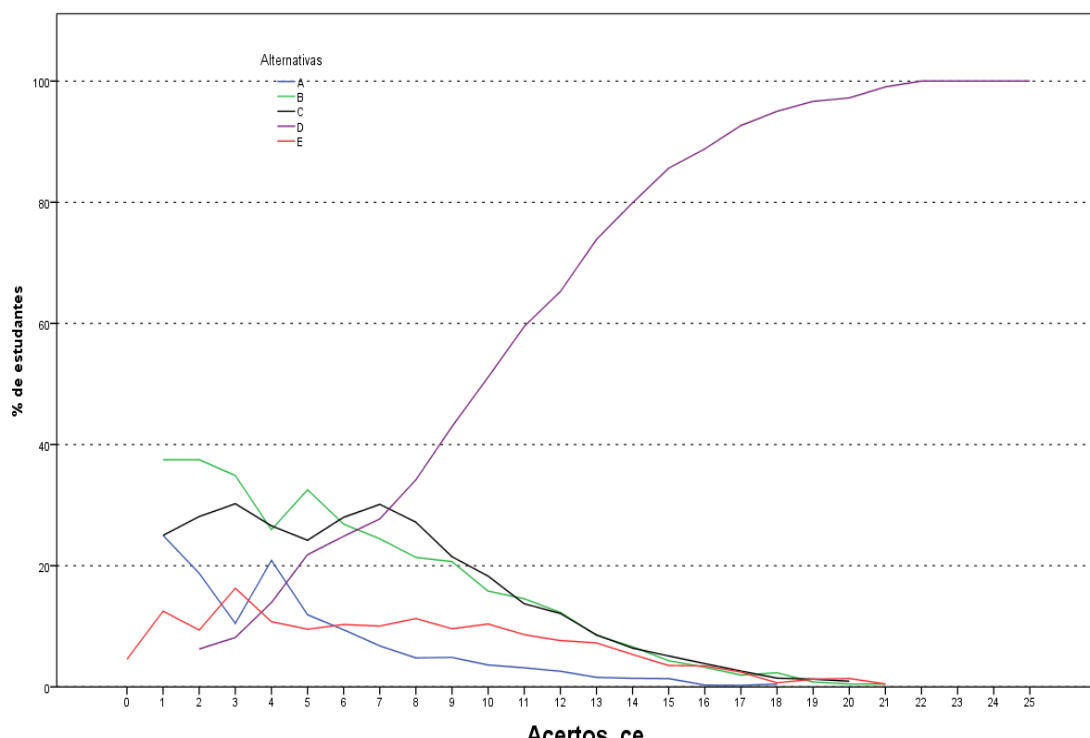


Gráfico 3.5 – Análise Gráfica da Questão 9 [GABARITO = D] – de Conhecimento Específico – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.3 ANÁLISE DAS QUESTÕES DISCURSIVAS

Esta seção apresenta estatísticas selecionadas e histogramas das Questões Discursivas de Formação Geral (3.3.1) e Conhecimento Específico (3.3.2). São também apresentadas e comparadas as médias de subpopulações caracterizadas por Grande Região.

3.3.1 Componente de Formação Geral

As análises dos resultados de desempenho dos estudantes de Publicidade e Propaganda nas duas questões discursivas relativas à Formação Geral encontram-se na Tabela 3.13 e no Gráfico 3.6.

Na Tabela 3.13, observa-se que a nota *Média* nesse conjunto de questões foi próxima da obtida nas objetivas. Os estudantes, de todo o Brasil, obtiveram, em Formação Geral, *Média* 54,6 nas questões objetivas e 59,6 nas questões discursivas. No entanto, pode-se notar uma queda do *Desvio padrão* de 20,4 nas questões objetivas do Componente de Formação Geral dos alunos de todo o Brasil, para 20,3 nas questões

discursivas do mesmo componente. A menor *Média* foi obtida na região Centro-Oeste (55,4), e a maior, na região Norte (62,1).

A *Mediana* de todo o Brasil, neste componente, foi 64,5, a mesma obtida nas regiões Nordeste e Sudeste. Na região Norte (66,0) a *Mediana* foi maior, enquanto nas regiões Sul (63,5) e Centro-Oeste (62,5), foi menor. A nota *Máxima* (98,0) foi obtida na região Nordeste, enquanto nas demais regiões foi: 96,5 na região Norte; 97,5 nas regiões Sudeste e Centro-Oeste; e 96,0 na região Sul. A nota *Mínima* (0,0) foram as mesmas em todas as regiões do Brasil, sem exceção.

Tabela 3.13 – Estatísticas Básicas das Notas das Questões Discursivas do Componente de Formação Geral por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	59,6	62,1	58,9	60,3	58,8	55,4
Erro padrão da média	0,2	1,0	0,5	0,2	0,4	0,8
Desvio padrão	20,3	17,9	21,3	19,7	20,7	23,8
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	64,5	66,0	64,5	64,5	63,5	62,5
Máxima	98,0	96,5	98,0	97,5	96,0	97,5

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.6 representa a distribuição das notas nas questões discursivas do Componente de Formação Geral. A moda desta distribuição ocorre no intervalo (60;70].

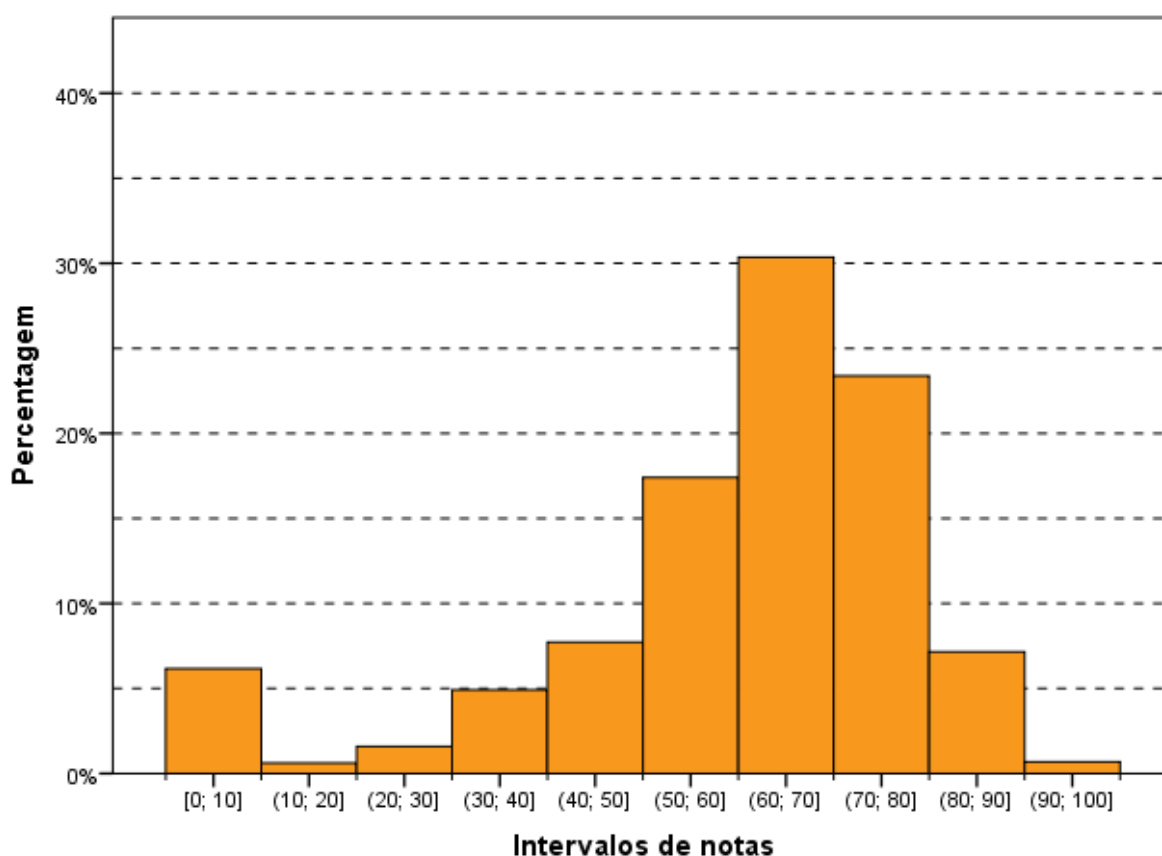


Gráfico 3.6 – Histograma das Notas das Questões Discursivas do Componente de Formação Geral – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Na sequência, os resultados verificados para cada uma das questões discursivas de Formação Geral serão apresentados, estabelecendo-se relações com os conteúdos abordados em cada uma delas. Os comentários da Banca de docentes corretores, a respeito do observado na correção das respostas dos estudantes, suas impressões e conclusões serão apresentados junto à análise de cada questão.

Cumprе esclarecer que, tendo em vista que as questões discursivas de Formação Geral são padronizadas, ou seja, constam de todas as provas, os comentários da Banca são os mesmos para todas as carreiras acadêmicas, sendo direcionados a todos os estudantes que participaram do Enade/2015.

A seguir, serão analisados os desempenhos da Área de Publicidade e Propaganda nas duas questões discursivas de Formação Geral do Enade/2015, comparando-se os resultados obtidos com comentários para cada questão.

3.3.1.1 Análise de Conteúdo da Questão Discursiva 1 do Componente de Formação Geral

Os dados de Publicidade e Propaganda, obtidos a partir das respostas à questão 1, encontram-se na Tabela 3.14 e no Gráfico 3.7. Nessa questão – de melhor desempenho dentre as duas de Formação Geral – os alunos, de todo o Brasil, tiveram *Média* 64,7. A maior *Média* para a questão 1 foi obtida nas regiões Norte e Sudeste (65,4), e a menor, na região Centro-Oeste (60,3). Quanto à variabilidade das notas, o *Desvio padrão* de todo o Brasil foi 22,5. O menor *Desvio padrão* foi obtido na região Norte (19,6), e o maior *Desvio padrão* foi obtido na região Centro-Oeste (26,4).

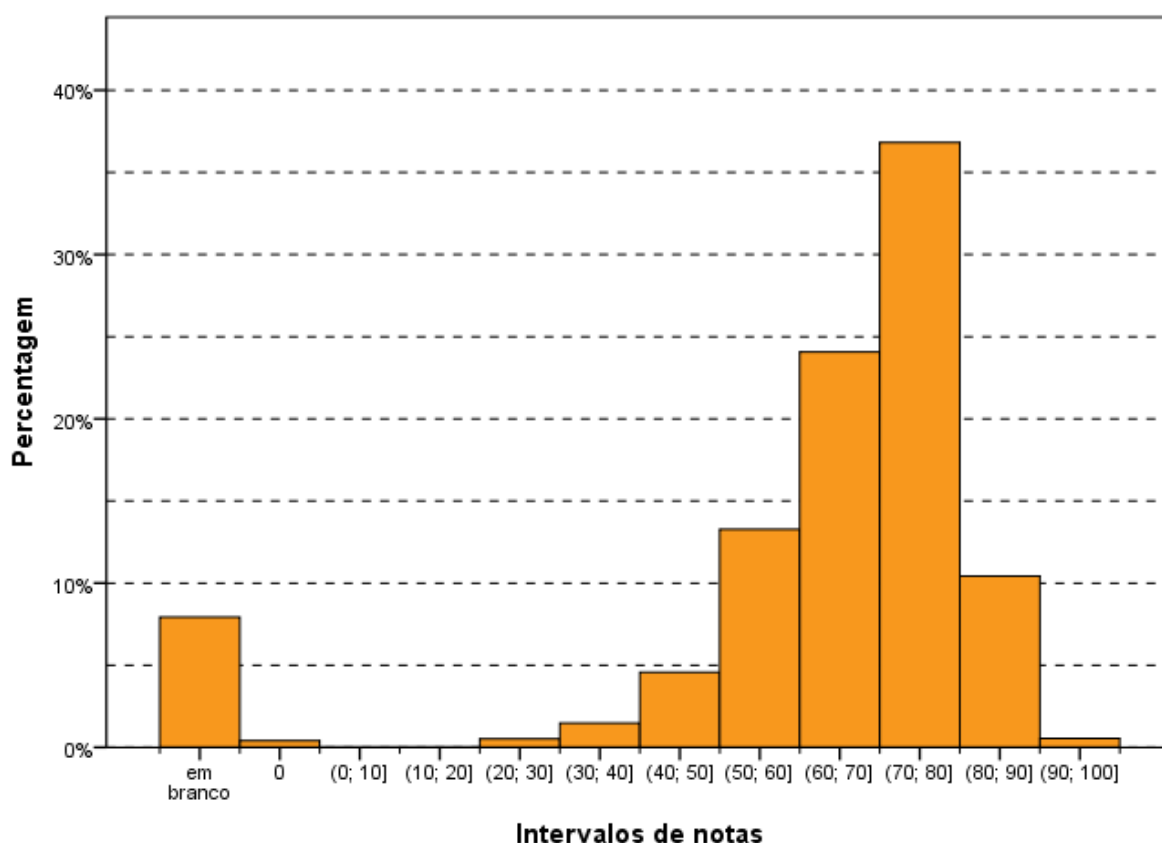
As medianas (70,0), as notas mínimas (0,0) e as notas máximas (100,0) foram as mesmas em quase todas as regiões do país, exceto a nota *Máxima* nas regiões Norte e Centro-Oeste (95,0 em cada).

Tabela 3.14 – Estatísticas Básicas das Notas de Conteúdo da Questão Discursiva 1 do Componente de Formação Geral por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	64,7	65,4	63,6	65,4	64,3	60,3
Erro padrão da média	0,2	1,1	0,6	0,2	0,5	0,8
Desvio padrão	22,5	19,6	23,6	21,8	23,0	26,4
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0	70,0
Máxima	100,0	95,0	100,0	100,0	100,0	95,0

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.7 mostra a distribuição das notas na questão discursiva 1 do Componente de Formação Geral. Observa-se que a maior frequência corresponde aos alunos que obtiveram nota dentro do intervalo (70; 80], correspondendo à moda da distribuição.



Intervalos de notas
Gráfico 3.7 – Histograma das Notas de Conteúdo da Questão Discursiva 1 do Componente de Formação Geral – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.3.1.2 Comentários sobre a correção de Conteúdo das respostas à Questão Discursiva 1

O enunciado da Discursiva 1 de Formação Geral estava claro e indicava um tema de extrema relevância, qual seja: a busca pela educação universal, especificamente, que apontava um caso onde ocorreu a discriminação de acesso ao ensino formal atingindo uma menina, representando a categoria das mulheres discriminadas em tantos campos da vida e, mais ainda, em sociedades que cultuam o poder soberano dos homens.

A linguagem utilizada foi clara, indicando a existência dos fatos vinculados à luta da menina Malala pelo acesso ao ensino formal das jovens do seu país, e o confronto ideológico que gerou o ataque à sua integridade física. Diante da repercussão internacional, houve o reconhecimento pelo prêmio Nobel, e a ONU resolveu apoiá-la como símbolo da luta pela igualdade entre os sexos buscando a universalização da educação.

O conteúdo está integrado às Diretrizes, vez que o acesso ao ensino formal está

vinculado ao direito constitucional à educação, que, também, é protegido pelo Estatuto da Criança e do Adolescente e nos pactos de Direitos Humanos aderidos pelo Brasil.

Por outro lado, o texto demandava uma reflexão sobre a realidade dos indivíduos que não têm acesso à educação e a situação das mulheres excluídas desse processo por segmentos da sociedade.

Como se tratava de texto contendo uma ampla gama de possibilidades, era natural a ocorrência de interpretações diversas das esperadas.

Releva notar que o enunciado pretendeu, primordialmente, identificar a questão de gênero, apontando para as dificuldades que as mulheres possuem, não somente no Brasil, mas em vários países do mundo.

Ao analisar as provas realizadas, constatamos que no item 'a' poucos foram os que identificaram os estatutos normativos indicados no padrão de resposta.

Essa ausência pode ser justificada tendo em vista que, no enunciado indicado, não existia elemento que pudesse ser utilizado pelo concluinte para embasar sua resposta nesse caminho.

As respostas foram mais gerais, identificando que a educação constitui um item fundamental para o desenvolvimento do indivíduo e que as mulheres sofrem mais com as limitações impostas por países com regime patriarcal, que discriminam o sexo feminino e, com frequência, proíbem as mulheres de frequentar a escola.

Deve-se ter em vista que a indicação de resposta que vinculava o texto aos estatutos normativos representou um raciocínio próprio dos estudantes de Direito que, naturalmente, encaminharam suas respostas para a fundamentação nessa linha identificando, não somente a Constituição, mas também leis, regulamentos, etc. Tal linha de argumentação não foi objeto da formação dos estudantes das demais áreas.

A maior parte dos concluintes estabeleceu o tema educação formal associado à busca pelo conhecimento, como acesso ao ensino, indicando a independência intelectual e o desenvolvimento da consciência crítica, limitando as manipulações e permitindo amplo acesso ao mercado de trabalho, traduzindo uma libertação econômica e ascensão social.

No tocante ao item 'b', restou claro que a maioria esmagadora das respostas confluiu para as indicações do padrão apresentado, sendo relevante o tema de igualdade de gênero, além de candente para as concluintes do sexo feminino que desenvolveram os textos de forma concatenada, fundamentada e, muitas vezes, lamentando que, nos dias atuais, ainda se discuta a necessidade de igualar os gêneros

na sociedade.

Nessa linha, foram identificadas respostas, consoante com o padrão apresentado, especialmente nos seguintes temas:

- violência física e psicológica contra a mulher, incluindo a Lei Maria da Penha, no caso específico do Brasil;
- tolerância/intolerância a vestimentas, trajes, comportamentos socialmente estereotipados;
- aspectos socioculturais que impõem à mulher uma condição de submissão na sociedade, tais como a impossibilidade de a mulher manifestar seus desejos e posicionamentos em algumas culturas, entre outros;
- igualdade/desigualdade de gênero, por exemplo no mercado de trabalho, em relação à desigualdade salarial;
- ideais de Liberdade, Igualdade e Fraternidade: referência a esses ideais como possibilidade de equilibrar as relações de poder entre homens e mulheres.

Em muitos casos, também, os concluintes fizeram um liame entre o acesso à educação e a melhora das relações entre homens e mulheres ao permitir que a conclusão de maior grau de educação formal permita o acesso a cargos públicos relevantes, empregos bem remunerados e posições de poder, tanto na área pública quanto na área privada.

Como as opções do segundo item foram mais amplas, o padrão de resposta identificou as linhas de pensamento adotadas pelos concluintes.

A maior parte das respostas identificou, claramente, o problema da relação de gênero e suas consequências na sociedade. Também foi frequente constatarem que existe efetiva melhora na situação das mulheres no Brasil, mas que tal movimento não ocorre em todo o mundo. Aliás, o exemplo de Malala conduziu a uma reflexão em âmbito mundial, e os concluintes apresentaram suas análises críticas à situação da mulher em países que não admitem sequer a sua inserção no plano educacional e, muito menos, no mercado de trabalho.

A maior parte dos concluintes apresentou concatenação lógica nas suas respostas e uma minoria, pouco expressiva, não demonstrou esse domínio de desenvolvimento lógico dos textos. Ressalte-se que essa referência não inclui a

utilização do padrão culto da língua portuguesa que tem avaliação própria.

3.3.1.3 Análise de Conteúdo da Questão Discursiva 2 do Componente de Formação Geral

A Tabela 3.15 mostra que o desempenho médio dos estudantes na questão discursiva 2 (média 58,1) foi inferior ao obtido na questão discursiva 1 (média 64,7). A região Norte foi aquela cuja *Média*, nessa questão, foi maior (61,1), e a de menor *Média* foi a região Centro-Oeste (53,4). Quanto à variabilidade das notas, o *Desvio padrão* de todo o Brasil foi 23,3, superior ao obtido na questão discursiva 1 (22,5). O maior desvio nessa questão foi obtido na região Centro-Oeste (26,8), enquanto o menor foi obtido na região Norte (21,2).

A *Mediana* de todo o Brasil foi 62,0, a mesma das regiões Nordeste e Sul, enquanto a maior *Mediana* foi encontrada nas regiões Norte e Sudeste (63,0 cada) e a menor, na região Centro-Oeste (61,0). As notas máximas (100,0) foram as mesmas em quase todas as regiões do Brasil, exceto nas regiões Norte (99,0) e Centro-Oeste (98,0). As notas mínimas (0,0) foram as mesmas em todas as regiões do Brasil, sem exceção.

Tabela 3.15 – Estatísticas Básicas das Notas de Conteúdo da Questão Discursiva 2 do Componente de Formação Geral por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	58,1	61,1	57,2	58,9	57,5	53,4
Erro padrão da média	0,2	1,2	0,6	0,2	0,5	0,8
Desvio padrão	23,3	21,2	24,3	22,6	23,6	26,8
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	62,0	63,0	62,0	63,0	62,0	61,0
Máxima	100,0	99,0	100,0	100,0	100,0	98,0

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.8 mostra a distribuição das notas na questão discursiva 2 do Componente de Formação Geral. Observa-se que a maior frequência corresponde aos alunos que obtiveram nota situada no intervalo (60; 70].

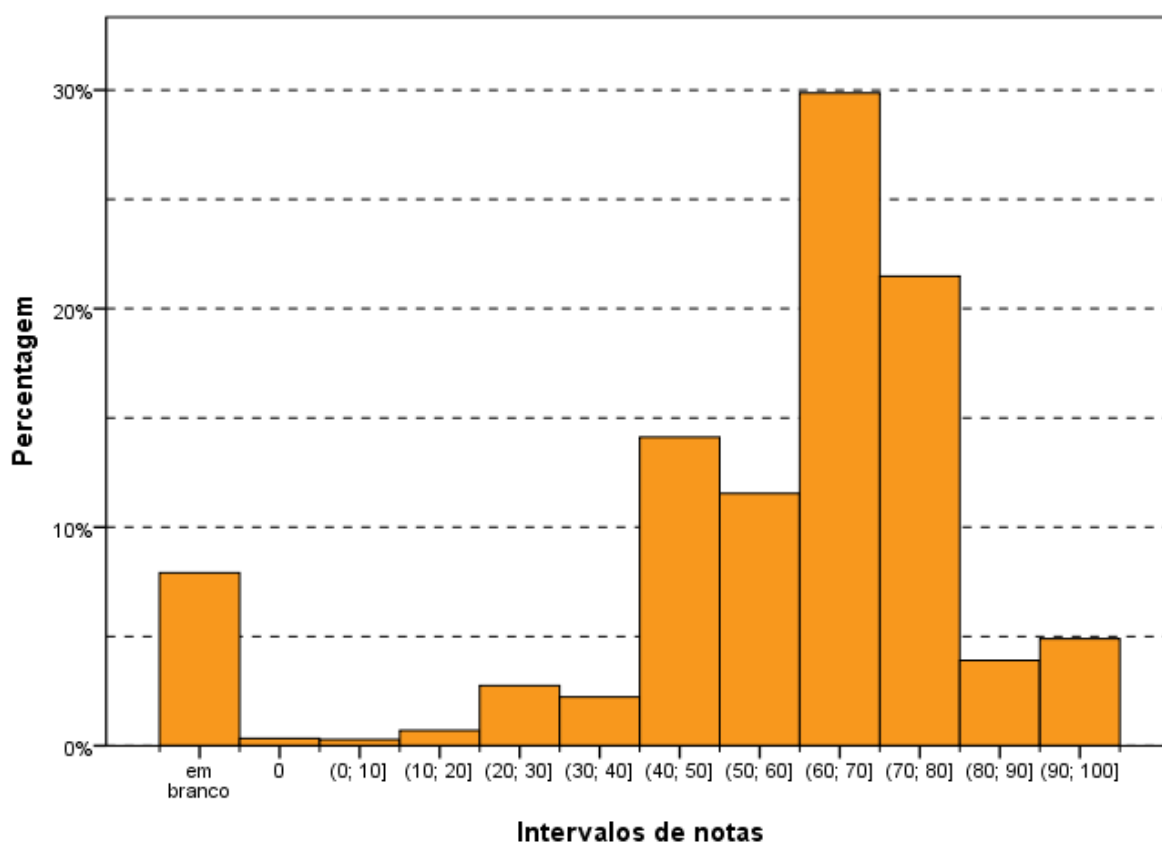


Gráfico 3.8 – Histograma das Notas de Conteúdo da Questão Discursiva 2 do Componente de Formação Geral – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.3.1.4 Comentários sobre a correção de Conteúdo das respostas à Questão Discursiva 2

O enunciado da Discursiva 2 estava, igualmente, claro, indicando um tema de extrema relevância, qual seja: o reconhecimento de manifestações artísticas nascidas na periferia, como integrante da cultura reconhecida pela sociedade.

A linguagem utilizada foi clara, indicando a análise dos fatos e suas consequências no cotidiano dos partícipes e o confronto com outras visões culturais que são consideradas mais adequadas pela sociedade civil.

O conteúdo está integrado às Diretrizes, vez que o aspecto cultural e sua inter-relação com o conhecimento haurido no nível superior é essencial para a compreensão de mundo do universitário concluinte, com reflexo na sua atuação profissional.

O texto demanda uma reflexão sobre a realidade dos indivíduos que não têm acesso aos itens básicos da sociedade, como educação, saúde, cultura tradicional e segurança e que, apesar disso, criam alternativas para o seu lazer.

A incorporação do funk como manifestação cultural e artística da sociedade brasileira encontrou, basicamente, duas correntes de resposta:

- os que aquiescem positivamente à integração;
- os que rejeitam, acerbamente, tal possibilidade. No meio, uma corrente que somente admite a integração com modificações na conduta dos integrantes do movimento, com a exclusão de letras exclusivamente com apelos sexuais e incitação à violência.

A interpretação positiva indica a origem da música na periferia, notadamente nas comunidades cariocas e sua projeção para o Brasil e o mundo. Nessa perspectiva, surge o reconhecimento como cultura popular comparada ao samba, axé e outros ritmos também nascidos no Brasil. Também ocorre comparação com o movimento hip-hop americano.

Já a análise negativa prioriza a vinculação do ritmo com traficantes, prostitutas, vilipêndio às mulheres, falta de controle quanto ao som, local dos eventos, transações sexuais em público, uso frequente de drogas, violência exacerbada. Faltam, para essa corrente, elementos básicos da cultura, tratando-se de música sem autonomia como movimento de mudança ou aspecto próprio.

A corrente intermediária reconhece o vínculo originário com as comunidades dominadas por quadrilhas de traficantes, mas admite o seu reconhecimento de acordo com a mudança dos atores que transitam na modalidade, como músicos, intérpretes, para adequar as letras das canções expurgando os aspectos considerados nocivos como o apelo sexual, as indicações positivas para a violência e apologia às drogas.

Um aspecto bastante criticado nas músicas dessa modalidade foi a exploração da mulher, entendida como um objeto de satisfação masculina. É relevante tal constatação, pois a questão pertinente à Malala reflete a luta pela valorização da mulher.

Os concluintes compreenderam a ideia que foi problematizada e escolheram uma estratégia adequada para solucioná-la.

O caráter dinâmico da cultura foi comumente expressado, não através do enfrentamento abordado no texto, mas mediante a indicação (de forma rasa e genérica) das dificuldades e consequente aceitação social de manifestações culturais, antes marginalizadas e que hoje integram o acervo cultural nacional, tais como: samba, grafite, capoeira e forró.

Quanto às reflexões de Laraia, a grande maioria reconheceu o funk como manifestação cultural, porém, o identificou mais na sua expressão musical, no balanço

de seu ritmo, tecendo contundentes críticas, e mesmo forte discordância quanto ao conteúdo e mensagem das letras quando remetem à depreciação da imagem feminina ou induzem à apologia ao crime.

De resto, os textos abordaram bem mais o item dois do padrão de Respostas. Uma minoria enfrentou os temas mudança e dinamismo cultural.

As respostas da corrente positiva indicam que o preconceito sempre acompanhou as manifestações populares como o samba, na sua origem. Admitem que diante da miscigenação surgem movimentos culturais de várias naturezas, o que inclui o funk. Também indicam a dificuldade de lazer dos membros das comunidades o que faz surgirem eventos para preencher essa necessidade. Nesse âmbito, apontam a música como alternativa de ascensão social e integração aos bens de consumo.

As respostas da corrente negativa vinculam a música ao tráfico de drogas cujos elementos comandam as comunidades, propiciando que os bailes sejam mecanismos de venda e consumo dessa mercadoria ilícita. Na mesma toada, indicam a vinculação com a exploração sexual, principalmente das mulheres maiores e menores de idade. Indicam aspectos imorais nas letras. Apresentam os locais dos bailes como inadequados e provocadores da desordem pública. Recusam que músicas com discriminação às mulheres sejam consideradas como cultura.

A corrente intermediária indica a possibilidade de adoção do funk como cultura desde que ocorram modificações nas letras e no comportamento dos atores (músicos, letristas e público), retirando os aspectos negativos já apontados. Fala-se em “funk do bem”.

A maior parte das respostas apresentadas indica que os concluintes têm conhecimento dos conflitos sociais e, no caso da questão do funk, conseguem identificar a origem popular da música. A partir daí é que ocorre a cisão entre os que defendem o movimento como cultura, aduzindo a ascensão social dos artistas envolvidos dos que vinculam a música com atos ilícitos, rejeitando sua inserção no âmbito cultural. Em algumas provas, há dificuldade de concatenação lógica de raciocínio, mas a maior parte consegue desenvolver o texto de forma razoável.

Essa questão permite visualizar a divisão social com os pensamentos liberais e conservadores, sendo bastante claros nas respostas dos concluintes.

3.3.1.5 Análise de Língua Portuguesa das Questões Discursivas do Componente de Formação Geral

Os dados de Publicidade e Propaganda, obtidos a partir das respostas às questões discursivas do Componente de Formação Geral, no que tange à Língua Portuguesa, encontram-se na Tabela 3.16 e no Gráfico 3.9. Nesse aspecto, os alunos, de todo o Brasil, tiveram *Média* 59,0. A maior *Média* com respeito à Língua Portuguesa foi obtida na região Norte (61,7), e a menor, na região Centro-Oeste (54,8). Quanto à variabilidade das notas, o *Desvio padrão* de todo o Brasil foi 20,8. O menor *Desvio padrão* foi obtido na região Norte (18,5) e o maior *Desvio padrão* foi obtido na região Centro-Oeste (24,0).

A *Mediana* das notas de Língua Portuguesa foi 63,5, a mesma obtida na região Nordeste, enquanto a maior e menor medianas foram obtidas, respectivamente, nas regiões Norte (65,5) e Centro-Oeste (61,5). A nota *Máxima* para todo o Brasil foi de 99,0, com, pelo menos, um aluno tirando essa nota nas regiões Nordeste e Sudeste. Além disso, a nota *Mínima* foi zero em todas as regiões do país, sem exceção.

Tabela 3.16 – Estatísticas Básicas das Notas de Língua Portuguesa das Questões Discursivas do Componente de Formação Geral por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	59,0	61,7	58,4	59,7	58,2	54,8
Erro padrão da média	0,2	1,0	0,5	0,2	0,4	0,8
Desvio padrão	20,8	18,5	21,7	20,2	21,2	24,0
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	63,5	65,5	63,5	64,0	63,0	61,5
Máxima	99,0	98,0	99,0	99,0	98,0	98,5

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.9 mostra a distribuição das notas de Língua Portuguesa do Componente de Formação Geral. Observa-se que a maior frequência (quase 30%) corresponde aos alunos que obtiveram nota no intervalo (60; 70].

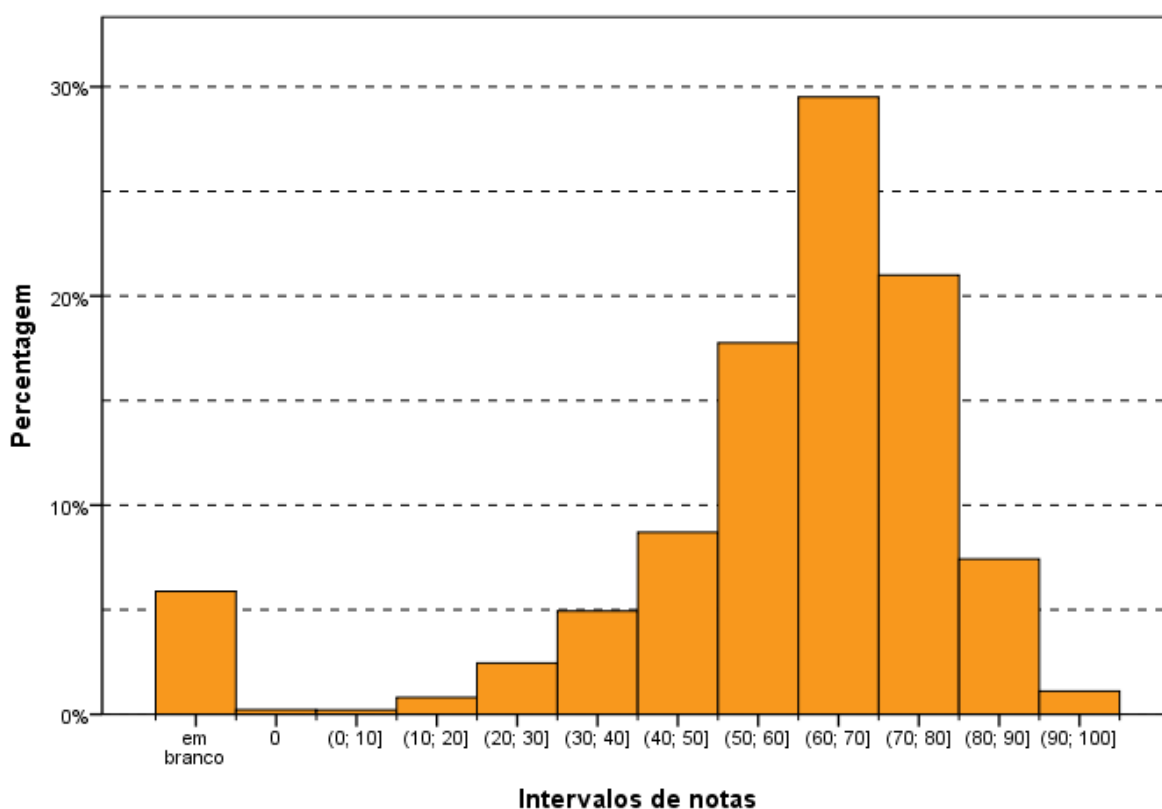


Gráfico 3.9 – Histograma das Notas de Língua Portuguesa das Questões Discursivas do Componente de Formação Geral – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.3.1.6 Comentários sobre a correção das respostas de Formação Geral com respeito à Língua Portuguesa

Ao encaminhar as questões 1 e 2 na direção da produção de um texto dissertativo, espera-se que o participante utilize seus conhecimentos sobre o assunto e estruture seus textos de acordo com as exigências do registro formal próprio dessa situação comunicativa. Essa configuração determina exigências quanto: à adequação da seleção vocabular, ao desenvolvimento do conteúdo, à estruturação sintática dos períodos, à organização lógica das ideias, à utilização de procedimentos de encadeamento textual e referenciação, à obediência às exigências morfosintáticas próprias da modalidade escrita da norma-padrão, ao respeito às regras ortográficas e às regras de acentuação gráfica.

O padrão de resposta utilizado na avaliação das questões 1 e 2 considerou os aspectos relevantes ao bom desempenho linguístico como competências distintas, de modo a permitir um mapeamento detalhado do domínio dos recursos disponíveis na Língua Portuguesa para a comunicação escrita formal.

Com base nesse objetivo, foram avaliados os seguintes aspectos:

- a) Estruturação textual condizente com o gênero solicitado (texto dissertativo) e o modo de organização textual expositivo adequado ao gênero – essa competência envolve:
- distribuição do conteúdo do texto em parágrafos, de modo a garantir a sua organização temática;
 - estruturação sintática condizente com o padrão da modalidade escrita formal da língua portuguesa de modo a garantir a clareza necessária;
 - utilização de operadores discursivos que contribuam para a progressão temática do texto, estabelecendo relações lógicas entre as ideias apresentadas, tanto do ponto de vista intrafrasal, como do interfrasal;
 - utilização de procedimentos de referência lexical e pronominal que permitam a retomada de referentes textuais;
 - utilização de sinais de pontuação que contribuam para a organização lógica da frase e do texto.

Espera-se, portanto, que o participante recorra a procedimentos linguístico-discursivos para organizar seu texto, permitindo o encadeamento lógico entre suas partes de forma a garantir a progressão e a coerência textual. Isso significa que os seguintes procedimentos foram penalizados, de acordo com o padrão de resposta proposto:

- elaboração de frases fragmentadas que comprometam a estrutura lógico-gramatical do texto;
 - sequência justaposta de ideias sem encaixamentos sintáticos, reproduzindo hábitos da oralidade;
 - elaboração de frase com apenas oração subordinada, sem oração principal;
 - emprego equivocado do conector (preposição, conjunção, pronome relativo, alguns advérbios e locuções adverbiais) que não expresse a relação lógica adequada entre dois trechos do texto e prejudique a compreensão da mensagem;
 - repetição ou substituição inadequada de palavras sem se valer dos recursos oferecidos pela língua (pronome, advérbio, artigo, sinônimo);
 - utilização inadequada dos sinais de pontuação comprometendo a clareza textual.
- b) Respeito às convenções ortográficas da norma-padrão da Língua Portuguesa – essa competência envolve o domínio das regras de acentuação gráfica e da

grafia padrão das palavras (com ausência de abreviaturas próprias da linguagem da internet), de acordo com as convenções estabelecidas pela legislação em vigor e consubstanciadas no Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa, editado pela Academia Brasileira de Letras (com aceitação da legislação anterior, no caso das regras relativas ao uso do hífen e da acentuação gráfica, já que o exame foi realizado no mês de novembro de 2015). A competência relativa ao respeito às convenções ortográficas envolve:

- grafia correta das palavras;
- respeito às regras de acentuação gráfica;
- emprego de maiúsculas em início de frase, em nomes próprios de pessoas, lugares ou instituições;
- ausência de abreviações como p/, vc, tb, pq, tá, né, usadas muitas vezes em escrita informal e na internet;
- obediência às regras de separação de sílabas no final da linha.

c) Domínio dos diferentes aspectos morfossintáticos próprios da modalidade escrita formal da norma-padrão da Língua Portuguesa – os itens relacionados a essa competência são: a concordância nominal, a concordância verbal, a regência nominal, a regência verbal, a flexão nominal, a flexão verbal, a correlação entre os tempos verbais, a colocação pronominal. O domínio dessa competência envolve:

- flexão do verbo para estabelecer concordância de número com o sujeito da frase;
- flexão do artigo, do adjetivo e do pronome para concordar em número e em gênero com o substantivo a que se referem;
- respeito à regência nominal e à verbal, utilizando a preposição adequada depois de um substantivo, de um verbo ou de um adjetivo; emprego da preposição antecedendo o pronome relativo e emprego adequadamente os pronomes relativos “cujo(a)” e “onde”;
- emprego adequado do acento grave indicador da crase entre uma preposição e um artigo (a+a);
- atendimento às regras de colocação pronominal (próclise e ênclise), distintas dos hábitos da oralidade ou da escrita informal.

d) Seleção vocabular adequada à modalidade escrita formal da Língua Portuguesa, exigida pela situação comunicativa – essa competência envolve a precisão na utilização do vocabulário relacionado à temática solicitada pela questão; a ausência de marcas da oralidade, como termos de sentido muito genérico

(“coisa”, “negócio”, “você”) e termos de registros mais informais (como gírias, jargões, frases feitas, ditados populares, termos regionais). Assim, espera-se que o participante respeite a adequação vocabular não empregando gírias ou expressões coloquiais, evite repetição desnecessária de palavras e utilize um vocabulário mais formal, como solicitado por um texto dissertativo.

A escolha dessas competências para subsidiar o processo de avaliação apoia-se na concepção de que, no desempenho dos graduandos, a modalidade escrita tem apresentado uma intensa simplificação, originada no padrão da modalidade oral da Língua Portuguesa. No caso do texto de base dissertativa, inscrito em um registro formal, a distância entre as duas modalidades é ainda maior, o que provoca situações de hipercorreção (desvios provocados pela utilização inadequada de uma regra da norma-padrão) e de truncamentos sintáticos (estruturas frasais incompreensíveis devido à complexidade sintática própria da modalidade escrita).

Observam-se, então, os seguintes aspectos que marcam essa distinção entre as duas modalidades, devido à excessiva simplificação da modalidade falada:

- a) redução drástica de estruturas subordinadas, compensada pelo aumento na frequência de estruturas coordenadas e absolutas, por um lado, ou pela elaboração de estruturas truncadas pelo excesso de ideias sem a devida conexão subordinativa;
- b) redução no uso de operadores argumentativas para expressar relações lógicas essenciais à construção do texto, substituídas pela exigência de inferência por parte do interlocutor para suprir a sua ausência;
- c) redução do uso do subjuntivo, ao lado da ampliação do uso do indicativo combinado a estruturas frasais coordenadas ou absolutas;
- d) empobrecimento do processo de referenciação, com a repetição de pronomes ou nomes;
- e) simplificação extrema da marcação da categoria tempo na morfologia verbal;
- f) falta de domínio de vocabulário mais abstrato e de maior complexidade, essencial ao desenvolvimento do processo dissertativo;
- g) redução drástica no emprego da acentuação gráfica, processo intensificado pela intensa utilização das redes sociais.

Os aspectos macroestruturais da elaboração do texto não foram avaliados neste processo porque dizem respeito à avaliação do conteúdo. Portanto, a banca de Formação Geral, composta por profissionais de diferentes áreas do conhecimento, se

encarregou da avaliação do atendimento ao solicitado no enunciado das questões do ponto de vista do desenvolvimento do conteúdo.

A avaliação do desempenho linguístico considerou, portanto, três grandes grupos de competências, segundo os aspectos explicitados anteriormente:

- a) domínio das convenções ortográficas: grafia de vogais e consoantes, uso de maiúsculas e minúsculas, emprego do hífen e acentuação gráfica;
- b) domínio dos procedimentos de estruturação textual do ponto de vista microestrutural: organização interna dos períodos, emprego de conectores para a articulação lógica entre os períodos e entre os parágrafos, emprego de marcas de referenciação lexical e pronominal; utilização dos sinais de pontuação que contribuem para a organização lógica da frase.
- c) domínio das regras de caráter morfossintático estabelecidas como modelares do ponto de vista da modalidade escrita formal da norma-padrão da Língua Portuguesa: concordância nominal e verbal, regência nominal e verbal, colocação pronominal, flexão nominal e verbal, correlação entre tempos e modos verbais, ausência de marcas de oralidade. A seleção vocabular adequada à modalidade escrita formal da Língua Portuguesa foi incorporada à essa última competência, tendo em vista a intersecção entre as duas do ponto de vista das exigências do registro formal da modalidade escrita da norma-padrão.

Apresenta-se, a seguir, o padrão de resposta aprovado pelo Inep e já utilizado na avaliação do desempenho linguístico das questões 1 e 2 de Formação Geral no Enade/2013 e no Enade/2014. Às competências, reunidas nos três grupos descritos anteriormente, foram atribuídos os seguintes pesos relativos: aspectos ortográficos (20%); aspectos textuais (40%), aspectos morfossintáticos e vocabulares (40%).

Com base na avaliação do processo desenvolvido nos dois anos anteriores, utilizaram-se quatro níveis para a avaliação do desempenho linguístico nas três competências. O nível zero ficou reservado para casos especiais, como fuga total ao tema, palavras soltas, produção de uma frase incompleta, entre outros.

A avaliação das respostas elaboradas pelos participantes revelou um resultado coerente na comparação entre as duas questões. Entretanto, em relação aos resultados do Enade/2014, observou-se uma melhora do domínio de todas as competências, talvez devido ao perfil dos cursos analisados, como Direito e Jornalismo, que pressupõem a utilização profissional da linguagem.

Observou-se uma diferença no desempenho dos participantes em relação às duas questões discursivas, provavelmente em função dos temas solicitados:

- a Questão 1 solicitava que o participante desenvolvesse um texto dissertativo sobre o significado da premiação de Malala, abordando dois aspectos: o direito das jovens à educação formal e as relações de poder entre homens e mulheres no mundo. Esse encaminhamento favoreceu o desenvolvimento mais articulado do texto, o que se refletiu em melhor desempenho dos aspectos vocabulares e textuais.

- a Questão 2 solicitava que o participante desenvolvesse um texto dissertativo para discutir a questão do reconhecimento do *funk* como legítima manifestação artística e cultural do povo brasileiro. Por ser um tema muito polêmico, o tema do preconceito sócio-cultural-econômico favoreceu a construção de textos mais críticos, dividindo o conjunto de participantes em dois grupos: os que defendiam esse tipo de manifestação artística como legítima e os que a criticavam de maneira veemente, chegando, inclusive, a utilizar muitos termos de baixo calão. Essa última atitude teve como consequência a elaboração de textos mal desenvolvidos do ponto de vista sintático-discursivo, com muitos truncamentos.

Os resultados revelaram essa diferença. Ao analisar os dados de cada questão, constata-se que a Questão 1 teve maior número de questões de médio ou bom desempenho, em relação à Questão 2. Por outro lado, a Questão 2 apresentou um índice maior de notas baixas em relação à Questão 1.

Os resultados da avaliação correspondem aos seguintes aspectos observados em cada competência:

- a) aspectos ortográficos: o desempenho dos participantes revelou uma diferença muito grande nos dois aspectos analisados: baixo índice de desvios ortográficos e grande índice de desvios de acentuação. Em vários casos, ocorre ausência completa de acentuação gráfica.

Os resultados revelam que a tendência dominante entre os universitários brasileiros é a eliminação da acentuação gráfica, talvez motivada pelos hábitos relacionados às redes sociais e pela ausência de esclarecimento dos meios de comunicação, das autoridades e das escolas sobre as decisões do Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa de 1990. Os casos mais sistemáticos de eliminação do acento indicador da sílaba tônica são:

- palavras proparoxítonas (“proximos”, “políticos”);
- palavras paroxítonas terminadas em ditongo crescente (“necessario”,

“noticiários”, “indivíduo”, “dependência”, “vários”, “própria”);

- palavras oxítonas (“ninguém”, “esta”, “ate”, “também”, “alvara”);
- uso indevido do acento gráfico em palavras como “gênero”, “melancolia”, por exemplo.

Quanto ao domínio das convenções relativas à grafia das palavras, observam-se desvios como:

- I. hipercorreção pela escolha de “e” no lugar de “i” ou de “i” no lugar de “e”, por influência de hábitos da oralidade (“descriminação” por “discriminação”, “entervenção” por “intervenção”, “esteriotipada” por “estereotipada”);
- II. eliminação do “r” marcador do infinitivo verbal (“esta” no lugar de “estar”, “estuda” no lugar de “estudar”).
- III. eliminação de uma sílaba na palavra “educação”, que foi grafada “edução” por um grande número de participantes.
- IV. outros casos de desvios de grafia relacionados à variação diastrática podem ser observados em “estrupe”, “subjugadas”, “precoseito”, “sobre”, “vecendo”, “indesencia”, “apolojia”, “fulga”.
- V. desvios de segmentação podem ser atribuídos à confusão entre o morfema gramatical “mos” e o pronome oblíquo “nos”, em “chegar mos”, “enfrentar-mos”.
- VI. inadequação no uso da maiúscula para destacar determinadas palavras-chave do texto, como “Violência”, “Brasileiros”. Destaque-se, também, o grande número de participantes que grafam os textos inteiramente em caixa alta.

Vale observar, também, que, ao contrário do que se esperava, não apareceram abreviaturas próprias do “internetês”, relacionado ao uso de redes sociais e emails.

- b) aspectos textuais: esta competência é a que se revela como a mais problemática entre os participantes, porque são muitos os problemas observados, desvios acumulados durante toda a formação do estudante: sequência justaposta de ideias sem encaixamentos sintáticos; redução drástica de estruturas subordinadas, ao lado do aumento na frequência de estruturas coordenadas e absolutas; redução no uso de conectores para expressar relações lógicas essenciais à construção do texto, substituídas pela exigência de inferência por parte do interlocutor para suprir a sua ausência; emprego equivocado de operadores que não estabelecem relações lógicas coerentes entre ideias do texto; emprego inadequado do pronome relativo (com omissão da preposição ou

a utilização de pronome inadequado, como “onde”); repetição exaustiva de termos sem a utilização de procedimentos mais sofisticados de substituição (hiperonímias, hiponímias, nominalizações, expressões metafóricas); frases fragmentadas que comprometem a estrutura lógico-gramatical; frases formadas apenas por oração subordinada, sem oração principal.

Um importante aspecto a destacar é o baixíssimo desempenho de uma parte dos participantes em relação à estrutura formal do texto produzido, o que é extremamente preocupante ao se levar em conta que são graduandos em fase final de formação. São frequentes os casos de desvios de estruturação frasal, com uso inadequado ou ausência de conectivos entre parágrafos e entre frases. Em uma parte dos textos, falta um mínimo de textualidade e de domínio do registro padrão da língua. Na verdade, observam-se relações linguísticas quase agramaticais, como as estabelecidas pela sequência de gerúndios sem o apoio de um ponto de partida para a organização das informações gramaticais e semânticas.

Observou-se que uma grande parte dos participantes não organizou as ideias em parágrafos, talvez devido ao pequeno número de linhas disponibilizadas para a resposta da questão ou, quem sabe, pela suposição de que não seria necessária essa divisão por não se tratar de um texto no modelo de uma redação dissertativo-argumentativa, como solicitado nos vestibulares.

Quanto à utilização dos mecanismos de referência, deve-se destacar a ocorrência, em uma boa parte dos textos, de repetições de palavras ou expressões sem a utilização de termos sinônimos ou pronomes, como seria adequado. Outro aspecto relevante a ser destacado é a quase total ausência de operadores argumentativos, tanto intrafrasais como interfrasais, repercutindo uma tendência atual da mídia escrita.

Quanto à utilização dos sinais de pontuação, observou-se uma grande precariedade nos textos analisados. É muito frequente a ocorrência de parágrafos sem marca interna de pontuação para separar os períodos. Vale observar que não foi penalizada a ausência de vírgula para destacar locuções ou adjuntos adverbiais de pequena extensão deslocados de posição na frase, por ser um uso opcional. São os seguintes os tipos de problemas encontrados:

- I. vírgula: utilização de vírgula para separar o sujeito e o predicado; ocorrência de apenas uma das vírgulas para separar uma palavra, uma expressão ou uma oração encaixada; uso de vírgula no lugar do ponto para separar ideias que constituem períodos distintos;
- II. ponto e vírgula: utilização do ponto e vírgula no lugar de vírgula;

III. ponto final: ausência de ponto final para separar períodos.

- c) aspectos morfofossintáticos e vocabulares: os resultados são muito transparentes em relação aos aspectos mais problemáticos no desempenho dos participantes. O desvio mais frequente, em relação à regência, é a falta do sinal indicativo da crase – isso revela que o usuário não tem consciência de que, sob a forma do termo “a”, existe a presença de uma preposição “a”, exigida pela regência do termo anterior, e de um artigo definido. Embora em outros exames, como o Enem, a falta de crase seja penalizada em acentuação, nesta avaliação esse desvio foi considerado no âmbito dos aspectos morfofossintáticos.

Outro problema relacionado à regência verbal e à nominal, encontrado frequentemente nas questões, foi a ausência de preposição antes de pronome relativo, processo generalizado na modalidade oral da língua, em situações de registro informal. Apesar da possibilidade de que essa alteração de regência se generalize no padrão escrito da Língua Portuguesa, como já está ocorrendo até em textos jornalísticos, o não emprego da preposição foi penalizado neste processo de avaliação.

Outro desvio muito frequente diz respeito aos processos de concordância verbal e de concordância nominal. Quanto à concordância de número, observou-se ausência de marca com sujeito posposto ou uso indevido (uso inadequado da marca de plural comandado pelo núcleo plural da locução adjetiva, apesar de o substantivo que funciona como núcleo do sintagma nominal estar no singular). Uma ocorrência generalizada foi a ausência de acento circunflexo na forma plural do presente do indicativo do verbo “ter”, que foi considerada como um desvio na concordância verbal e não na acentuação gráfica. Quanto à concordância de gênero, vários casos foram observados, normalmente no âmbito de sintagmas nominais longos, em que o adjetivo está afastado do substantivo.

Quanto à questão da colocação pronominal, foram poucos os desvios observados. Apesar de serem aspectos relacionados à oralidade, concluiu-se que, no registro escrito formal, a maioria dos participantes já incorporou regras como a não introdução da frase por um pronome oblíquo e a próclise na presença de um termo atrator. Não se adotou, entretanto, o padrão excessivamente formal descrito pelas gramáticas normativas em relação à posição do pronome oblíquo em locuções verbais, já que esse uso está muito distante da prática cotidiana, até em textos mais formais.

Quanto aos aspectos vocabulares, alguns tipos de inadequação foram observados, principalmente na Questão 2, relacionada ao funk: expressões da oralidade, seleção vocabular incompatível com o contexto, gerando situações de falta

de inteligibilidade; falta de domínio de vocabulário mais abstrato e de maior complexidade, essencial ao desenvolvimento do texto de base dissertativa. Ainda em função da temática desenvolvida na Questão 2, foi significativa a presença de palavras de baixa calão, por retratar um universo cultural específico. Os textos que continham esse tipo de vocabulário foram considerados inadequados em função do registro formal exigido e foram avaliados com grau zero.

Várias marcas de oralidade foram identificadas, embora não em alta frequência: o uso do pronome relativo “onde” como relativo universal, falta de artigo definido antes de substantivo, repetição de palavras por falta de vocabulário, reduções como “tá” e “pra”, expressões informais.

3.3.2 Componente de Conhecimento Específico

Na parte da prova relativa às questões discursivas do Componente de Conhecimento Específico (Tabela 3.17), observa-se que a *Média* foi bem mais baixa do que para as questões discursivas do Componente de Formação Geral. Enquanto no Componente de Formação Geral a *Média* para estudantes de Publicidade e Propaganda de todo o Brasil foi 59,6, na parte de Conhecimento Específico a *Média* foi 19,9. A maior *Média* deste componente foi obtida pelos estudantes da região Sudeste (20,4), e a menor, pelos da região Centro-Oeste (17,8). Quanto à variabilidade das notas, o *Desvio padrão* de todo o Brasil foi 13,4. O maior *Desvio padrão* foi encontrado na região Centro-Oeste (13,9), e o menor, na região Norte (12,4).

A maior nota *Máxima* foi obtida nas regiões Sudeste e Centro-Oeste (73,3), enquanto a menor nota *Máxima* foi encontrada na região Norte (60,0). Além disso, a nota *Mínima* (0,0) foi obtida por pelo menos um aluno em todas as regiões do Brasil, sem exceção. A *Mediana* do Brasil como um todo foi 20,0, a mesma obtida nas regiões Norte, Sudeste e Sul, enquanto nas demais regiões foi 16,7.

Tabela 3.17 – Estatísticas Básicas das Notas das Questões Discursivas do Componente de Conhecimento Específico por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	19,9	20,0	18,3	20,4	19,9	17,8
Erro padrão da média	0,1	0,7	0,3	0,1	0,3	0,4
Desvio padrão	13,4	12,4	13,4	13,3	13,8	13,9
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	20,0	20,0	16,7	20,0	20,0	16,7
Máxima	73,3	60,0	66,7	73,3	70,0	73,3

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.10 representa a distribuição das notas nas questões discursivas no Componente de Conhecimento Específico. A moda desta distribuição ocorre no primeiro intervalo, [0;10]. Nota-se que a distribuição é decrescente.

A análise de cada uma destas questões será feita a seguir.

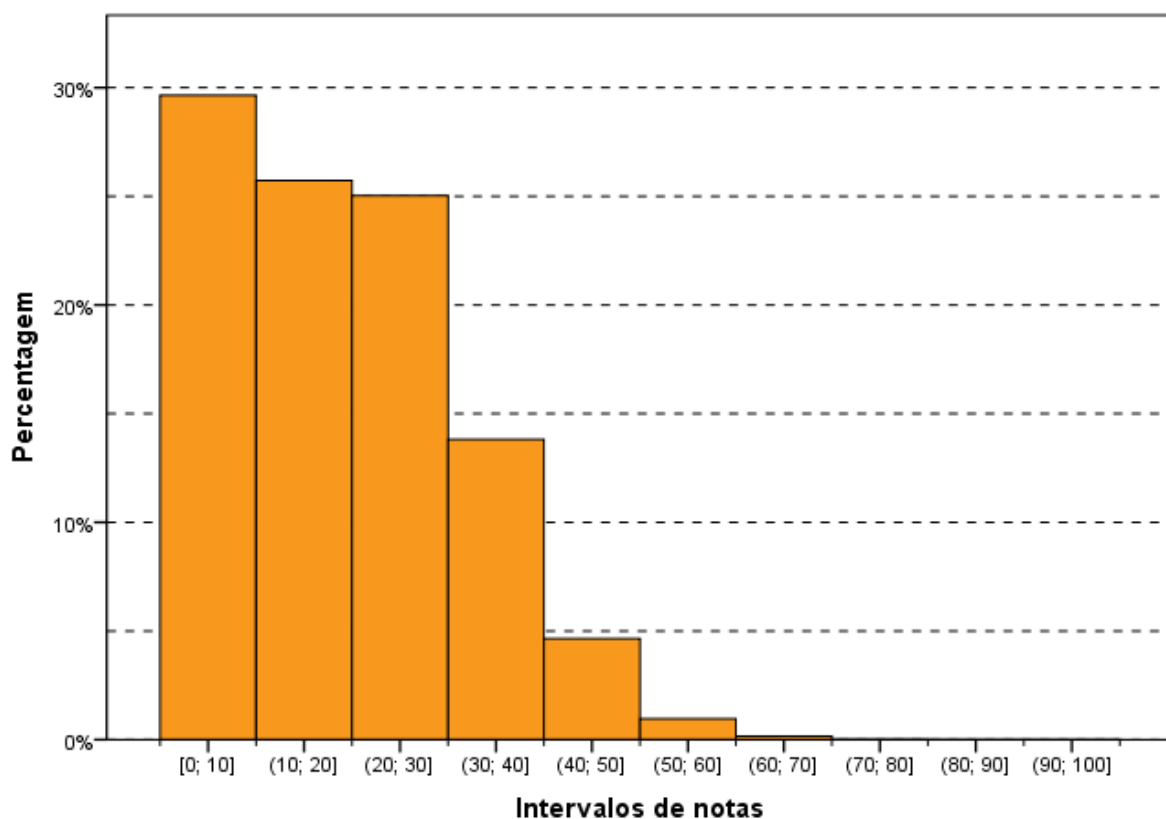


Gráfico 3.10 – Histograma das Notas das Questões Discursivas do Componente de Conhecimento Específico – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.3.2.1 Análise da Questão Discursiva 3 do Componente de Conhecimento Específico

Na questão 3, cujos resultados aferidos encontram-se descritos na Tabela 3.18, a *Média* dos estudantes de todo o Brasil foi 13,4. O desempenho dos estudantes de todo o Brasil nesta questão foi mais baixo dentre as três questões discursivas desse componente. A menor *Média* nessa questão foi obtida pelos alunos da região Nordeste (11,2), enquanto a maior *Média* foi obtida na região Sudeste (13,9). Quanto à variabilidade das notas, o *Desvio padrão* de todo o Brasil foi 15,0. O maior *Desvio padrão* foi obtido na região Centro-Oeste (15,3), enquanto o menor foi obtido na região Nordeste (13,6).

As medianas (10,0), as notas mínimas (0,0) e as notas máximas (90,0) foram as mesmas em quase todas as regiões do país, exceto a nota *Máxima* nas regiões Norte (80,0) e Nordeste (70,0).

Tabela 3.18 – Estatísticas Básicas das Notas da Questão Discursiva 3 do Componente de Conhecimento Específico por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	13,4	13,1	11,2	13,9	13,6	12,1
Erro padrão da média	0,1	0,8	0,3	0,2	0,3	0,5
Desvio padrão	15,0	14,6	13,6	15,2	15,2	15,3
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0
Máxima	90,0	80,0	70,0	90,0	90,0	90,0

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.11 mostra a distribuição das notas na questão discursiva 3, do Componente de Conhecimento Específico da área de Publicidade e Propaganda. Sem levar em consideração que mais de 20% dos estudantes deixaram a questão em branco, essa distribuição é unimodal com moda no intervalo (0; 10].

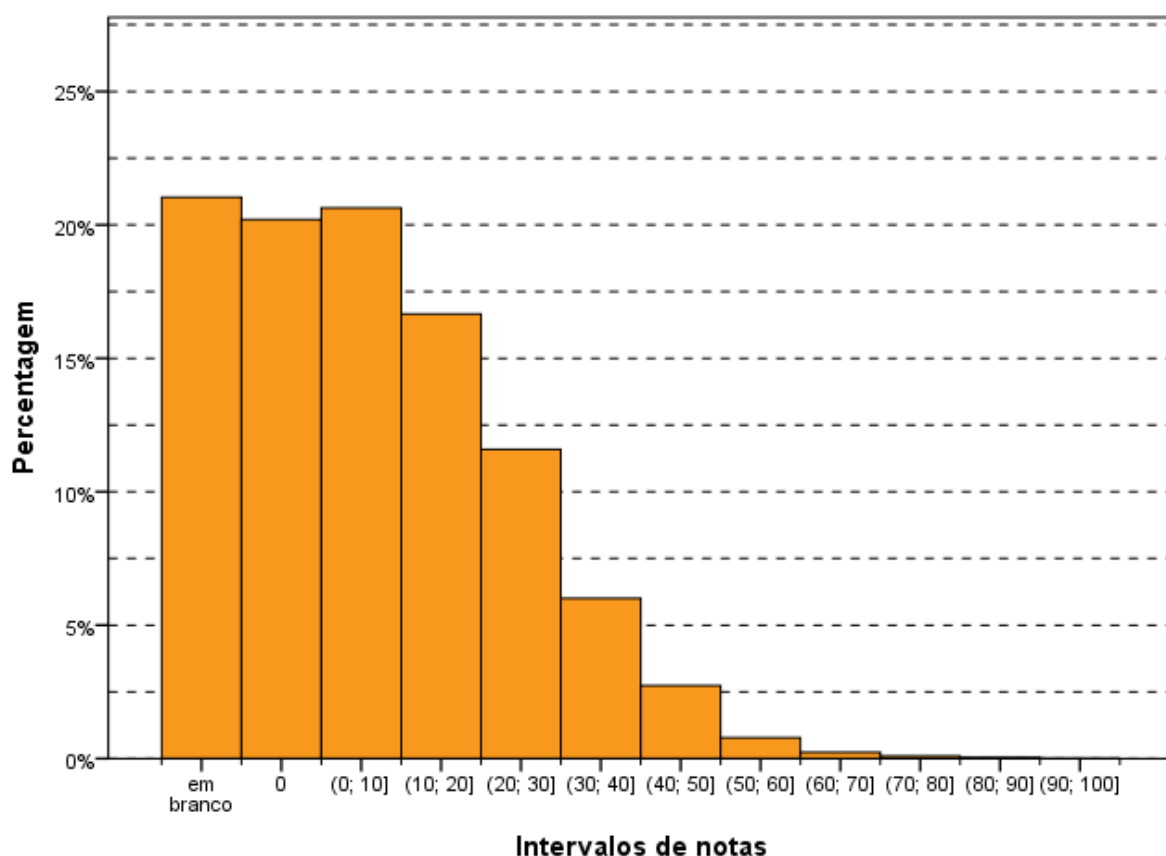


Gráfico 3.11 – Histograma das Notas da Questão Discursiva 3 do Componente de Conhecimento Específico – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.3.2.2 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 3

A questão 3 da parte discursiva e específica de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda se insere no conteúdo curricular “I - Teorias e História da Comunicação”, descrito na Portaria Inep nº 222 em seu artigo 7º. Trata-se de uma questão que se desdobra em duas perguntas. O item ‘a’ pede para o concluinte abordar a formulação conceitual, “o meio é a mensagem”, de um dos mais importantes teóricos da comunicação, Marshall McLuhan, na qual o pensador canadense sublinha ser o meio de transmissão um elemento constitutivo e determinante da comunicação, pois a forma de transmissão condiciona o conteúdo e constrói seu sentido. O item ‘b’ solicita uma reflexão sobre uma discussão de Manuel Castells, a partir do trabalho de McLuhan, e que está presente em sua obra “A Sociedade em Rede”.

A questão, apesar de abordar um tópico fundamental para a formação dos profissionais de comunicação, é complexa, constituindo-se na mais difícil entre as questões específicas da área. O egresso, provavelmente, teve contato com tal conteúdo no início do curso. No entanto, perto de sua formatura, está mais voltado para os

conhecimentos práticos e aplicáveis, podendo ter esquecido conteúdos estudados no início da graduação.

Em relação ao artigo 5º da Portaria do Inep nº 222, a questão pretende ser crítica e reflexiva, com formação humana, científica e técnica, que torne o futuro profissional capaz de atuar frente à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda. Ela também se propõe a avaliar o posicionamento ético político deste profissional sobre o papel e o exercício do poder da Comunicação e da Publicidade e Propaganda em relação à diversidade das demandas sociais. Conforme o artigo 6º da mesma portaria, a questão também avalia se o estudante desenvolveu, no processo de formação, as competências e habilidades para assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à Publicidade e à Propaganda. De forma coerente, os conhecimentos exigidos exploram uma complexa questão crítica e reflexiva da área da teoria da comunicação, além de trazerem questões contemporâneas, como o advento da internet para as práticas comunicativas. Contudo, o fato de o enunciado abrir espaço para diferentes linhas argumentativas pode ter confundido o egresso, visto que alguns abordaram outros conceitos teóricos aprendidos em sua formação.

De modo geral, o item 'b' foi mais bem respondido do que o item 'a', pois a questão trazia um preâmbulo extenso, de 13 linhas, contendo um fragmento de entrevista de Manuel Castells à Revista *Isto É*, de 2013. Tal extrato de entrevista tangenciava diversos pontos importantes que deveriam constar na resposta do item 'b', como:

- i) interatividade (entre todas as mensagens e entre os participantes do processo comunicativo);
- ii) metamensagem – o próprio enunciado explicava que seria a união de todas as mensagens;
- iii) a ideia de se viver em um mundo híbrido em que a vida da rede não é separada da física;
- iv) a rede como mais que um meio de comunicação, um meio de interação pessoal;
- v) a ideia de que todos estão na rede, mas não apenas na rede.

Um aluno que nunca tivesse ouvido falar em Castells, mas já tivesse tido algum contato com teoria da comunicação e lembrado de que McLuhan era o teórico da "aldeia global", conseguiria responder a alguma coisa do item 'b' usando as informações

contidas no próprio enunciado, mesmo porque não conseguiria, no exíguo tempo e espaço dados, discorrer com alguma profundidade sobre de que modo Castells se distanciava de McLuhan.

No entanto, em relação a McLuhan, o enunciado deu poucas pistas, apenas situou o egresso de que a frase "o meio é a mensagem" havia sido formulada pelo teórico na década de 1960 e que com o "advento dos meios de comunicação eletrônicos, o mundo havia saído da 'Galáxia de Gutenberg'". Era preciso já ter tido, ao menos, algum contato com as ideias de McLuhan para responder ao item 'a'.

Questões teóricas, analíticas e reflexivas são importantes para se avaliar a qualidade da formação de um profissional de nível superior, por demandarem respostas mais complexas e elaboradas, exigindo do egresso uma leitura atenta do enunciado, a lembrança e a articulação de conteúdos teóricos apreendidos no curso e um raciocínio encadeado que possa ser percebido na linguagem escrita.

Como já foi dito, parte dos conceitos-chave da questão constavam do enunciado, permitindo que o egresso mais atento e criativo se utilizasse das pistas a seu favor na construção da resposta. No entanto, os resultados desta questão foram os piores: os alunos mostraram pouca habilidade na elaboração de argumentos lógicos e encadeados. Várias respostas traziam palavras soltas e frases que justapostas não faziam sentido, denotando a falta de vocabulário geral da norma culta da língua portuguesa.

Também foi notória a confusão entre alguns dos conteúdos básicos de teoria da comunicação, pois vários estudantes confundiram os conceitos de McLuhan com os elementos do processo de comunicação: emissor, mensagem, receptor e canal.

O desempenho nesta questão foi fraco, tanto em relação ao conhecimento do conteúdo, como referente à estruturação de um texto.

Mesmo considerando-se o maior grau de dificuldade e complexidade de uma questão teórica, é preciso considerar a importância de McLuhan como teórico da comunicação e que vários conceitos chave do item 'b', sobre a discussão promovida pelo sociólogo espanhol Manuel Castells, já haviam sido apresentados no próprio enunciado da questão.

Foram avaliadas como fracas as respostas que abordaram a questão equivocadamente ou apenas mencionaram alguma palavra-chave sem explicar.

Nas respostas fracas, os egressos ou não conseguiram responder a nada, ou confundiram a questão com a interação entre emissor e receptor no item 'a' e apenas

mencionaram o advento do computador e de que todos estão na internet no item 'b', sem formar uma sentença lógica com essa informação.

Nas respostas medianas, os alunos, em geral, conseguiram dizer, com uma linguagem menos elaborada e sem aprofundamento na construção do texto, que o meio condiciona a mensagem no item 'a' e que a internet é híbrida, interativa, possibilitando a convergência de vários meios no item 'b'. Tais respostas foram pontuadas como medianas por não terem se aprofundado na discussão e trazido outras perspectivas ao tema solicitado.

A boa resposta contemplou no item 'a', ser o canal fundamental na construção de sentido da mensagem, por a forma de transmissão ser condicionante do conteúdo veiculado e, portanto, cada mensagem em um meio ser necessariamente diferente da transmitida por outro. No item 'b', a boa resposta discorreu sobre a complexidade da rede que possibilita integração entre os meios e interação entre quem produz conteúdo e quem recebe, ocupando todas as dimensões da vida social.

Tratou-se de uma questão que está em linha, inclusive, com os tópicos reflexivos da Formação Geral propostos pelo exame. Pensar os meios de comunicação e suas práticas ultrapassa as fronteiras da teoria da comunicação, constituindo-se em um tema fundamental para se compreender a sociedade contemporânea e suas transformações.

3.3.2.3 Análise da Questão Discursiva 4 do Componente de Conhecimento Específico

A Tabela 3.19 contém as informações relativas à questão 4 do conjunto de questões do Componente de Conhecimento Específico. O desempenho dos estudantes nessa questão foi superior ao das questões 3 e 5. A *Média* geral do Brasil foi 29,3, sendo a menor *Média* registrada na região Centro-Oeste (26,1), e a maior, na região Norte (31,4).

As medianas (30,0), as notas mínimas (0,0) e as notas máximas (100,0) foram as mesmas em quase todas as regiões do país, exceto a *Mediana* na região Centro-Oeste (20,0).

Tabela 3.19 – Estatísticas Básicas das Notas da Questão Discursiva 4 do Componente de Conhecimento Específico por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	29,3	31,4	27,7	30,1	28,7	26,1
Erro padrão da média	0,2	1,3	0,6	0,3	0,5	0,8
Desvio padrão	24,3	24,6	24,4	24,2	24,5	25,1
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	20,0
Máxima	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.12 representa a distribuição de notas da questão discursiva 4, do Componente de Conhecimento Específico. Essa distribuição é multimodal com moda principal no intervalo (20; 30].

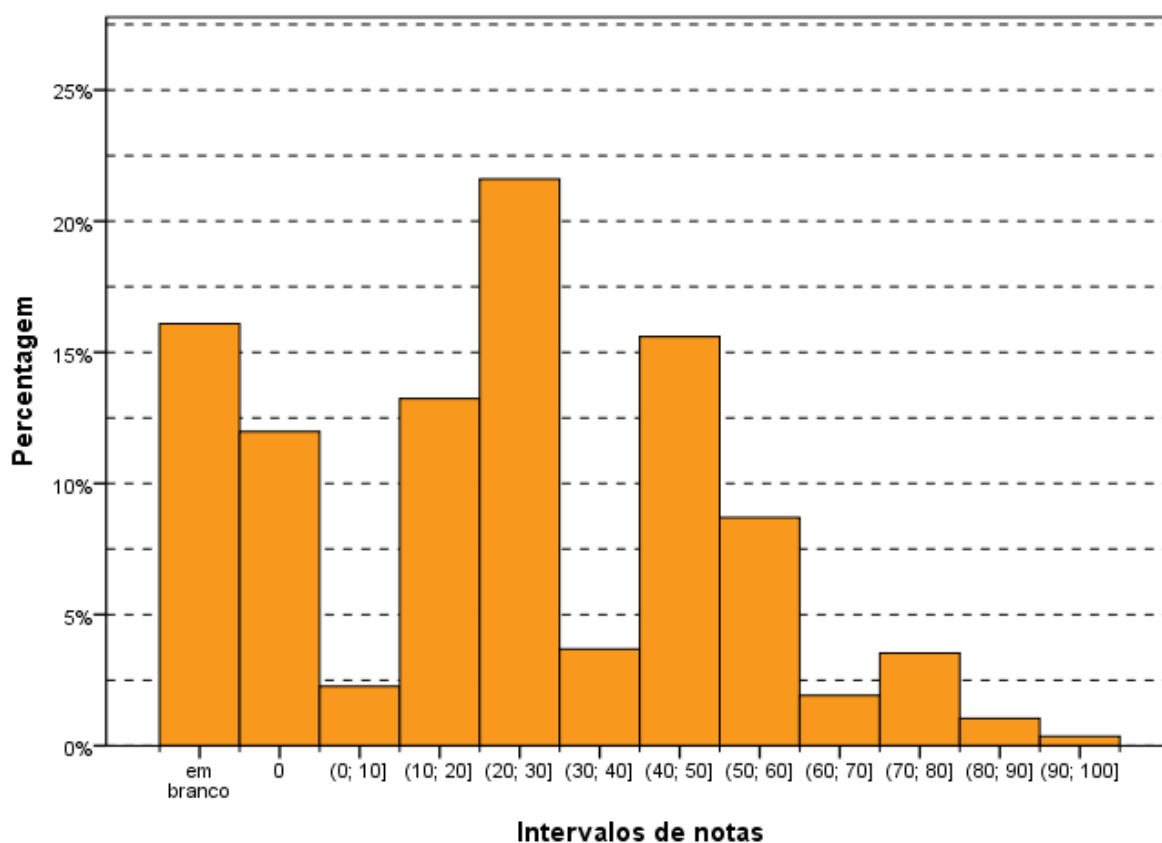


Gráfico 3.12 – Histograma das Notas da Questão Discursiva 4 do Componente de Conhecimento Específico – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.3.2.4 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 4

A questão envolve os seguintes conteúdos curriculares, previstos no artigo 7º da portaria do Inep nº 222: Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor; Marketing e Gestão de Marcas e Planejamento de Marketing e de Comunicação. Três tópicos fundamentais para o exercício da profissão.

Em linhas gerais, o que se deseja saber é se o egresso consegue compreender conceitualmente as oportunidades e os riscos para um profissional de comunicação que atue em uma empresa multinacional ou em uma nacional que deseja se expandir, discernindo quais são os aspectos favoráveis e desfavoráveis para a implantação de estratégias que permitam reter e conquistar novos clientes e que sejam eficazes na sua comunicação publicitária, tanto nos mercados locais como globais. Para isso, é preciso refletir sobre os conceitos de marca como ativo da empresa, sobre a importância de se estudar de forma estruturada o mercado, através de realização de pesquisas de mercado e monitoramento das ações da concorrência. Bem como sobre o papel do profissional de comunicação na adaptação do composto mercadológico (4Ps, 4Cs, inputs/outputs) para cada contexto de atuação, ajustando o plano de comunicação, a linguagem e a escolha dos meios, para cada público a ser atendido, sem perder a identidade da marca.

O tema é pertinente e, conforme a Portaria Inep nº 222, artigo 5º, permite avaliar o perfil do egresso em relação à sua "capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda" e, conforme o artigo 6º da mesma portaria, averiguar a sua habilidade e competência em:

- i) identificar e analisar as mudanças econômicas, sociais, políticas, culturais, em escala global, nacional, regional e local que influenciem o ambiente publicitário e
- ii) dominar e utilizar os conceitos e as ferramentas de comunicação integrada de marketing, propondo, por meio de diagnósticos, soluções para os problemas mercadológicos e comunicacionais dos clientes.

Apesar de a questão não poder ser classificada como difícil, o enunciado da mesma permite interpretações muito amplas ("explique em que medida as diferenças entre o mercado global e local podem influenciar a comunicação publicitária das marcas"),abrindo a possibilidade de que fossem explorados vários caminhos argumentativos. No entanto, a questão pode ser considerada de média complexidade,

porque os tópicos são fundamentais para qualquer profissional de Publicidade e Propaganda, e, de alguma forma, o preâmbulo da questão fornecia duas pistas sobre o que se esperava da resposta: que embora o marketing seja universal, é preciso adaptar os produtos e serviços a cada mercado, cuidado que todo o profissional que deseja expandir a sua marca deve ter. Deste modo, apesar da alusão não ser tão clara e deixar outros pontos importantes sobre o tema de lado, o próprio enunciado permitia, a um bom leitor, a elaboração de uma questão mediana.

O que a pergunta desejava medir era se o estudante possuía a capacidade de elaborar um texto que destacasse a importância da construção de uma marca forte, na conquista e na lealdade do cliente, em todos os mercados. Ao mesmo tempo, esperava-se que, em sua, resposta, considerasse se o profissional deveria fazer a comunicação da marca com base nas especificidades do mercado pretendido. E, ainda, que tal fato obriga este profissional a estudar o mercado o consumidor e a concorrência, para adaptar e adequar a linguagem, a composição dos meios de comunicação e os demais elementos do composto de marketing para cada mercado-alvo, dependendo do contexto e das variáveis incontroláveis, sem perder a essência da marca.

No entanto, os alunos não alcançaram, em grande parte, o que era esperado pelo padrão de resposta. Limitaram-se a responder apenas um ponto da questão, em geral relativo às diferenças macroeconômicas. Outros, por sua vez, de forma incorreta, entenderam que era para definir o que seria mercado local e global. Um erro comum foi afirmar que no mercado local não era preciso fazer nada porque os consumidores eram conhecidos.

Muitos alunos deram exemplos na explicação de como adaptar um produto para vários mercados e as empresas citadas foram a Coca-Cola e o McDonald's, respectivamente, em relação à alteração da cor da lata dependendo do significado cultural da cor e a alteração da carne do hambúrguer para países onde é interdito o consumo de boi.

Comparativamente com as demais questões, o desempenho foi bem melhor, provavelmente por tratar-se de um tópico fundamental para o exercício profissional de publicitário.

Foram avaliadas, como fracas respostas equivocadas ou que apenas mencionaram alguma palavra chave sem explicar. As respostas medianas foram dos que conseguiram desenvolver um pouco de alguns dos tópicos da questão. Já as boas respostas foram dos alunos que discutiram a importância de adequar a mensagem e os demais elementos do composto de marketing, ou seja, as variáveis controláveis, aos

diversos contextos dos mercados, sublinhando o desafio do profissional em entender como os fatores externos influenciam o consumidor, criando aproximação com cada público, sem perder a identidade da marca.

O fato de o tema da questão ser amplo e o tempo de elaboração e o tamanho destinado à resposta, pequenos, acabaram por limitar o repertório argumentativo dos respondentes. O mais comum foi o aluno ter se fixado em dois pontos já sugeridos no enunciado:

- i) marcas que se expandem globalmente devem preocupar-se com as variações culturais e legislativas de cada mercado; daí ser fundamental
- ii) estudar o ambiente e os consumidores.

E como exemplo de variação cultural, sem perder a identidade, marcas transacionais como Coca-Cola e McDonald's foram as mais lembradas. Vários egressos mencionaram, inclusive, o caso da impossibilidade de o McDonald's lançar o hambúrguer Angus na Índia, pelo fato de a "vaca ser sagrada" no país.

O mais comum foi a resposta não contemplar todos os parâmetros indicados no padrão de resposta. Nas questões avaliadas como fracas, os alunos não conseguiram elaborar um texto coerente que analisasse, mesmo que superficialmente, as pistas já sugeridas no enunciado. A confusão mais comum foi tentar descrever, de forma equivocada, o que seria local e global, utilizando como base o tamanho do mercado. Houve também quem utilizasse a questão para criticar a globalização, em um texto opinativo e que fugia do escopo da questão.

A questão foi a que apresentou a melhor média e o maior número de notas altas, fatos que indicam que os temas mais ligados ao Marketing e à Comunicação Integrada costumam, tanto interessar mais os alunos como serem mais conhecidos pelos mesmos. A maior dificuldade foi a interpretação do enunciado. Percebeu-se que vários alunos ou não leram a epígrafe ou não entenderam o que foi perguntado. A falta de coesão argumentativa também foi outro problema apresentado na redação das respostas.

3.3.2.5 Análise da Questão Discursiva 5 do Componente de Conhecimento Específico

A Tabela 3.20 contém as informações relativas à questão 5 do conjunto do Componente de Conhecimento Específico. A nota *Média* dos estudantes de todo o Brasil foi 16,9. A maior *Média* foi registrada na região Sul (17,3), enquanto a menor *Média* foi

registrada na região Centro-Oeste (15,3). Quanto à variabilidade das notas, o *Desvio padrão* dos alunos do Brasil, como um todo, foi 17,0. Enquanto o maior desvio foi encontrado na região Sul (17,3), o menor foi encontrado na região Norte (15,4).

A *Mediana* (20,0) e a nota *Mínima* (0,0) são as mesmas em todas as regiões, sem exceção. Para o conjunto de alunos de Publicidade e Propaganda do Brasil, a nota *Máxima* foi 100,0, sendo obtida por, pelo menos, um estudante na região Sul, enquanto a menor nota *Máxima* foi obtida na região Norte (60,0).

Tabela 3.20 – Estatísticas Básicas das Notas da Questão Discursiva 5 do Componente de Conhecimento Específico por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	NO	NE	SE	SUL	CO
Média	16,9	15,6	16,1	17,2	17,3	15,3
Erro padrão da média	0,1	0,8	0,4	0,2	0,4	0,5
Desvio padrão	17,0	15,4	17,1	16,9	17,3	17,0
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
Máxima	100,0	60,0	90,0	90,0	100,0	80,0

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O Gráfico 3.13 representa a distribuição das notas da questão discursiva 5 do Componente de Conhecimento Específico. Essa distribuição é multimodal com moda principal no intervalo (10; 20].

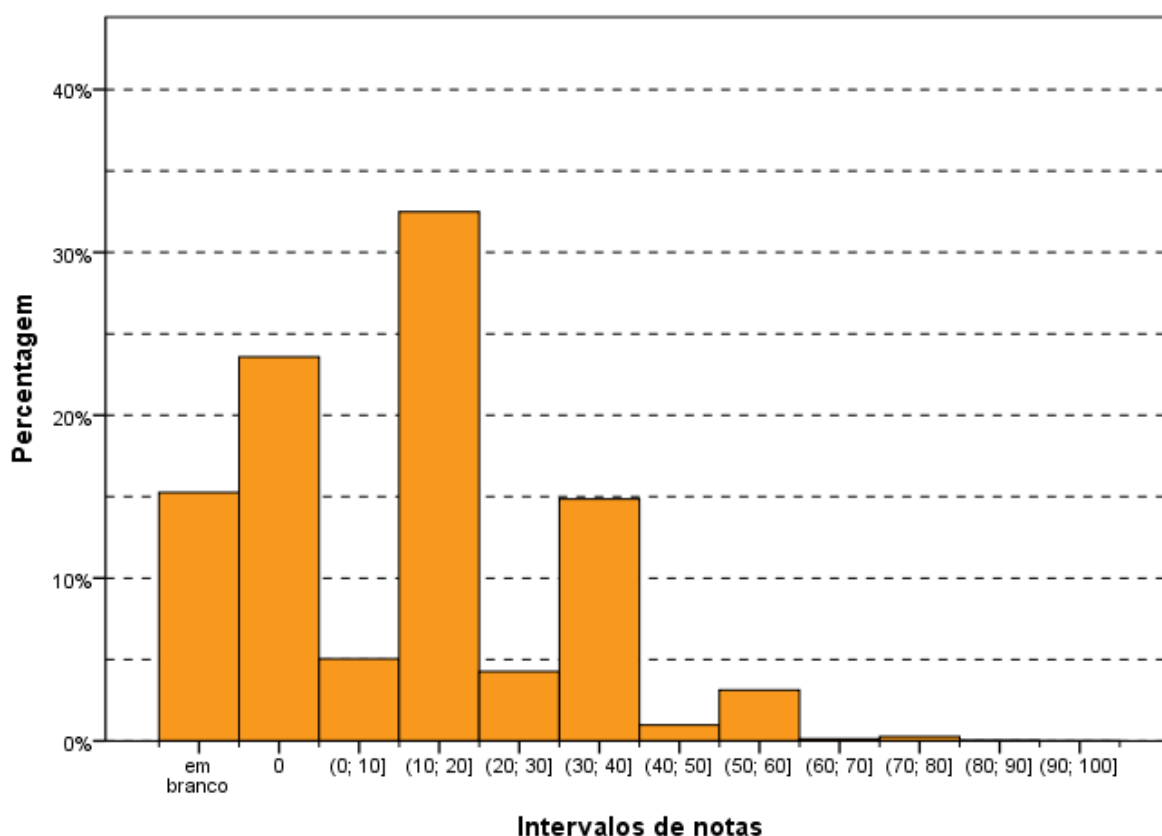


Gráfico 3.13 – Histograma das Notas da Questão Discursiva 5 do Componente de Conhecimento Específico – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

3.3.2.6 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 5

Trata-se de uma questão de média complexidade. Era preciso, a partir do exemplo, discutir uma questão ética contemporânea que afeta o ofício do profissional de publicidade e marketing, ou seja, os que fazem o anúncio e os que demandam e solicitam a criação do mesmo.

A temática é pertinente, porém polêmica, pois a persuasão e o uso das imagens mais favoráveis fazem parte da técnica. No entanto, há que se ter responsabilidade social com possíveis distorções que afetem o comportamento do público em geral. O papel do publicitário como um formador de opinião e a consequência de suas criações para a construção de representações, e até de estereótipos, sobre o objeto apresentado começam a ser um tópico discutido pela sociedade.

Consequentemente, a preocupação com a propaganda enganosa tem ultrapassado as discussões da Área e de suas instituições reguladoras como o Conar, entrando nas esferas legislativa e judiciária, respectivamente, na formulação de projetos de lei e julgamento quanto a aplicação destes. A referência a esta cobrança da

sociedade sobre as veiculações publicitárias é muito importante, o que ressalta a pertinência da questão. A temática avaliada também se insere em vários conteúdos curriculares descritos na Portaria Inep nº 222.

Por trazer como exemplo duas imagens de Julia Roberts, uma atriz estadunidense conhecida, uma maquiada e provavelmente retocada pela ferramenta do *Photoshop* e outra mais simples, sem muita produção, vários egressos responderam como se a questão fosse relativa a produtos de moda e/ou beleza, que vendessem a ilusão de o consumidor ter que seguir padrões estéticos "impostos" pela mídia. Tal confusão, possivelmente, foi induzida pela escolha das imagens, o que levou a não considerarem a responsabilidade do profissional na manipulação de qualquer imagem anunciada, não apenas referente à indústria da beleza.

É importante também ressaltar que boa parte dos alunos não leu corretamente o preâmbulo da questão, que descrevia o projeto lei. Vários entenderam se tratar de uma lei já em vigência e não como uma proposta para nortear o processo criativo publicitário. Grande parte apresentou respostas opinativas, concordando ou discordando da lei, sem fornecer argumentos. Alguns reclamaram da interferência do Estado na prática profissional ou da limitação ao exercício criativo. No entanto, poucas abordagens contaram com um raciocínio coerente e bem estruturado, denotando uma dificuldade do egresso em relação ao ponto mais fundamental de sua prática profissional: o bom uso da oratória e da capacidade argumentativa.

O desempenho dos estudantes nesta questão também foi bastante fraco, especialmente se levarmos em consideração que se tratava de uma questão reflexiva sobre o ofício do profissional de comunicação e marketing. Vários não conseguiram elaborar um texto coerente a partir das informações dadas no enunciado, com o que já seria possível desenvolver uma resposta mediana.

Foram avaliadas como fracas respostas equivocadas em relação ao que a questão pedia, as que continham frases sem sentido ou as que apenas mencionavam alguma palavra-chave, sem explicá-la a contento. As respostas medianas foram dos que conseguiram desenvolver um pouco dos tópicos do que era esperado pelo padrão. Já as boas respostas foram dos alunos que, apesar de não terem contemplado todos os aspectos previsto no padrão, conseguiram articular os principais pontos com coerência discursiva e dando exemplos. Como já foi dito anteriormente, pouquíssimas provas se encaixaram em tal perfil.

O padrão esperado de resposta também chamava a atenção para a importância

do uso de legendas alertando para o retoque, para evitar o risco de se apresentar à sociedade uma imagem distinta da realidade e que, para fiscalizar eventuais abusos e evitar a propaganda enganosa, existem órgãos como o Conar. Esperava-se que os concluintes discutissem que o profissional de propaganda deve ter responsabilidade em não "ludibriar" o consumidor.

Poucos alunos conseguiram desenvolver um texto que tocasse em todos esses pontos e, como o comando era bastante aberto, "escreva um texto dissertativo sobre...", as respostas mais recorrentes foram opinativas, concordando ou discordando do projeto de lei (em geral, os alunos nem se davam conta de se tratar de um projeto de lei, o que demonstrava problemas na leitura do enunciado). Vários aproveitaram para criticar os padrões estéticos (a foto da Julia Roberts sugeriu que se tratava de anúncios de beleza) inalcançáveis disseminados pela mídia. "As mulheres magras, de cabelo liso, loiras, etc." tomadas como referência pelos anúncios, aliadas à falta de diversidade estética nas propagandas, foram consideradas causadoras da formação de um imaginário coletivo que busca um "corpo perfeito".

Houve, ainda, os que enumeraram os riscos sociais dessa imposição de padrão, como bulimia e anorexia e advogaram que, por isso, a propaganda enganosa deveria ser crime severamente punido. Linha de raciocínio que, na maior parte das vezes, focou na crítica aos padrões de beleza vigentes e não respondeu à pergunta a partir do ponto de vista profissional, em que retoque de imagens é recorrente e pode ser utilizado para qualquer produto/serviço.

A pergunta muito ampla dificultou que o padrão de resposta abarcasse todos os caminhos argumentativos possíveis. No entanto, a dificuldade do egresso de desenvolver uma linha de raciocínio baseada em argumentos, e não em opiniões pessoais, foi recorrente. A questão oferecia uma oportunidade de o aluno refletir sobre sua prática profissional, o que foi feito, de forma adequada, por pouquíssimos. Além disso, mesmo os textos opinativos traziam frases entrecortadas e desconexas, denotando grande dificuldade de expressão na linguagem escrita mais formal. Tal fato denota uma ausência de repertório informativo e cultural (leitura de livros, jornais, ...) que sirva de argamassa na elaboração de argumentos encadeados e coerentes.

3.3.3 Considerações Finais

As três questões, em conjunto, buscaram avaliar a formação e as habilidades do egresso quanto ao raciocínio analítico, capacidade crítica, argumentação, posicionamento ético e identificação de caminhos, tanto nas discussões teóricas como

nas práticas. Alguns até conseguiram elaborar respostas condizentes com alguns aspectos que constavam dos padrões de respostas, mas não muitos. Além disso, foi raro abordarem a completude do que era esperado. Vale ressaltar que muitos alunos prestam o Exame de Desempenho dos Estudantes (Enade) somente para receber o diploma, sem compreender sua importância como instrumento de avaliação dos conteúdos programáticos previstos nas Diretrizes Curriculares. O bom ou mau desempenho do egresso no Enade não têm consequência prática sobre sua atuação profissional futura, o que faz com que sua postura não seja comprometida com a Instituição de Ensino Superior a qual pertence.

Contudo, mesmo considerando-se o baixo interesse dos egressos em realizar bem o exame, é notória a dificuldade que os mesmos encontram em elaborar textos coerentes e com argumentações lógicas, fato que sinaliza deficiência na educação elementar e média, não superada no curso superior, e a falta de repertórios culturais e informativos que subsidiem a construção de um raciocínio crítico e analítico no final da formação superior.

CAPÍTULO 4

PERCEPÇÃO DA PROVA

As análises feitas neste capítulo tratam das percepções dos concluintes da Área de Publicidade e Propaganda sobre a prova aplicada no Enade/2015. Essas percepções foram mensuradas por meio de nove questões que avaliaram desde o grau de dificuldade da prova até o tempo gasto para concluí-la. As percepções sobre a prova foram relacionadas com o desempenho dos estudantes e com a Grande Região de funcionamento do curso. O questionário de percepção da prova encontra-se ao final do Anexo VII, que traz a reprodução da prova.

O desempenho dos estudantes foi classificado em quatro quartos. Para tanto, esse desempenho foi ordenado de forma ascendente. O percentil 25, P25, também conhecido como primeiro quartil, é a nota de desempenho que deixa um quarto (25%) dos valores observados abaixo e três quartos acima. A Figura 1 apresenta uma ilustração deste conceito. O quarto inferior de desempenho é composto pelas notas abaixo do primeiro quartil. Já o percentil 75, P75, também conhecido como terceiro quartil, é o valor para o qual há três quartos (75%) dos dados abaixo e um quarto acima dele. O quarto superior de desempenho é composto pelas notas iguais ou acima do terceiro quartil. O percentil 50, P50, também conhecido como mediana, é o valor que divide as notas em dois conjuntos de igual tamanho. O segundo quarto inclui valores entre o primeiro quartil (P25) e a mediana. O terceiro quarto contém os valores entre a mediana (P50) e o terceiro quartil (P75). Vale ressaltar que percentis, quartis e medianas são pontos que não obrigatoriamente pertencem ao conjunto original de dados, ao passo que os quartos são subconjuntos dos dados originais.

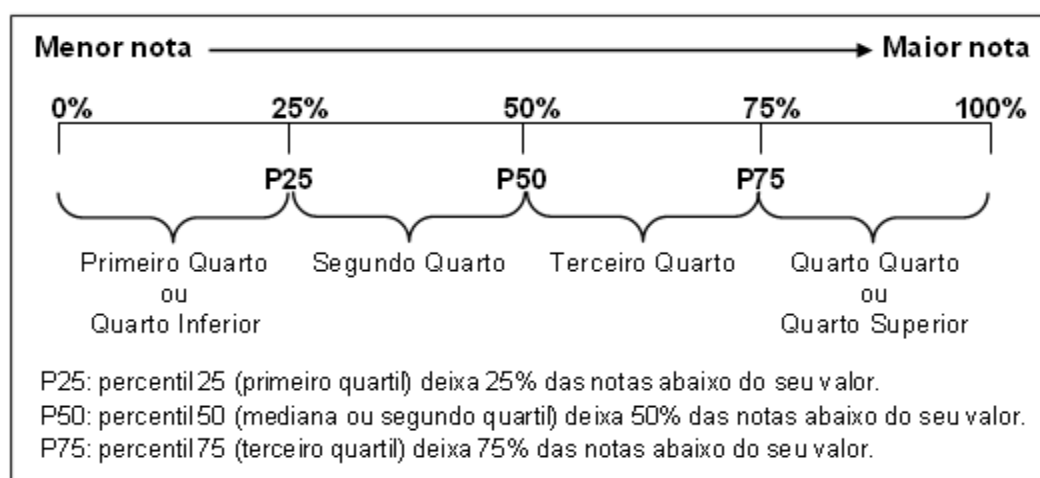


Figura 1 – Ilustração esquemática de quartis e quartos

A seguir, serão apresentados gráficos com resultados selecionados, relativos às nove questões avaliadas por grupos de estudantes. Os gráficos apresentam nas barras o percentual de alunos que assinalaram uma das opções ou a soma das porcentagens daqueles que assinalaram duas (ou três) delas. Por exemplo, para as questões 1 e 2, os gráficos apresentam a porcentagem total de participantes que assinalaram as opções (D) *Difícil* e (E) *Muito difícil*. Em cada barra foram assinalados também os extremos do intervalo de confiança de 95% como linhas verticais unidas por uma linha horizontal na forma da letra H maiúscula.

As Tabelas no Anexo II apresentam os valores absolutos e a distribuição percentual¹⁷ das alternativas válidas das nove questões, segundo o mesmo recorte de desempenho dos alunos e Grande Região de funcionamento do curso.

4.1 GRAU DE DIFICULDADE DA PROVA

4.1.1 Componente de Formação Geral

Ao avaliarem “Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?” (Questão 1), 15,7% do grupo de inscritos e presentes optaram pelas alternativas *Difícil* ou *Muito difícil*. Entretanto, para mais da metade dos estudantes (65,5%), o Componente de Formação Geral da prova foi considerado com grau de dificuldade *Médio* (Gráfico 4.1, Gráfico 4.2 e, no Anexo II, a Tabela II.1).

O percentual de estudantes que consideraram a prova como *Difícil* ou *Muito difícil* foi maior na região Sul, onde a proporção foi de 18,5%, enquanto a de menor incidência foi a Nordeste, com 13,0%. No Gráfico 4.1, é possível observar que essa diferença é estatisticamente significativa. Nas Grandes Regiões, a proporção de presentes à prova que consideraram o Componente de Formação Geral como sendo de grau de dificuldade *Médio* esteve entre 67,9% na região Nordeste e 64,9% na região Sudeste.

¹⁷ Cumpre lembrar uma das convenções para tabelas numéricas (pág. iii) sobre a possibilidade de a soma das partes não resultar em 100% por questões de arredondamento.

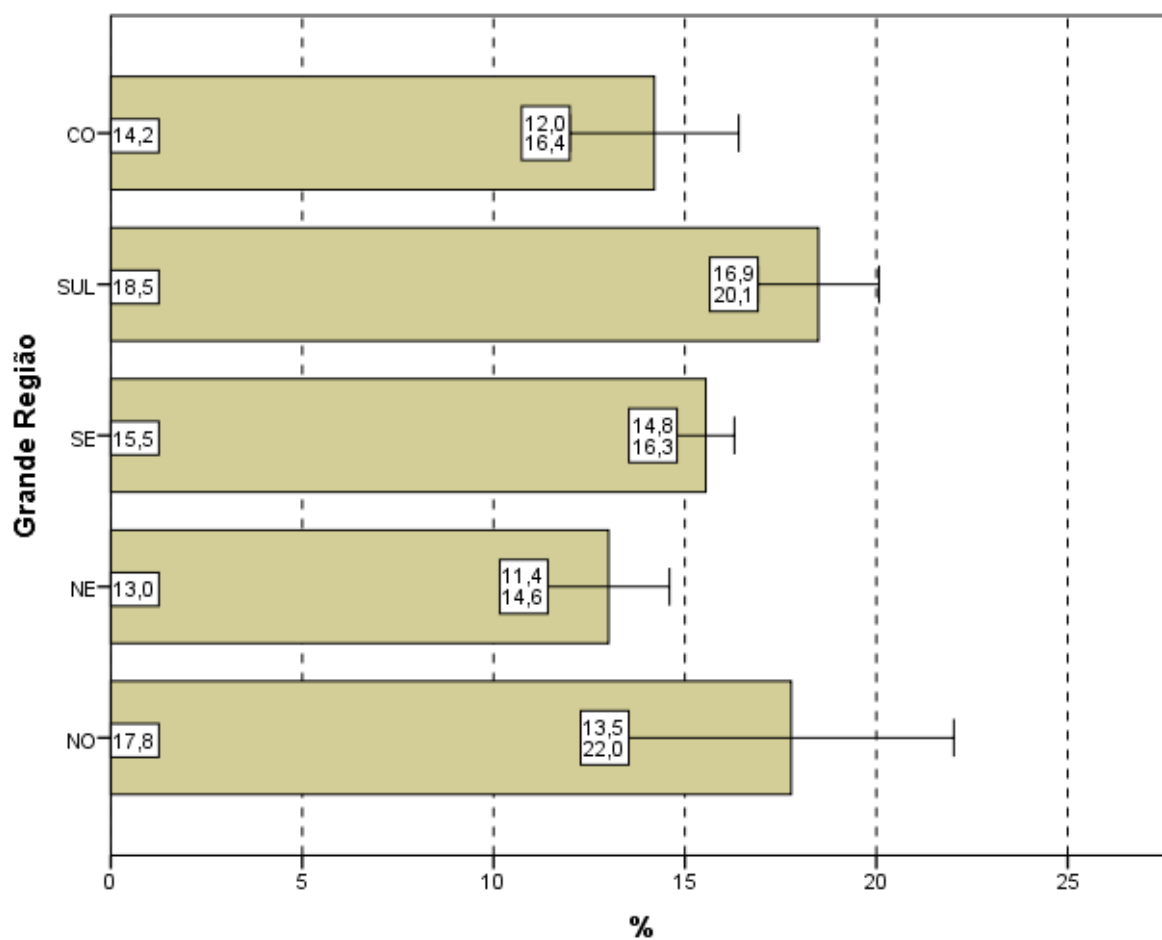


Gráfico 4.1 – Percentual de estudantes que avaliaram “o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral” como *Difícil* ou *Muito difícil* por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

O percentual de alunos que consideraram a prova *Difícil* ou *Muito difícil* foi decrescente em função dos quartos de desempenho: 21,0% no primeiro quarto e 9,8% no quarto, grupo de melhor desempenho na prova. Nos quartos de desempenho intermediários, a proporção de alunos que consideraram a prova *Difícil* ou *Muito difícil* foi de 18,2% no segundo quarto e 13,7% no terceiro quarto. As diferenças entre os quartos são estatisticamente significativas. Para todos os quartos de desempenho, a alternativa modal para esta pergunta foi *Médio*, com 64,8% dos respondentes no quarto inferior, 66,6% no segundo quarto, 67,2% no terceiro e 63,1% no quarto superior.

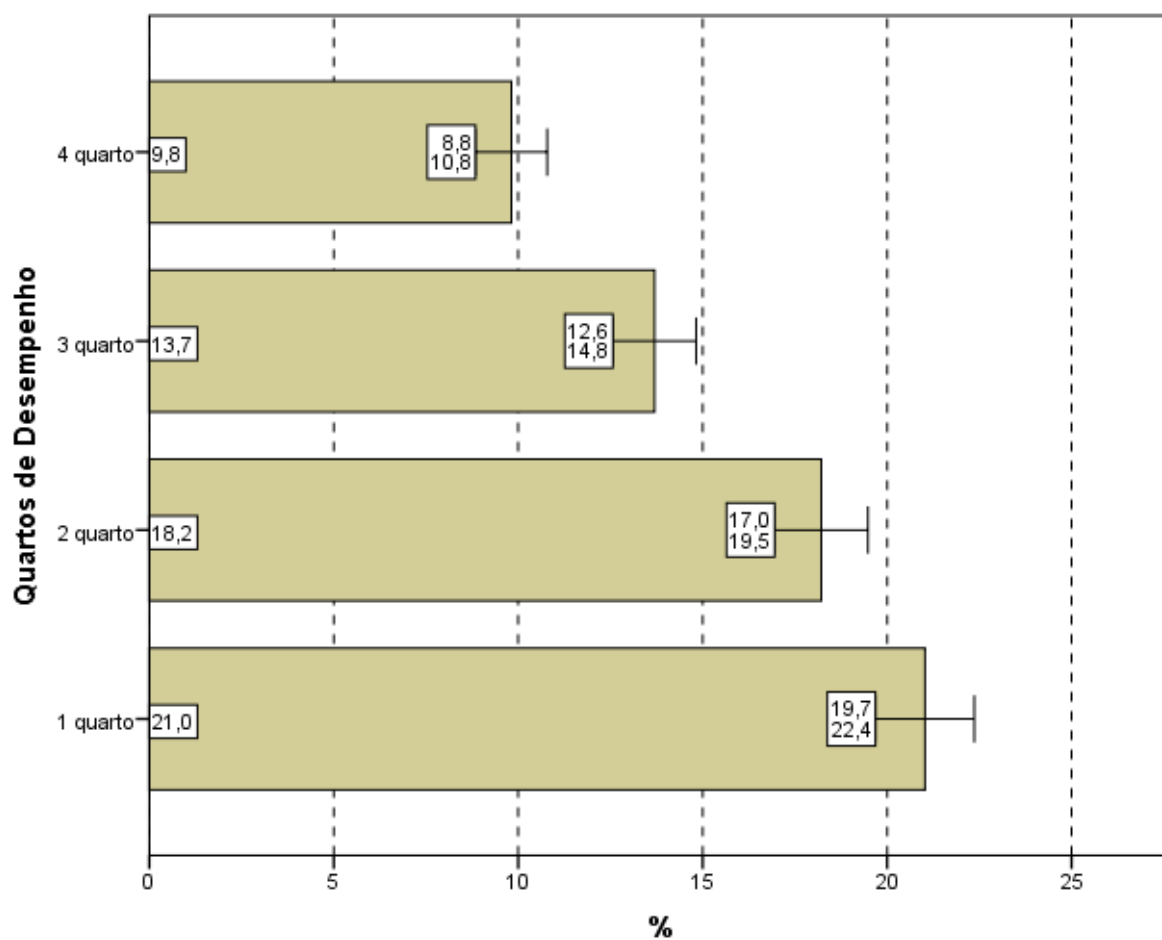


Gráfico 4.2 – Percentual de estudantes que avaliaram “o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral” como *Difícil* ou *Muito difícil* por Quartos de Desempenho – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

4.1.2 Componente de Conhecimento Específico

Ao responderem à Questão 2 – “Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico?” – 20,7% do grupo de estudantes classificaram-na como *Difícil* ou *Muito difícil*. Além disso, o Componente de Conhecimento Específico da prova foi considerado com grau de dificuldade *Médio* por 66,2% dos alunos (Gráfico 4.3, Gráfico 4.4, e, no Anexo II, a Tabela II.2).

A análise das respostas dos estudantes quanto ao grau de dificuldade do Componente de Conhecimento Específico da prova, agregado por Grande Região, mostra que apenas as diferenças entre a maior proporção, na região Sul (23,4%) e a proporção de alunos que a avaliaram como *Difícil* ou *Muito difícil* nas regiões Nordeste (18,9) e Sudeste (20,4) são estatisticamente significativas. O percentual de alunos que

classificaram o grau de dificuldade como *Médio*, no Componente de Conhecimento Específico, variou de 65,8% a 70,5%, para as regiões Sudeste e Norte, respectivamente.

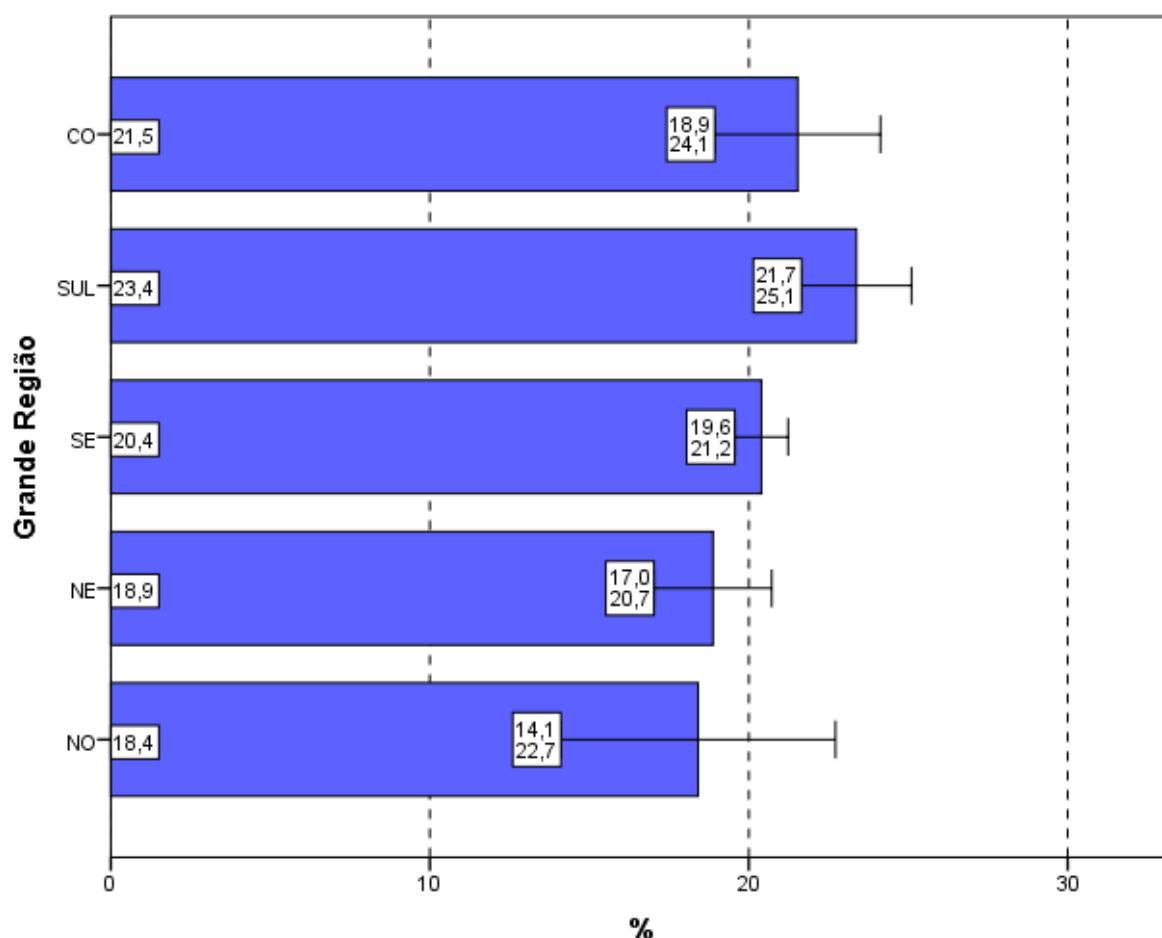


Gráfico 4.3 – Percentual de estudantes que avaliaram “o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico” como *Difícil* ou *Muito difícil* por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Considerando-se a avaliação da dificuldade das questões do Componente de Conhecimento Específico da prova, de acordo com o desempenho dos estudantes, observa-se que há diferença estatisticamente significativa do resultado do quarto de melhor desempenho em relação aos demais quartos de desempenho. A proporção dos que classificaram a parte específica como *Difícil* ou *Muito difícil* variou de 17,4% (último quarto) a 23,5% (primeiro quarto). A alternativa modal para a Questão 2 foi o grau *Médio*, com 63,4% do quarto inferior e 67,6% do superior optando por essa resposta.

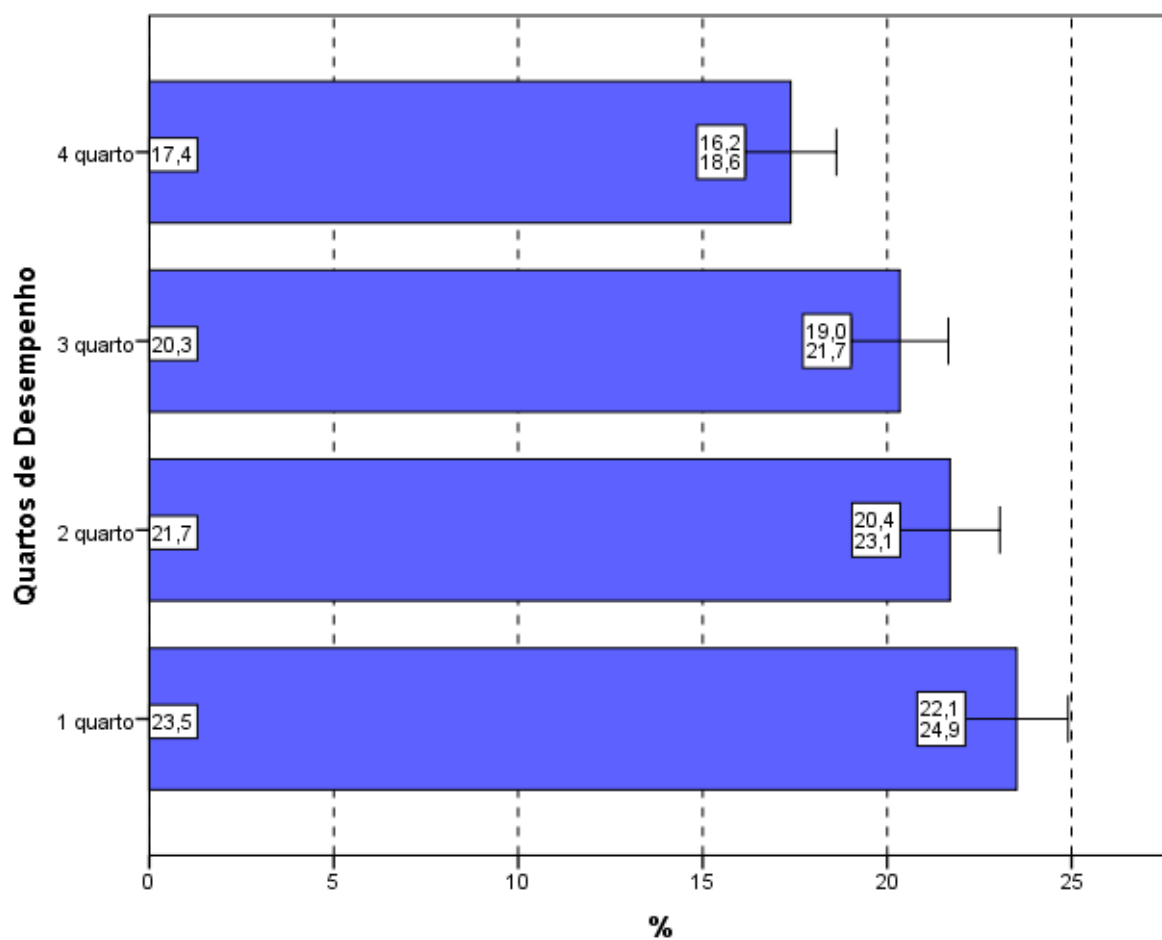


Gráfico 4.4 – Percentual de estudantes que avaliaram “o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico” como *Difícil* ou *Muito difícil* por Quartos de Desempenho – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

4.2 EXTENSÃO DA PROVA EM RELAÇÃO AO TEMPO TOTAL

Indagados quanto à extensão da prova, em relação ao tempo total oferecido para a sua resolução (Questão 3), os estudantes apontaram, com maior incidência, a alternativa que considerava a extensão *adequada*, para todas as agregações consideradas (Gráfico 4.5, Gráfico 4.6, e, no Anexo II, a Tabela II.3).

O percentual de alunos que responderam ser a extensão da prova *adequada* foi de 53,3%. Já 42,2% dos inscritos presentes consideraram que a prova foi *longa* ou *muito longa* e 4,6% a avaliaram como *curta* ou *muito curta*.

Entre as Grandes Regiões, a proporção daqueles que avaliaram a prova como *longa* ou *muito longa* em relação ao tempo total destinado à sua resolução variou de

31,7% na região Norte até 43,1% na região Sul. A diferença entre essas regiões é estatisticamente significativa.

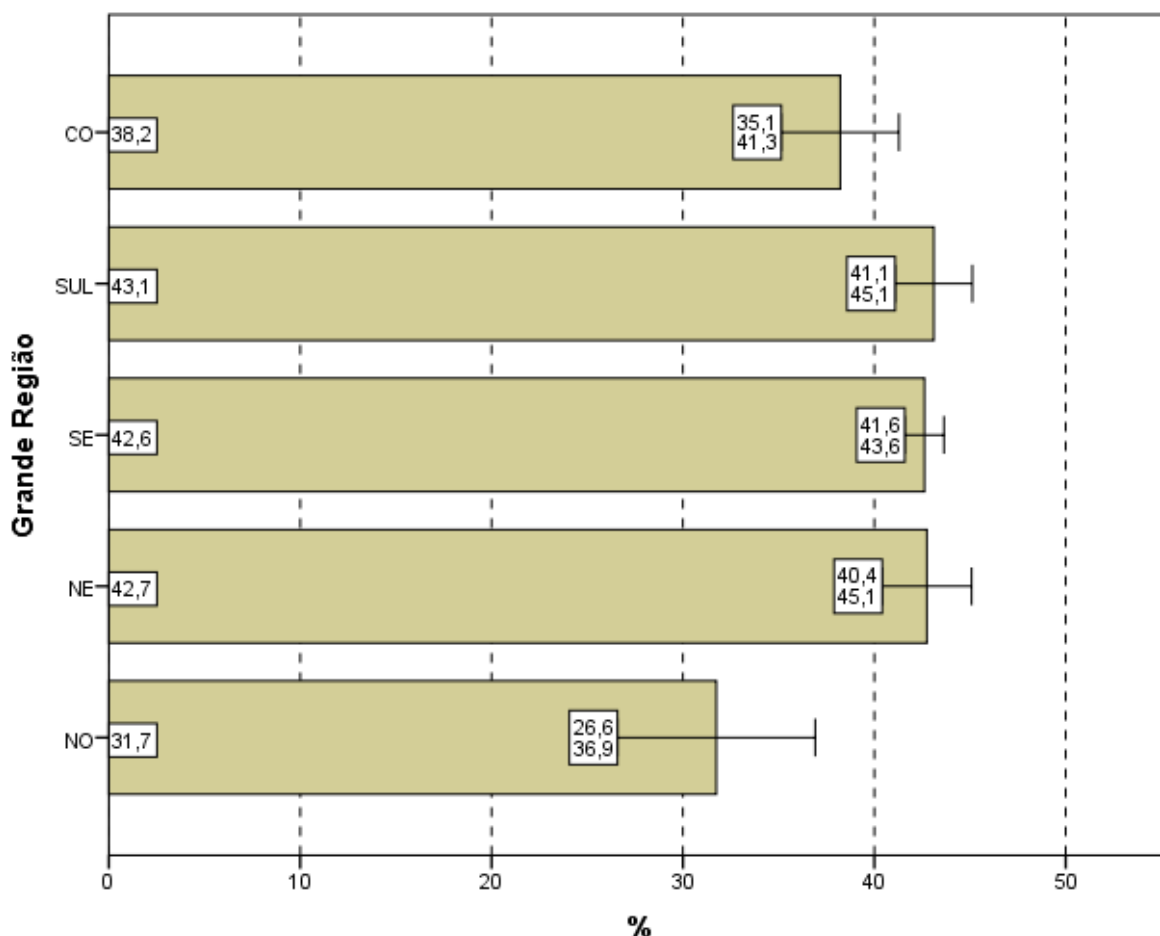


Gráfico 4.5 – Percentual de estudantes que avaliaram “a extensão da prova, em relação ao tempo total” como *longa* ou *muito longa* por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Considerando-se o desempenho dos alunos, nota-se ainda que 48,1% consideraram a extensão da prova *adequada* no quarto de desempenho inferior e 57,4% no de melhor desempenho (quarto superior). Nos quartos intermediários, esta proporção foi 51,9% no segundo quarto e 55,6% no terceiro.

No Gráfico 4.6, pode-se constatar que há uma tendência decrescente da proporção de estudantes que consideraram a prova *longa* ou *muito longa* em função dos quartos de desempenho. Observa-se diferença estatisticamente significativa entre as proporções de escolha dessa resposta do primeiro em relação aos demais quartos de desempenho.

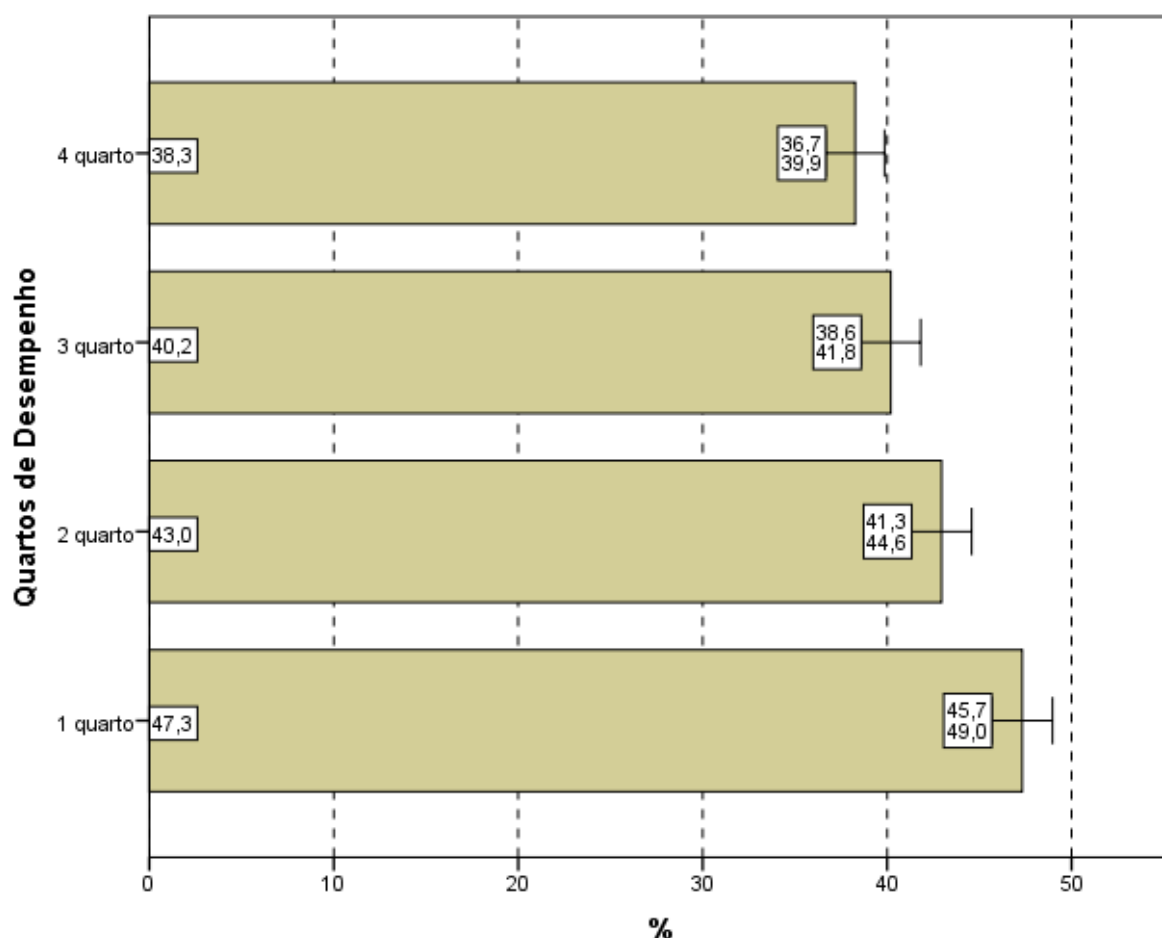


Gráfico 4.6 – Percentual de estudantes que avaliaram “a extensão da prova, em relação ao tempo total” como *longa* ou *muito longa* por Quartos de Desempenho – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

4.3 COMPREENSÃO DOS ENUNCIADOS DAS QUESTÕES

4.3.1 Componente de Formação Geral

Com relação aos enunciados das questões do Componente de Formação Geral (Questão 4), as opiniões foram positivas, já que 78,1% dos alunos avaliados consideraram *todos* ou a *maioria* dos enunciados das questões “claros e objetivos” (Gráfico 4.7, Gráfico 4.8, e, no Anexo II, a Tabela II.4).

Na análise regional, a percentagem de estudantes que avaliaram que *todos* ou a *maioria* dos enunciados das questões do Componente de Formação Geral estavam “claros e objetivos” variou de 77,3% na região Sudeste a 83,5% na região Norte, sendo essa diferença estatisticamente significativa.

A análise das percepções dos estudantes sobre a clareza e objetividade dos enunciados permite afirmar que *todos*, ou a *maioria* dos enunciados de questões relativas ao Componente de Formação Geral, foram considerados “claros e objetivos” para a maior parte dos respondentes (maior ou igual a 77,3% em todas as regiões e maior ou igual a 67,8% para todos os quartos de desempenho).

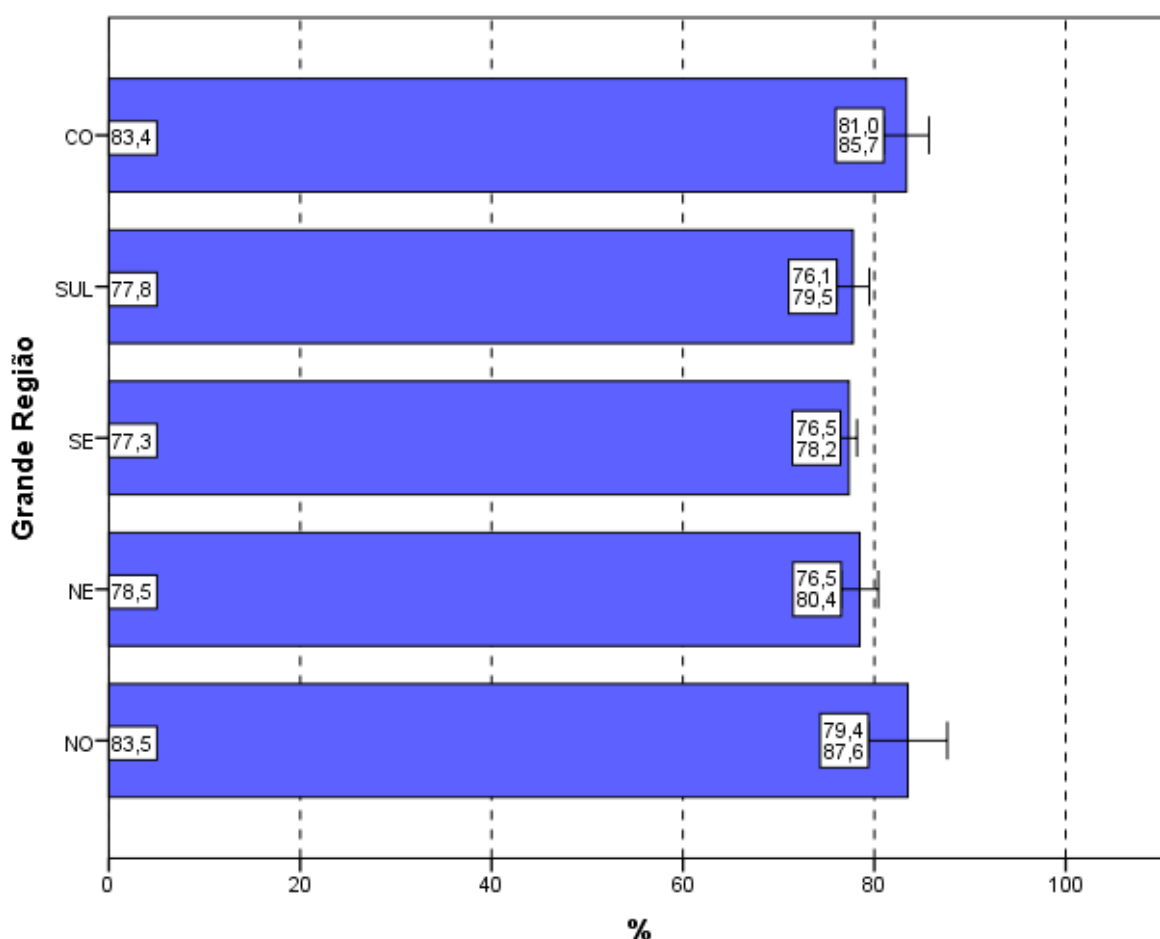


Gráfico 4.7 – Percentual de estudantes que consideraram que *todos* ou a *maioria* dos “enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos” por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Segundo o desempenho, observa-se que a proporção dos que emitiram essa opinião cresce conforme o desempenho aumenta, com diferenças estatisticamente significativas entre todos os quartos. No quarto superior, a clareza e objetividade de *todos* ou da *maioria* dos enunciados das questões foi percebida por 86,2% dos alunos, e no inferior por 67,8%.

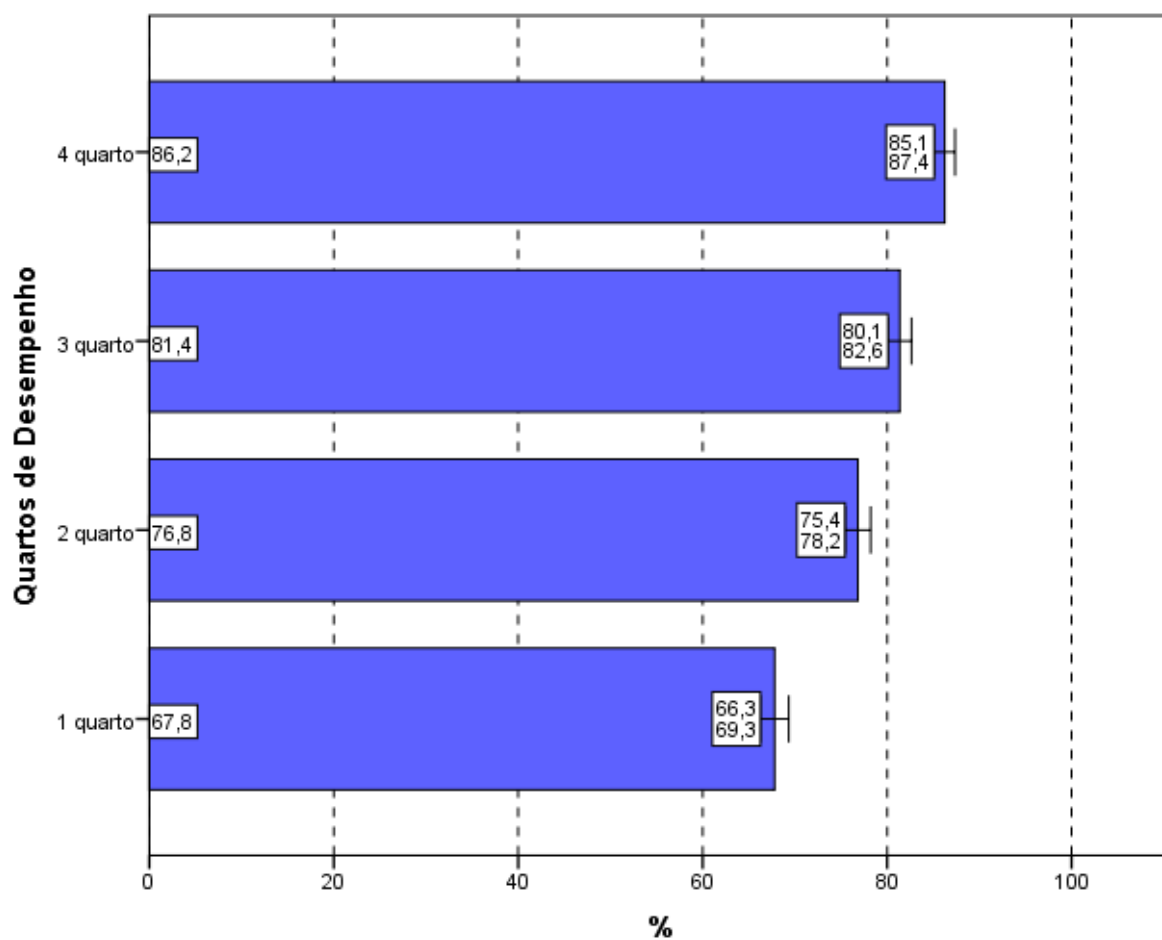


Gráfico 4.8 – Percentual de estudantes que consideraram que *todos* ou a *maioria* dos “enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos” por Quartos de Desempenho – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

4.3.2 Componente de Conhecimento Específico

Com relação aos enunciados das questões do Componente de Conhecimento Específico da prova, para 76,4% dos estudantes avaliados da Área de Publicidade e Propaganda, a clareza e a objetividade (Questão 5) estavam presentes em *todas* ou na *maioria* das questões (Gráfico 4.9, Gráfico 4.10, e no Anexo II, a Tabela II.5).

A maioria dos estudantes de todas as Grandes Regiões brasileiras considerou “claros e objetivos” *todas* ou a *maioria* dos enunciados das questões do Componente de Conhecimento Específico da prova, percentual sempre maior ou igual a 75,2%. A diferença entre a maior e a menor proporção, 81,3% (Centro-Oeste) e 75,2% (Sudeste), é estatisticamente significativa.

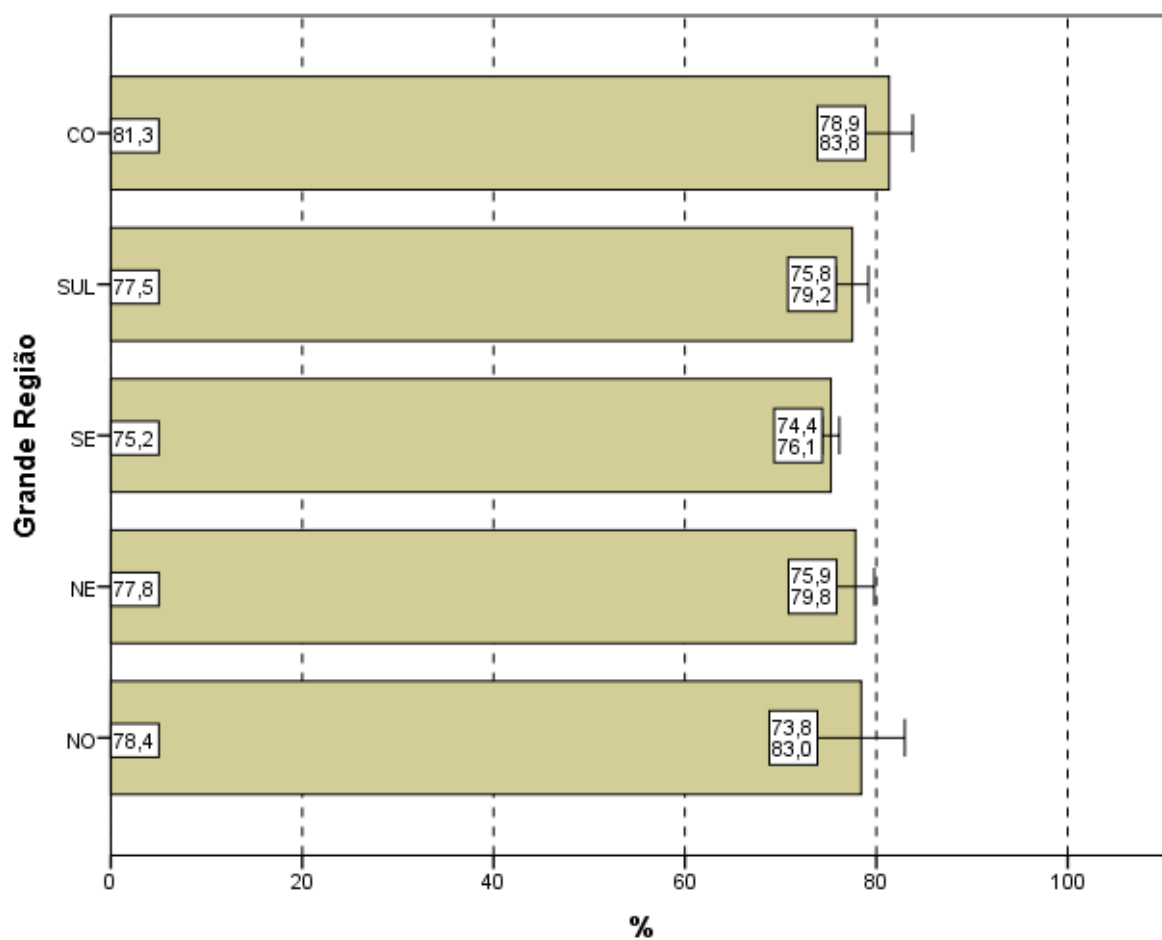


Gráfico 4.9 – Percentual de estudantes que consideraram que *todos* ou a *maioria* dos “enunciados das questões da prova na parte de Componente Específico estavam claros e objetivos” por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

A proporção de estudantes que consideraram os enunciados das questões “claros e objetivos” apresenta uma tendência crescente em relação ao aumento de desempenho: mais elevada no quarto superior (82,6%) se comparada ao quarto inferior de desempenho (67,1%). As diferenças entre os quartos de desempenho são estatisticamente significativas.

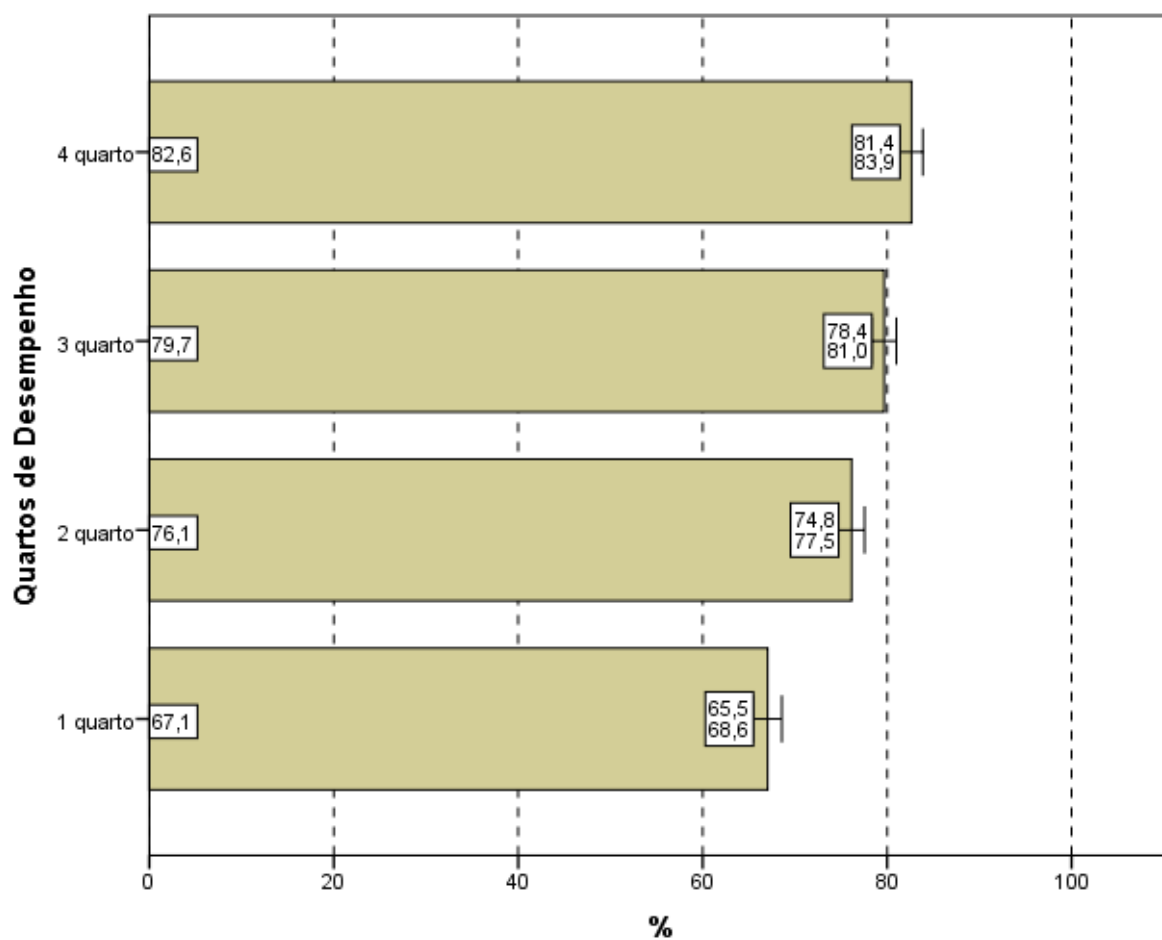


Gráfico 4.10 – Percentual de estudantes que consideraram que *todos* ou a *maioria* “enunciados das questões da prova na parte de Componente Específico estavam claros e objetivos” por Quartos de Desempenho – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

4.4 SUFICIÊNCIA DAS INFORMAÇÕES/INSTRUÇÕES FORNECIDAS

Ao avaliarem as informações/instruções fornecidas para a resolução das questões (Questão 6), 88,4% dos respondentes da Área de Publicidade e Propaganda de todo o Brasil afirmaram que estas eram *até excessivas* ou “suficientes” *em todas* ou *na maioria* das questões (Gráfico 4.11, Gráfico 4.12, e, no Anexo II, a Tabela II.6).

Quanto à distribuição de respondentes pelas Grandes Regiões, observa-se que a proporção de estudantes que consideraram as informações/instruções fornecidas *até excessivas* ou “suficientes” *em todas* ou *na maioria* das questões foi sempre superior ou igual a 87,3%, chegando a 90,0% na região Centro-Oeste. As diferenças entre os percentuais obtidos em cada região não são estatisticamente significativas.

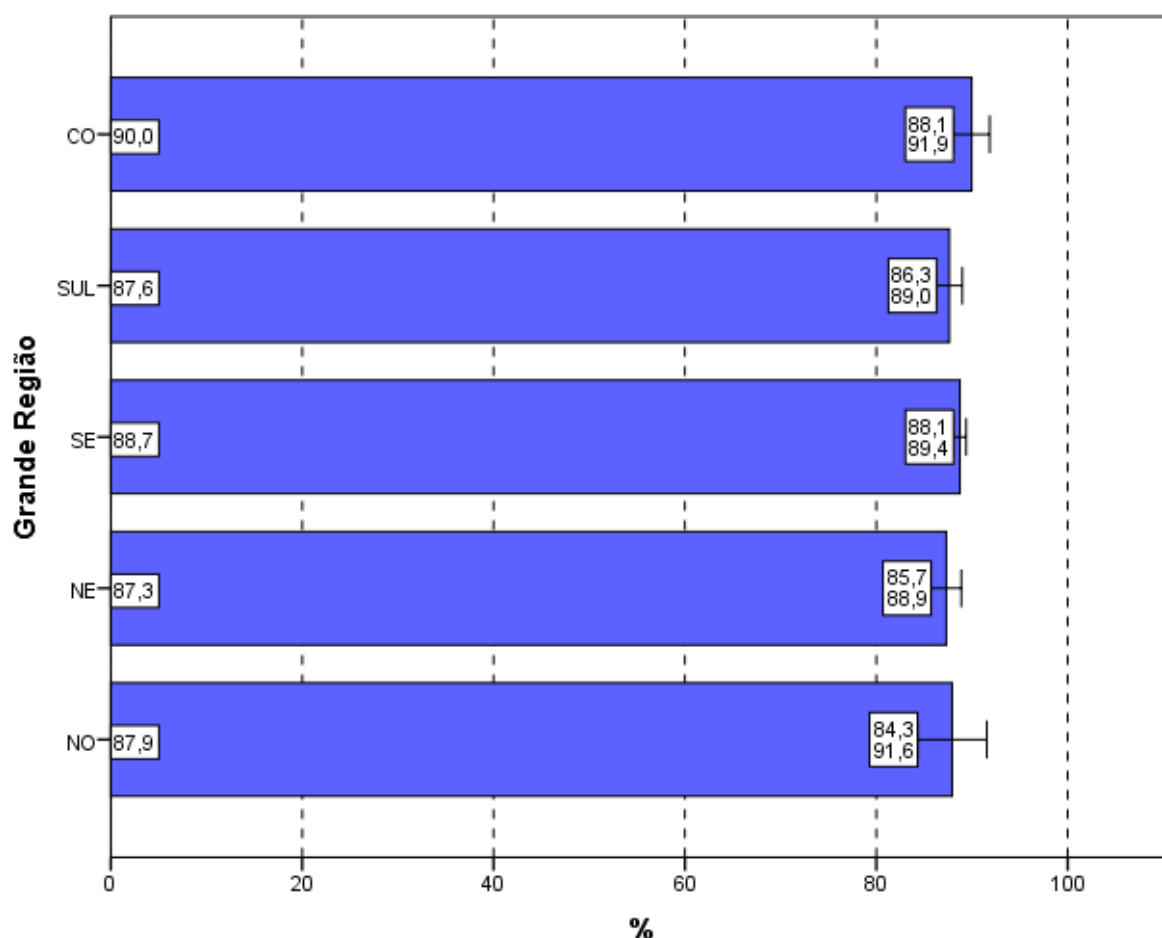


Gráfico 4.11 – Percentual de estudantes que consideraram como *até excessivas* ou “suficientes” *em todas* ou *na maioria* das questões “informações/instruções” fornecidas para a resolução das” mesmas por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Levando-se em conta o desempenho dos participantes, notam-se diferenças estatisticamente significativas entre as opiniões de estudantes dos quatro quartos de desempenho, como mostra o Gráfico 4.12. O percentual de participantes que avaliaram “as informações/instruções” como *até excessivas* ou “suficientes” *em todas* ou *na maioria* das questões foi mais elevado no quarto superior (92,7%), percentual superior à média nacional (88,4%). Já no quarto inferior, a suficiência das informações/instruções declarada como *até excessiva, em todas* ou *na maioria* das questões foi percebida por 82,7% dos respondentes. Estas proporções são crescentes com os quartos de desempenho.

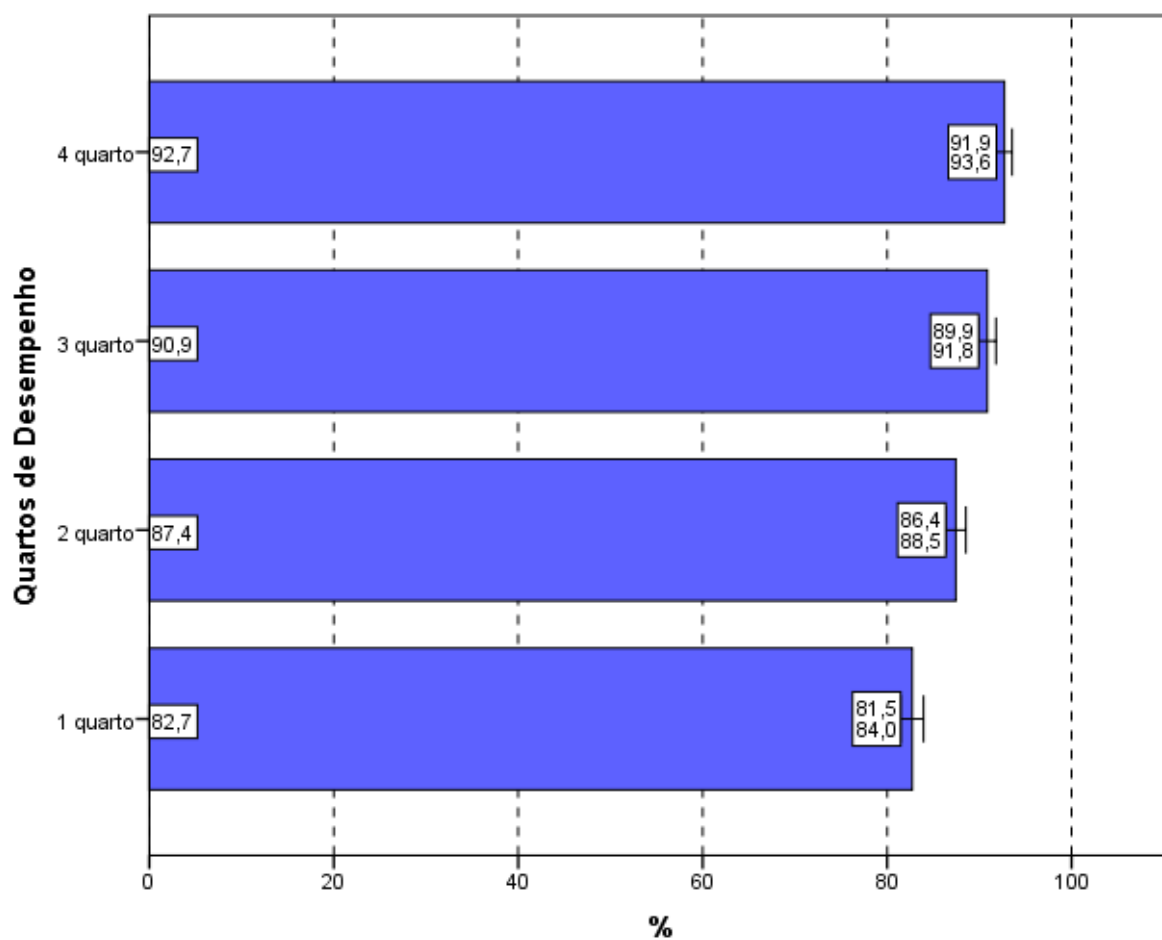


Gráfico 4.12 – Percentual de estudantes que consideraram como até excessivas ou “suficientes” em todas ou na maioria das questões “informações/instruções fornecidas para a resolução das” mesmas por Quartos de Desempenho – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

4.5 DIFICULDADE ENCONTRADA AO RESPONDER À PROVA

Perguntados sobre as dificuldades com as quais se depararam ao responder à prova (Questão 7), 12,5% dos estudantes apontaram o *Desconhecimento do conteúdo*. Para 41,9%, a *Forma diferente de abordagem do conteúdo* foi indicada como dificuldade. Já a *Falta de motivação para fazer a prova* foi a dificuldade apontada por 19,6% dos respondentes.

Considerando-se todo o Brasil, 22,4% dos respondentes afirmaram que não tiveram *qualquer tipo de dificuldade para responder à prova* (Tabela II.7 no Anexo II).

Os Gráficos 4.13 e 4.14 apresentam os percentuais de estudantes que apontaram o *Desconhecimento do conteúdo* como dificuldade percebida ao responder à prova.

Na análise por Grandes Regiões, o percentual de inscritos e presentes que apontaram o *Desconhecimento do conteúdo* como dificuldade ao responder à prova não superou 12,9%. Os percentuais variaram de 9,2% na região Norte a 12,9% nas regiões Sudeste e Sul, sendo a diferença entre os percentuais nas regiões Nordeste e Sudeste, a única que é estatisticamente significativa.

A *Forma diferente de abordagem do conteúdo* foi a escolha modal dos estudantes, com percentuais que variaram de 41,2% (região Sudeste) a 46,2% (Norte). O percentual de alunos que citaram a *Falta de motivação* como dificuldade variou de 10,5% (região Norte) a 20,4% (região Sudeste). Os que declararam não ter *qualquer tipo de dificuldade para responder à prova* variaram de 21,9% na região Sudeste a 28,0% na Norte.

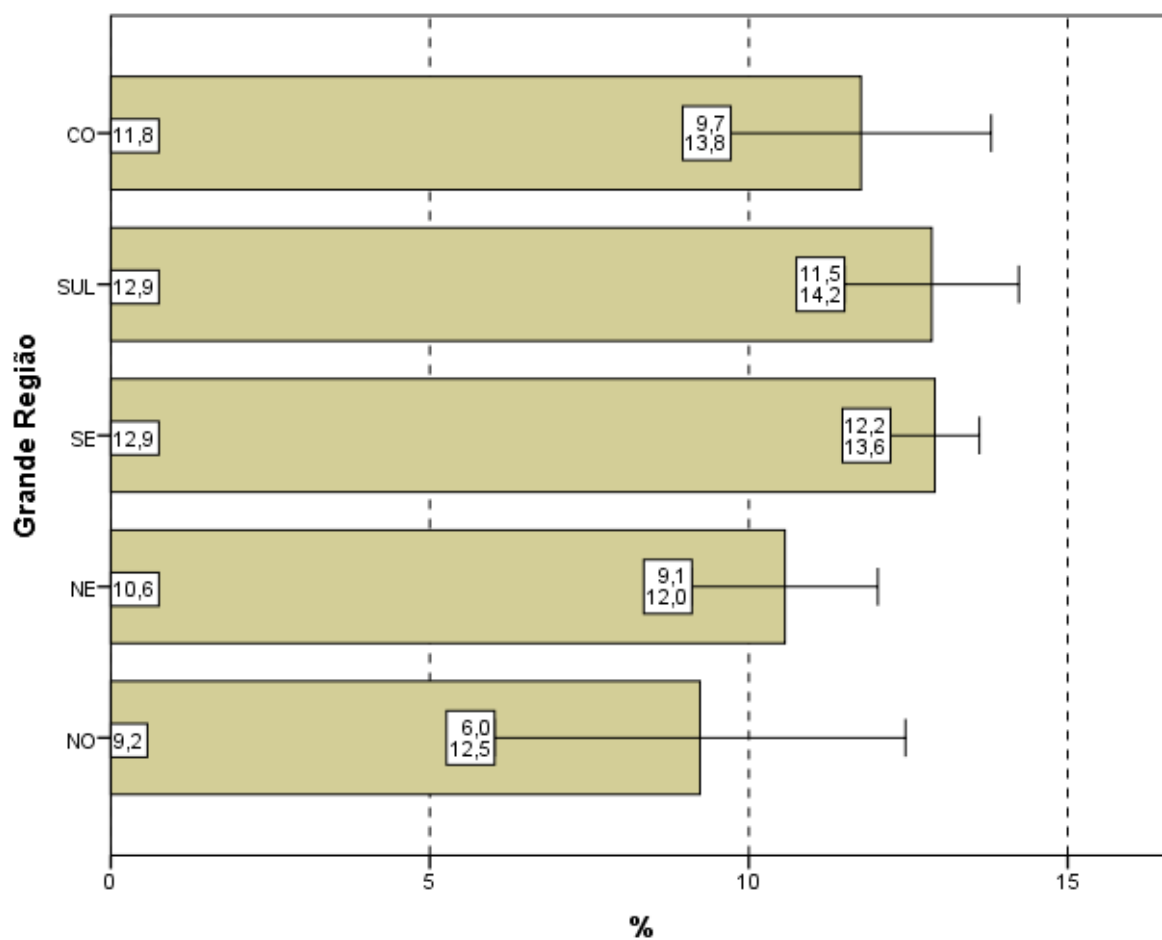


Gráfico 4.13 – Percentual de estudantes que consideraram o *Desconhecimento do conteúdo* como a principal “dificuldade ao responder à prova” por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Com relação aos quartos de desempenho, o *Desconhecimento do conteúdo* foi a opção escolhida por 12,4% dos estudantes do quarto superior e 12,8% do quarto inferior. A alternativa modal para os alunos, quando agregados pelos quartos de desempenho, foi que a dificuldade encontrada foi causada pela *Forma diferente de abordagem do conteúdo*: 39,7% no quarto inferior e 41,1% do quarto superior assim o responderam.

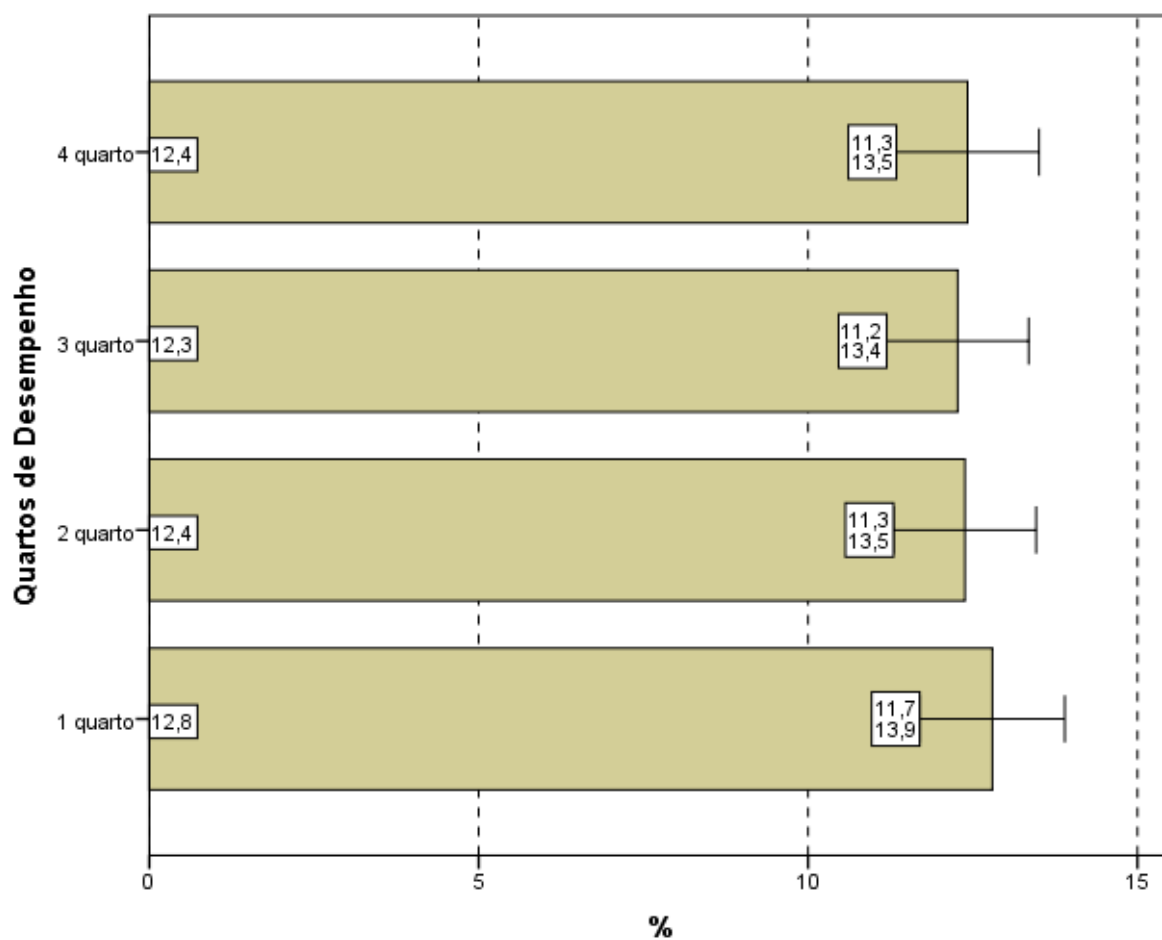


Gráfico 4.14 – Percentual de estudantes que consideraram o *Desconhecimento do conteúdo* como a principal “dificuldade ao responder à prova” por Quartos de Desempenho – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

4.6 CONTEÚDOS DAS QUESTÕES OBJETIVAS DA PROVA

Ao analisar os conteúdos das questões objetivas da prova (Questão 8), um percentual muito pequeno dos estudantes avaliados, apenas 3,3%, afirmou que *não estudou ainda a maioria desses conteúdos* (Gráficos 4.15, Gráfico 4.16, e a Tabelas II.8 no Anexo II). A maioria (79,2%) afirmou ter estudado e aprendido *muitos ou todos* os conteúdos avaliados.

Na análise por Grande Região, a proporção de respondentes que escolheram a opção *não estudou ainda a maioria desses conteúdos* foi pequena. Observa-se que nas regiões Nordeste (3,6%) e Sudeste (3,4%), apesar de pequenas, as proporções foram maiores do que a média nacional (3,3%). Observa-se que não há diferença estatisticamente significativa entre as regiões.

Em todas as regiões, a maioria dos presentes afirmou ter estudado e aprendido *muitos* ou *todos* os conteúdos, com proporções variando entre 78,1% na região Sul a 80,3% na região Nordeste.

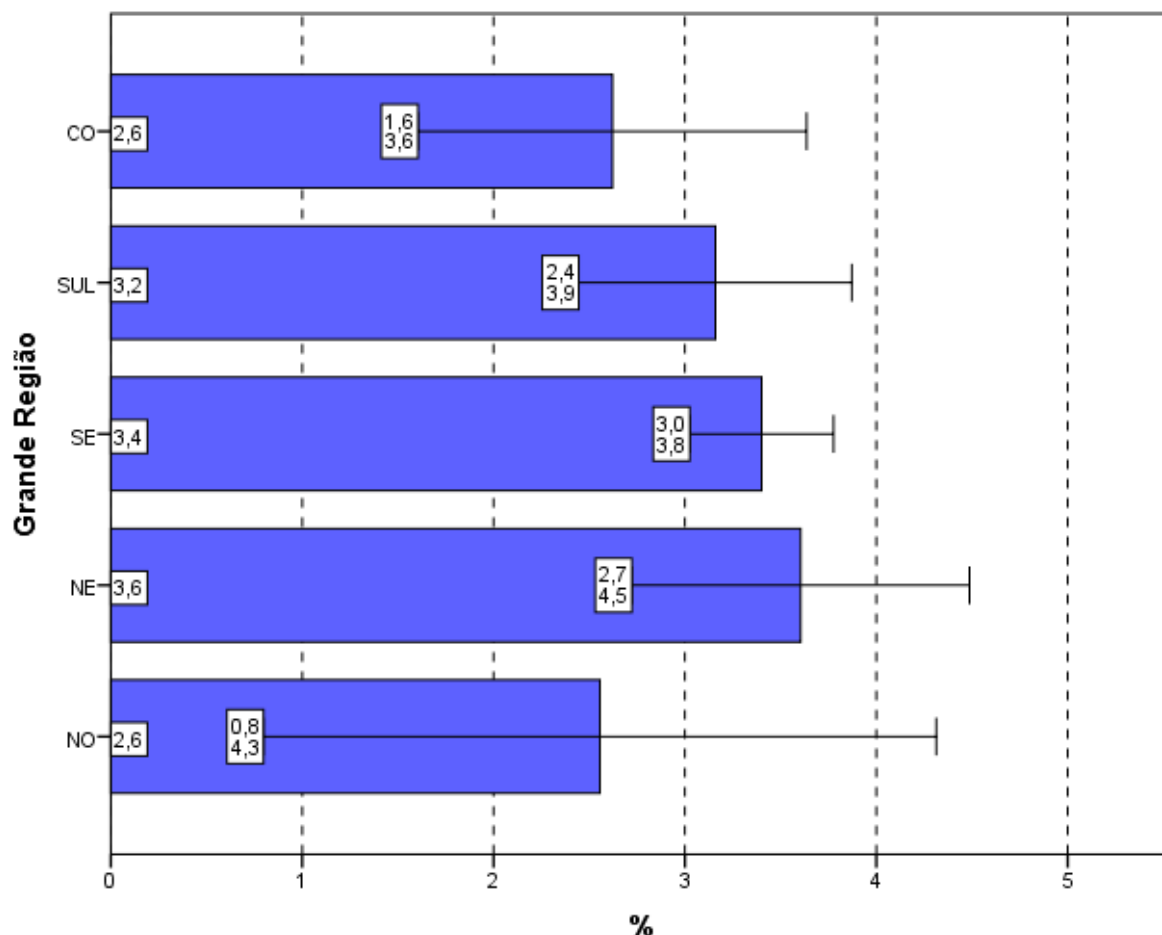


Gráfico 4.15 – Percentual de estudantes que informaram que *não* estudaram *ainda* a maioria desses conteúdos por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Considerando-se separadamente as opiniões de estudantes dos quatro quartos de desempenho, observa-se que, no quarto inferior, 6,7% ofereceram como resposta que *não estudou ainda a maioria desses conteúdos*, sendo 1,2% os do quarto superior com a mesma resposta. A diferença entre os alunos que optaram por este motivo de dificuldade nos quartos extremos é estatisticamente significativa.

Tendo em conta o quarto superior, 90,1% dos alunos afirmaram ter estudado e aprendido *muitos* ou *todos* os conteúdos. No outro extremo, no primeiro quarto, 65,3% optaram pelas mesmas categorias.

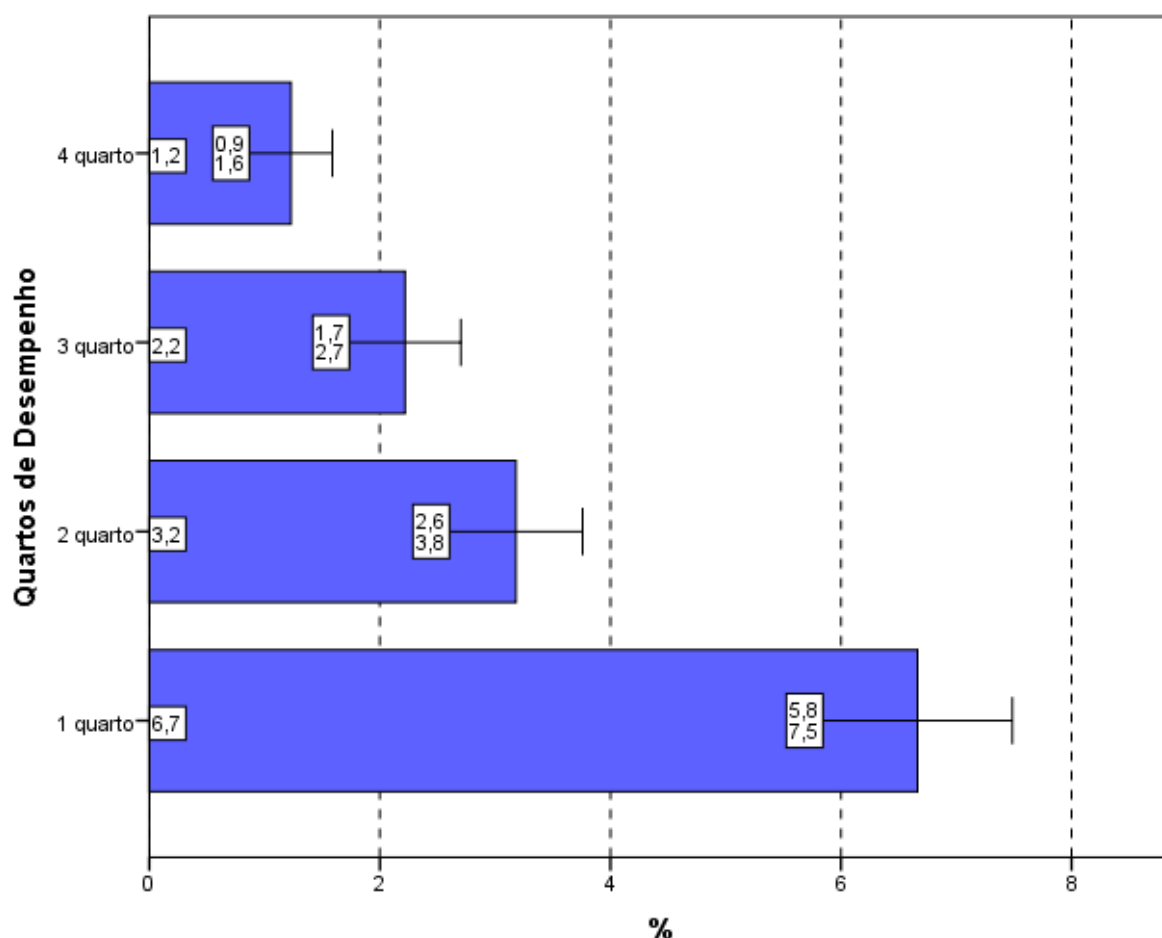


Gráfico 4.16 - Percentual de estudantes que informaram que *não* estudaram *ainda* a maioria desses conteúdos por Quartos de Desempenho – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

4.7 TEMPO GASTO PARA CONCLUIR A PROVA

Ao responderem sobre o tempo de conclusão da prova (Questão 9), mais da metade dos estudantes (63,6%) afirmou ter gasto *Entre duas e quatro horas* (Gráfico 4.17, Gráfico 4.18 e, no Anexo II, a Tabela II.9).

Considerando-se as cinco Grandes Regiões brasileiras, o percentual dos que utilizaram *Entre duas e quatro horas* para finalizar a prova foi inferior ao percentual nacional apenas nas regiões Sul (62,1%) e Sudeste (62,9%). Nas demais Grandes Regiões, o percentual de alunos que dispensaram *Entre duas e quatro horas* para concluir a prova ficou em 65,8% (região Centro-Oeste), 65,9% (região Nordeste) e 75,5% (Norte), como mostra o Gráfico 4.17.

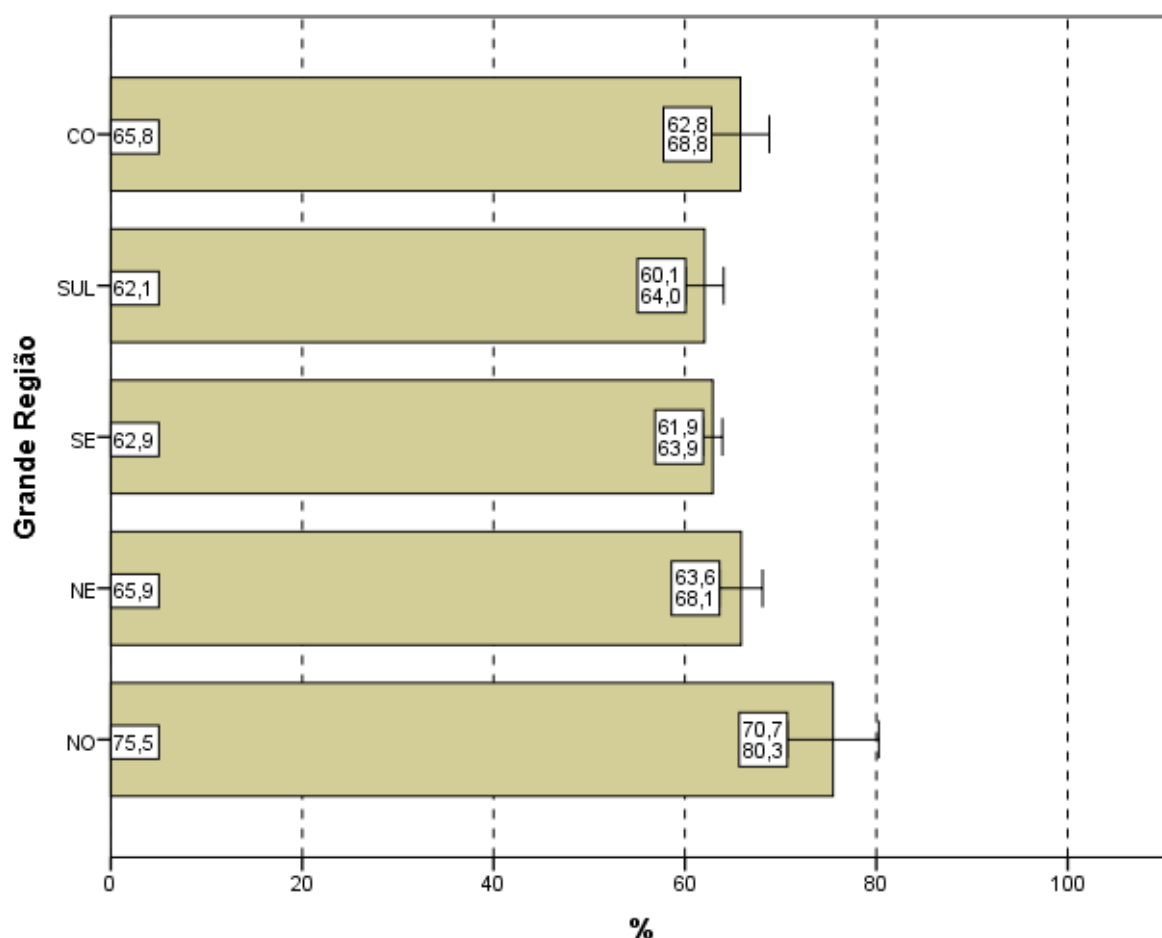


Gráfico 4.17 – Percentual de estudantes que perceberam que gastaram de *duas a quatro horas* “para concluir a prova” por Grande Região – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Uma vez sendo analisadas as alternativas escolhidas pelos estudantes que se situam nos diferentes quartos de desempenho, observa-se uma tendência crescente: uma maior proporção de participantes no quarto superior declarou ter gasto *Entre duas e quatro horas* “para concluir a prova” quando comparadas com os dos quartos inferiores. As diferenças entre os quartos de desempenho são estatisticamente significativas.

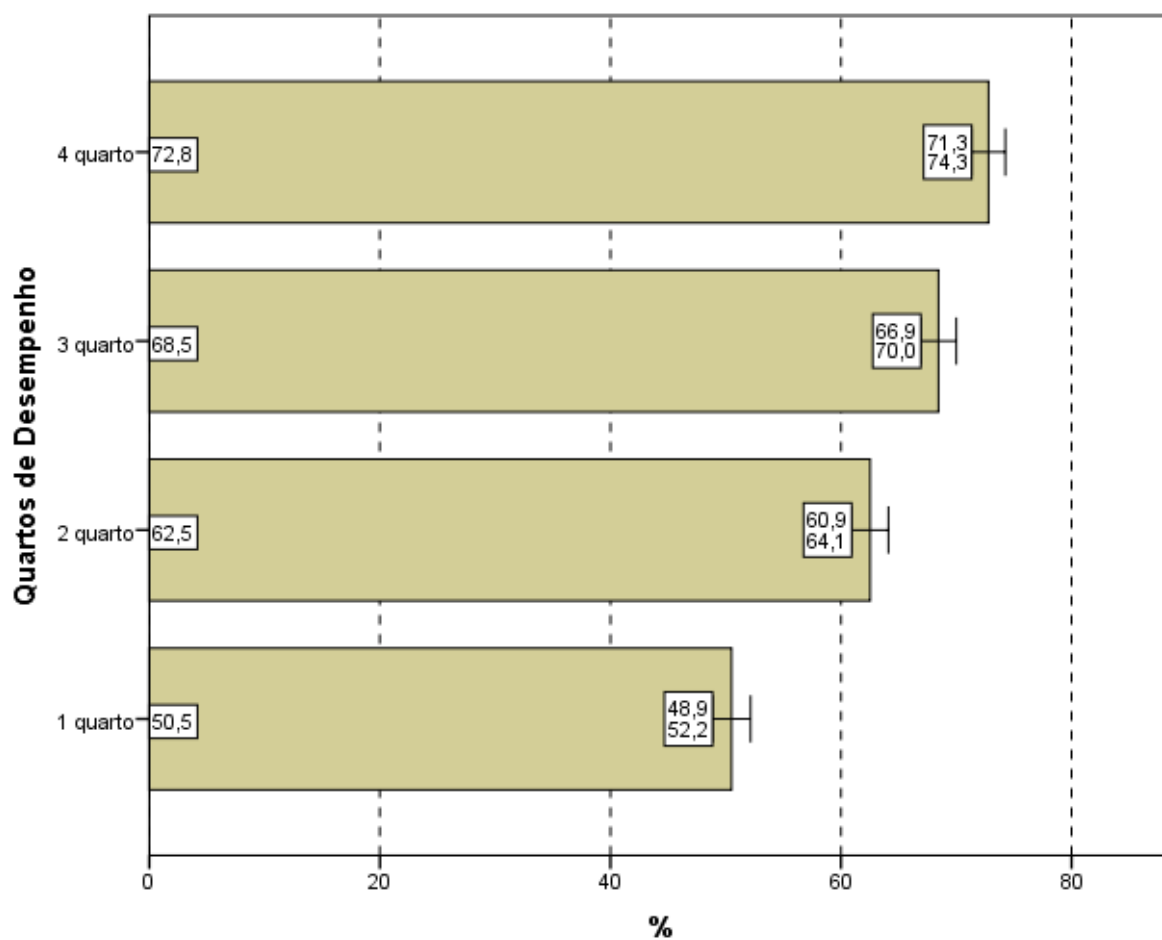


Gráfico 4.18 – Percentual de estudantes que perceberam que gastaram de *duas a quatro horas* “para concluir a prova” por Quartos de Desempenho – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

CAPÍTULO 5

DISTRIBUIÇÃO DOS CONCEITOS

5.1 PANORAMA NACIONAL DA DISTRIBUIÇÃO DOS CONCEITOS

O Conceito Enade é um indicador de qualidade que avalia o desempenho dos estudantes a partir dos resultados do Enade. Os valores possíveis vão de 1 (pior situação) a 5 (melhor situação). As Unidades de Observação com apenas um ou sem nenhum concluinte participante não obtêm o Conceito Enade, ficando Sem Conceito (SC).

A Tabela 5.1 apresenta a quantidade e distribuição de cursos de Publicidade e Propaganda participantes do Enade/2015, por faixa de conceito e Grande Região. Mais uma vez, ressaltando que a diferença entre os cursos tabulados neste capítulo e no capítulo 2 correspondem aos cursos sem conceito, em princípio, aqueles sem alunos concluintes que participassem da prova ou que tivessem tão somente um aluno concluinte¹⁸.

Observando-se os dados da Tabela 5.1, nota-se que, dos 355 cursos participantes, 163 (45,9%) classificaram-se com conceito 3, o valor modal. Este foi também o conceito modal em todas as regiões: Norte (43,8%), Nordeste (34,7%), Sudeste (46,5%), Sul (56,7%) e Centro-Oeste (40,0%). O conceito 2 foi o segundo mais frequente em nível nacional (22,5%, correspondendo a 80 cursos) e o conceito 4, o terceiro (22,3%, correspondendo a 79 cursos). Houve, ainda, 16 cursos (4,5%) que receberam conceito 5 e oito cursos (2,3%) que receberam conceito 1. Dos 355 cursos de Publicidade e Propaganda, nove cursos (2,5%) ficaram sem conceito (SC).

Tabela 5.1 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de Cursos Participantes por Grande Região, segundo o Conceito Enade – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Conceito Enade	Grande Região											
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	355	100,0	16	100,0	49	100,0	200	100,0	60	100,0	30	100,0
SC	9	2,5	0	0,0	1	2,0	7	3,5	0	0,0	1	3,3
1	8	2,3	0	0,0	1	2,0	5	2,5	1	1,7	1	3,3
2	80	22,5	4	25,0	16	32,7	45	22,5	6	10,0	9	30,0
3	163	45,9	7	43,8	17	34,7	93	46,5	34	56,7	12	40,0
4	79	22,3	4	25,0	12	24,5	44	22,0	15	25,0	4	13,3
5	16	4,5	1	6,3	2	4,1	6	3,0	4	6,7	3	10,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

¹⁸ Estes cursos com somente um concluinte não foram considerados no capítulo 2.

A região Norte participou com 16 cursos ou 4,5% do total nacional. Nesta região, o conceito 3 foi atribuído a sete cursos dos 16 participantes, o que equivale a 43,8% do total regional, além de ser o conceito modal na região. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou com conceito 1. Oito cursos foram avaliados com conceitos 2 ou 4 (quatro cursos, cada), correspondendo a 25,0% do total regional cada.

A região Nordeste participou com 49 cursos ou 13,8% do total nacional. Nesta região, 17 cursos, 34,7% em termos regionais, obtiveram conceito 3, o conceito modal para a região. Os conceitos 2 e 4 foram atribuídos, respectivamente, a 16 e 12 cursos (32,7% e 24,5%). Um curso (2,0%) obteve o conceito 1 e dois cursos (4,1%) foram avaliados com o conceito 5. Apenas um curso ficou sem conceito (SC) nessa região.

Dos 200 cursos participantes da região Sudeste (56,3% do total nacional), o conceito 3 também foi o conceito modal, e foi obtido por 93 cursos (46,5%). O conceito 1 foi atribuído a cinco cursos (2,5%) e os conceitos 2 e 4 a 45 e 44 cursos, correspondendo a 22,5% e 22,0%, respectivamente. O conceito 5 foi atribuído a seis cursos (3,0%). Nesta região, sete cursos (3,5%) ficaram sem conceito (SC).

Os 60 cursos da região Sul ficaram distribuídos em todas as faixas de conceitos. Há predominância do conceito 3 com 56,7% (conceito modal), ou seja, 34 dos 60 cursos participantes na região Sul. O conceito 1 foi atribuído a apenas um curso (1,7%), o 2 foi atribuído a seis cursos (10,0%) e o conceito 4, a 15 cursos (25,0%). O conceito 5 foi recebido por quatro cursos (6,7%). Nenhum curso na região Sul ficou sem conceito (SC).

Já dos 30 cursos participantes na região Centro-Oeste, 12 receberam conceito 3, o conceito modal (40,0%). Nesta região, apenas um curso ficou sem conceito (SC) e apenas um curso foi alocado no conceito 1, correspondendo a 3,3% dos cursos nessa região. Dos demais, nove cursos foram avaliados com conceito 2 (30,0%), quatro cursos foram avaliados com o conceito 4 (13,3%) e três cursos obtiveram conceito 5, correspondendo a 10,0%, nessa região.

O Gráfico 5.1 apresenta a distribuição do Conceito Enade segundo Grande Região: poligonais mais à esquerda representam Grandes Regiões com pior distribuição, e poligonais mais à direita, Grandes Regiões com melhores conceitos. Neste caso, as poligonais se entrecortam e não é possível reconhecer uma hierarquia de valores de pior à melhor distribuição.

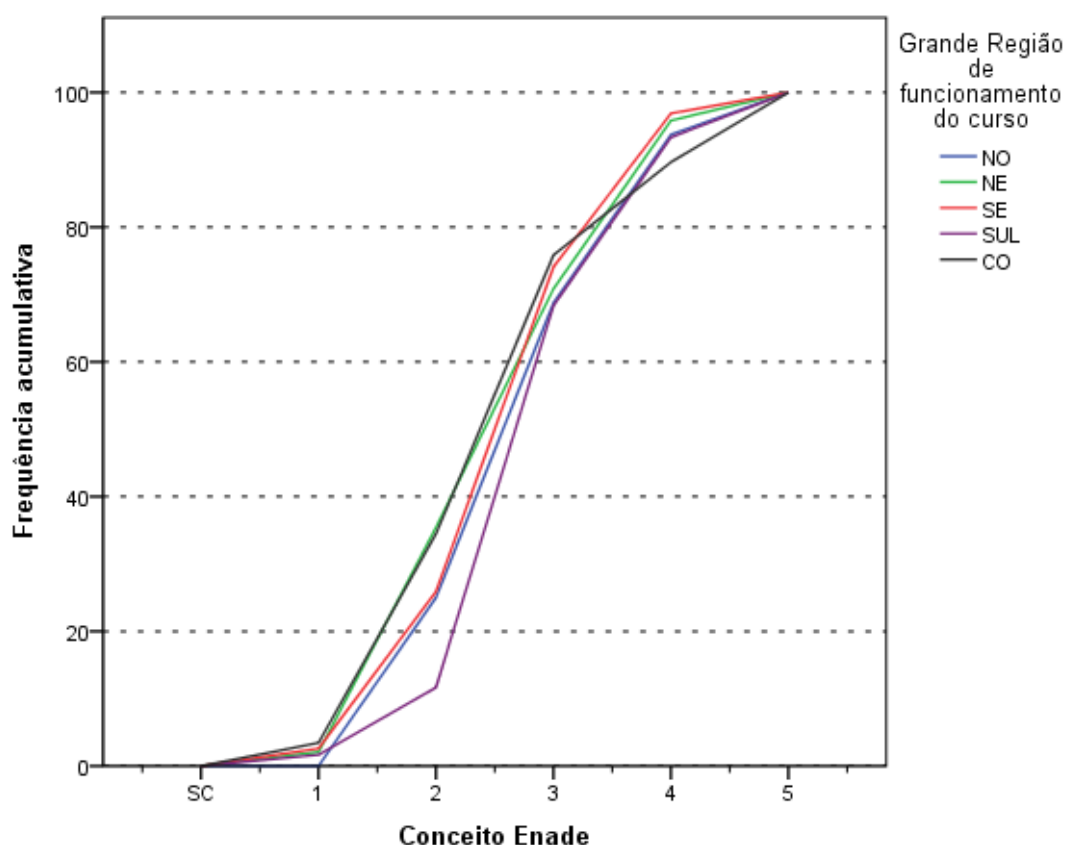


Gráfico 5.1 – Distribuição cumulativa do Conceito Enade segundo a Grande Região – Publicidade e Propaganda – Enade/2015

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

5.2 CONCEITOS POR CATEGORIA ADMINISTRATIVA E POR GRANDE REGIÃO

A Tabela 5.2 apresenta a distribuição dos cursos participantes do Enade/2015 de Publicidade e Propaganda, por Categoria Administrativa, de acordo com os conceitos por eles alcançados, segundo as Grandes Regiões brasileiras. Dos 355 cursos participantes, 31 (8,7%) eram ministrados em Instituições Públicas e 324 (91,3%), em Instituições Privadas.

De acordo com as informações da Tabela 5.2, em termos nacionais, entre Instituições Públicas e Privadas, nota-se que das 16 IES que receberam 5 como conceito, 10 eram Públicas e seis Privadas. Dos 31 cursos participantes de IES Públicas, o conceito 3 foi o valor modal, atribuído a 11 cursos (35,5%). Entre os demais cursos de Instituições Públicas participantes, quatro cursos (12,9%) foram avaliados com conceito 2, seis cursos obtiveram conceito 4 (19,4% da categoria) e, como já

comentado, 10 foram alocados ao conceito 5 (32,3%). Nesta categoria, nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou foi avaliado com o conceito 1.

Na rede privada, o conceito modal foi 3, com 152 cursos dos 324 da categoria. Entre os demais cursos participantes, oito receberam conceito 1, e 76, conceito 2. O conceito 4 foi atribuído a 73 cursos e o conceito 5, a seis cursos. Nesta Categoria Administrativa, nove cursos ficaram sem conceito (SC).

Tabela 5.2 – Total de Cursos Participantes por Categoria Administrativa, segundo a Grande Região e o Conceito Enade – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grande Região / Conceito Enade		Categoria Administrativa		
		Total	Pública	Privada
Brasil		355	31	324
	SC	9	0	9
	1	8	0	8
	2	80	4	76
	3	163	11	152
	4	79	6	73
	5	16	10	6
NO		16	2	14
	SC	0	0	0
	1	0	0	0
	2	4	0	4
	3	7	1	6
	4	4	0	4
	5	1	1	0
NE		49	5	44
	SC	1	0	1
	1	1	0	1
	2	16	0	16
	3	17	1	16
	4	12	2	10
	5	2	2	0
SE		200	13	187
	SC	7	0	7
	1	5	0	5
	2	45	4	41
	3	93	5	88
	4	44	3	41
	5	6	1	5
SUL		60	8	52
	SC	0	0	0
	1	1	0	1
	2	6	0	6
	3	34	4	30
	4	15	0	15
	5	4	4	0
CO		30	3	27
	SC	1	0	1
	1	1	0	1
	2	9	0	9
	3	12	0	12
	4	4	1	3
	5	3	2	1

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Na análise por região, observa-se que, na região Norte, as Instituições Privadas participaram com 14 cursos (87,5% do total regional), dos quais nenhum ficou sem conceito (SC) ou com conceitos 1 ou 5. O conceito modal para as Instituições Privadas na região foi 3, com seis cursos, correspondendo a 42,9%, quatro cursos (28,6%) foram

alocados no conceito 4 e outros quatro (28,6%), no conceito 2. As Instituições Públicas participaram com apenas dois cursos na região Norte (12,5% do total regional), dos quais um curso obteve o conceito 3 e outro curso recebeu o conceito 5, correspondendo, respectivamente, a 50% cada um. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou recebeu os demais conceitos nesta combinação de categoria e região.

Na região Nordeste, a rede privada concentrou 44 dos 49 cursos participantes, o equivalente a 89,8% do total da região. Os valores distribuíram-se numa moda em dois valores contíguos, visto que os conceitos 2 e 3, que registraram a maior frequência, foram atribuídos a 16 cursos cada. Dentre os demais cursos oferecidos por IES Privadas no Nordeste, um curso ficou alocado no conceito 1 e 10 cursos obtiveram conceito 4. Apenas um curso ficou sem conceito (SC) enquanto nenhum obteve conceito 5. As Instituições Públicas dessa região participaram com cinco cursos (10,2%). Os valores apresentaram uma moda distribuída em dois valores contíguos, visto que os conceitos 4 e 5, que registraram a maior frequência, foram atribuídos a dois cursos cada. Apenas um curso foi alocado no conceito 3. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou recebeu os demais conceitos nesta combinação de categoria e região.

Na região Sudeste, a proporção de cursos da rede privada, 93,5%, foi mais elevada do que nas demais regiões brasileiras, correspondendo a 187 dos 200 cursos participantes. Nesta categoria, na região Sudeste, o conceito modal foi 3 (88 cursos). Nesta combinação de Categoria Administrativa e Grande Região, sete cursos não receberam conceito (SC). Os demais foram avaliados com conceito 1 (cinco cursos), conceito 2 (41 cursos), conceito 4 (41 cursos) e conceito 5 (cinco cursos). Entre os 13 cursos oferecidos por Instituições Públicas na região Sudeste, o conceito modal foi 3 (cinco cursos) e os demais cursos receberam os conceitos 2 (quatro cursos), 4 (três cursos) e 5 (um curso). Na região Sudeste, nesta categoria, nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou foi avaliado com conceito 1.

As Instituições Privadas concentraram 52 dos 60 cursos participantes da região Sul, 86,7% do total regional. Desses, 30 ficaram com conceito 3, o conceito modal. Nesta combinação de Categoria Administrativa e Grande Região, 15 cursos ficaram com conceito 4 e seis cursos obtiveram conceito 2. Um único curso foi associado ao conceito 1. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou obteve conceito 5. As Instituições Públicas na região Sul participaram com oito cursos (13,3%), uma moda distribuída em dois conceitos contíguos. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou recebeu os demais conceitos.

Na região Centro-Oeste, 27 dos 30 cursos participantes eram de Instituições Privadas (90,0% em termos regionais). Destes, 12 concentraram-se no conceito 3, conceito modal. Dentre os demais, um recebeu o conceito 1, nove receberam conceito 2, três receberam conceito 4 e apenas um obteve conceito 5. Apenas um curso ficou sem conceito (SC). Dos três cursos oferecidos por Instituições Públicas, dois foram avaliados com conceito 5, conceito modal, seguidos de um curso que obteve conceito 4. Nenhum curso de IES pública ficou sem conceito (SC) ou recebeu os demais conceitos restantes dessa categoria e região.

O Gráfico 5.2 apresenta a distribuição do Conceito Enade segundo a Categoria Administrativa da IES. Os cursos em IES Públicas (linha azul) apresentam uma poligonal mais à direita do que os em IES Privadas (linha verde) e, conseqüentemente, uma distribuição de Conceitos Enade com valores maiores.

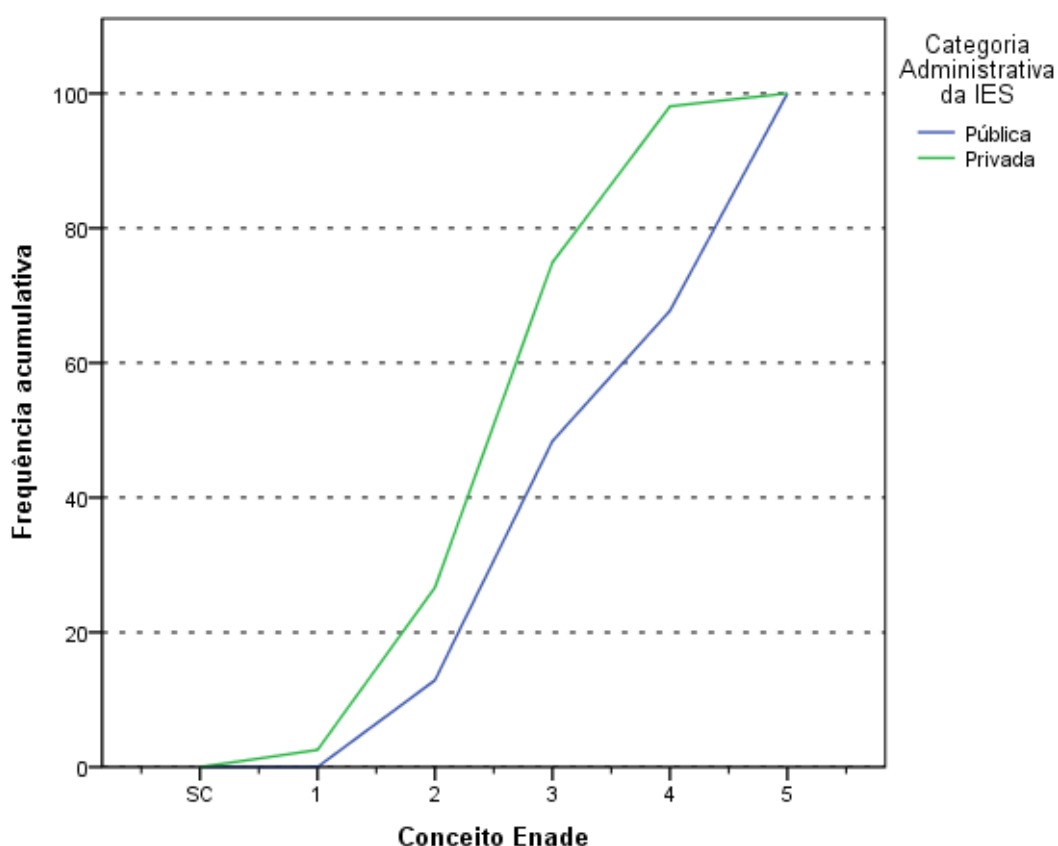


Gráfico 5.2 – Distribuição cumulativa do Conceito Enade segundo a Categoria Administrativa – Publicidade e Propaganda – Enade/2015

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

5.3 CONCEITOS POR ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E POR GRANDE REGIÃO

Na Tabela 5.3, encontra-se a distribuição dos conceitos atribuídos aos cursos participantes do Enade/2015 na Área de Publicidade e Propaganda, por Organização Acadêmica, segundo as Grandes Regiões brasileiras. Dos 355 cursos de Publicidade e Propaganda participantes, 138 eram oferecidos em Universidades; 80 cursos em Centros Universitários; e 137 em Faculdades. Esta distribuição corresponde, respectivamente, a 38,9%, 22,5% e 38,6% dos cursos.

De acordo com os dados apresentados, de todos os 16 cursos que receberam 5 como conceito, 13 eram vinculados a Universidades. Três cursos oferecidos em Universidades ficaram sem conceito (SC) e um, com conceito 1. Esse tipo de Organização Acadêmica teve o conceito 3 como modal, atribuído a 65 cursos (47,1%). Os demais cursos de Universidades avaliados receberam os conceitos 2 (26 cursos), 4 (30 cursos) e conceito 5 (13 cursos, como já mencionado).

Entre os cursos em Centros Universitários, o conceito modal foi 3, atribuído a 41 cursos (51,3%). Neste tipo de Organização Acadêmica, somente um curso ficou com conceito 5 e os outros cursos receberam os conceitos 1 (três cursos), 2 (18 cursos) e 4 (15 cursos). Dois cursos ficaram sem conceito (SC).

Nas Faculdades, 57 dos 137 cursos ficaram alocados no conceito 3, conceito modal. Dos demais cursos, quatro cursos obtiveram 1 como conceito, 36 receberam 2 como conceito, 34 cursos obtiveram conceito 4 e dois cursos receberam conceito 5. Quatro cursos ficaram sem conceito (SC) neste tipo de Organização Acadêmica.

Tabela 5.3 – Total de Cursos Participantes por Organização Acadêmica, segundo a Grande Região e o Conceito Enade – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grande Região / Conceito Enade		Organização Acadêmica			
		Total	Universidades	Centros universitários	Faculdades
Brasil		355	138	80	137
	SC	9	3	2	4
	1	8	1	3	4
	2	80	26	18	36
	3	163	65	41	57
	4	79	30	15	34
	5	16	13	1	2
NO		16	4	4	8
	SC	0	0	0	0
	1	0	0	0	0
	2	4	1	1	2
	3	7	1	2	4
	4	4	1	1	2
	5	1	1	0	0
NE		49	12	7	30
	SC	1	0	0	1
	1	1	0	0	1
	2	16	2	1	13
	3	17	6	4	7
	4	12	2	2	8
	5	2	2	0	0
SE		200	86	46	68
	SC	7	3	2	2
	1	5	1	2	2
	2	45	18	11	16
	3	93	39	25	29
	4	44	21	6	17
	5	6	4	0	2
SUL		60	28	14	18
	SC	0	0	0	0
	1	1	0	1	0
	2	6	3	1	2
	3	34	17	7	10
	4	15	4	5	6
	5	4	4	0	0
CO		30	8	9	13
	SC	1	0	0	1
	1	1	0	0	1
	2	9	2	4	3
	3	12	2	3	7
	4	4	2	1	1
	5	3	2	1	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Considerando-se separadamente as regiões brasileiras, verifica-se que, na região Norte, as Universidades concentraram quatro dos 16 cursos participantes. A cada um desses quatro cursos foi atribuído um dos seguintes conceitos: 2, 3, 4 e 5. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou recebeu o conceito 1 nesta categoria e região.

Os Centros Universitários da região Norte foram representados por quatro cursos. O conceito 3 foi atribuído a dois cursos, sendo o valor modal. Os conceitos 2 ou 4 foram obtidos por um curso cada. Nenhum curso ficou sem conceito ou recebeu os demais conceitos. As Faculdades participaram com oito cursos na região Norte, que receberam conceitos 3 (quatro cursos, conceito modal) e 2 ou 4 (dois cursos cada). Nenhum curso ficou sem conceito ou recebeu os demais conceitos.

Na região Nordeste, as Universidades participaram com 12 dos 49 cursos na Área de Publicidade e Propaganda. O conceito modal foi 3, atribuído a seis cursos, enquanto o conceito 2, 4 ou 5 foi atribuído a dois cursos cada. Nenhum dos cursos oferecidos por Universidades no Nordeste ficou sem conceito (SC) ou recebeu o conceito 1.

Os Centros Universitários contaram com sete cursos participantes na região Nordeste, dos quais quatro obtiveram o conceito 3, conceito modal. Dos demais, um curso recebeu conceito 2 e dois obtiveram conceito 4. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou recebeu os demais conceitos. As Faculdades foram representadas por 30 cursos na região Nordeste, dos quais um recebeu conceito 1, 13 o conceito 2, conceito modal, sete obtiveram conceito 3 e oito receberam conceito 4. Apenas um curso ficou sem conceito (SC), enquanto nenhum recebeu o conceito 5.

Na região Sudeste, as Universidades concentraram 86 dos 200 cursos da região. Entre os cursos em Universidades, nessa região, o conceito modal foi 3, atribuído a 39 cursos, enquanto três cursos ficaram sem conceito (SC) e um curso recebeu conceito 1. Os demais cursos receberam os conceitos 2 (18 cursos), 4 (21 cursos) e 5 (quatro cursos).

Os Centros Universitários participaram com 46 cursos na região Sudeste, dos quais 25 obtiveram o conceito modal 3, enquanto dois cursos ficaram com conceito 1, 11 com conceito 2 e seis cursos com conceito 4. Dois cursos ficaram sem conceito (SC) enquanto nenhum recebeu conceito 5 nessa categoria e região. As Faculdades foram representadas por 68 cursos na região Sudeste, dos quais quatro receberam os conceitos 1 e 5 (dois cursos, cada). Os demais se distribuíram nos conceitos 2 (16 cursos), 3 (29 cursos, conceito modal) e 4 (17 cursos).

Dos 60 cursos da região Sul, 28 eram de Universidades, para os quais o conceito modal foi 3, atribuído a 17 cursos. Nesse tipo de organização, nenhum dos cursos ficou sem conceito (SC) ou recebeu o conceito 1. Os demais receberam os conceitos 2 (três cursos), 4 ou 5 (quatro cursos cada).

Dos 14 cursos participantes de Centros Universitários da região Sul, dois cursos obtiveram conceitos 1 e 2 (um curso cada), sete cursos receberam conceito 3, conceito modal, e cinco foram avaliados com o conceito 4. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou recebeu conceito 5. Foram 18 os cursos vinculados a Faculdades na região Sul, e dez desses receberam conceito 3, o conceito modal. Dois cursos receberam o conceito 2 e seis o conceito 4. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou recebeu os demais conceitos nessa categoria e região.

Na região Centro-Oeste, oito dos 30 cursos eram de Universidades. Nesse tipo de organização, nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou com conceito 1. Os conceitos 2, 3, 4 e 5 foram atribuídos, cada um deles, a dois cursos.

Os Centros Universitários da região Centro-Oeste contaram com nove cursos, que obtiveram conceitos 2, conceito modal (quatro cursos), conceito 3 (três cursos) e os conceitos 4 e 5, que foram obtidos cada qual por um curso. Nenhum curso ficou sem conceito (SC) ou recebeu o conceito 1. Dos 13 cursos oferecidos em Faculdades na região Centro-Oeste, sete ficaram alocados no conceito 3, conceito modal, e três obtiveram conceito 2. Os conceitos 1 e 4 foram atribuídos a um curso cada. Apenas um curso ficou sem conceito (SC), enquanto nenhum recebeu conceito 5.

O Gráfico 5.3 apresenta a distribuição do Conceito Enade, segundo a Organização Acadêmica da IES. Os cursos em Universidades (linha azul) apresentam uma poligonal mais à direita do que as demais, denotando uma melhor distribuição de Conceitos Enade. No outro extremo, temos os cursos oferecidos em Centros Universitários (linha verde) e em Faculdades (linha vermelha) com as respectivas poligonais mais à esquerda, se entrecruzando, e, conseqüentemente, denotando uma distribuição de Conceitos Enade com menores valores.

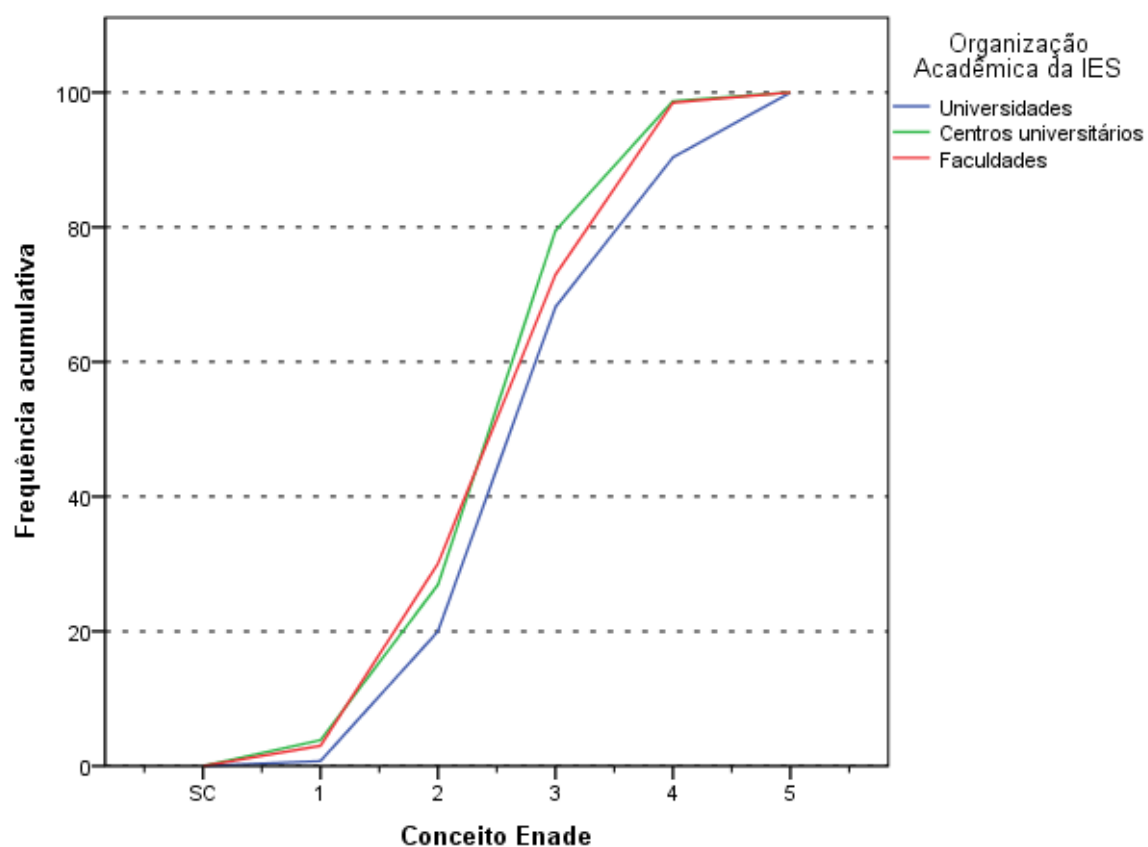


Gráfico 5.3 – Distribuição cumulativa do Conceito Enade segundo Organização Acadêmica – Publicidade e Propaganda – Enade/2015

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

CAPÍTULO 6

CARACTERÍSTICAS DOS ESTUDANTES E COORDENADORES E IMPRESSÕES SOBRE ATIVIDADES ACADÊMICAS E EXTRACURRICULARES

Neste capítulo, serão apresentadas características dos estudantes e dos coordenadores da Área de Publicidade e Propaganda. A primeira seção tratará dos estudantes e de algumas comparações nas opiniões de estudantes e coordenadores. A segunda seção tratará dos coordenadores. A íntegra das tabelas desagregadas ainda por quartos de desempenho e sexo dos estudantes está disponível no Anexo III. O Anexo IV apresenta o cruzamento das informações correspondentes dos questionários dos estudantes e dos coordenadores de cursos. Os Anexos V e VI apresentam, respectivamente, a íntegra dos questionários do estudante e do coordenador.

6.1. PERFIL DO ESTUDANTE

Para o levantamento das características dos estudantes de Publicidade e Propaganda que participaram do ENADE/2015, o universo foi constituído por 14.691 inscritos que compareceram à prova e responderam ao “Questionário do Estudante” na página do INEP. Nesta seção, serão apresentadas tabelas com informações selecionadas do questionário, além das informações de sexo e idade fornecidas pela IES. Algumas impressões dos estudantes e dos coordenadores sobre o funcionamento do curso são cotejadas nesta seção.

6.1.1 Características demográficas e socioeconômicas¹⁹

A Tabela 6.1 apresenta a distribuição por sexo e idade do total de respondentes. As percentagens que representam as participações de uma dada combinação de sexo e grupo etário somam 100%. Tabelas equivalentes às encontradas nesta seção, mas considerando percentagens que somam 100% nas colunas estão disponíveis no Anexo III.

Constatou-se que os estudantes da Área de Publicidade e Propaganda eram, em sua maior parte, do sexo *Feminino* (total de 57,5%), sendo 48,3% os estudantes

¹⁹ Cumpre lembrar uma das convenções para tabelas numéricas (pág. iii) sobre a possibilidade de a soma das partes não resultar em 100% por questão de arredondamento.

desse sexo no segmento mais jovem, até 24 anos. A proporção de estudantes nos grupos etários diminui com o aumento da idade, para os estudantes em ambos os sexos.

O grupo etário que apresentou a segunda maior frequência de estudantes foi o entre 25 e 29 anos, com 15,2% do total: 8,5% sendo do sexo *Masculino* nesse grupo etário e 6,6%, do sexo *Feminino*. Em 2015, a *Média* das idades dos concluintes de Publicidade e Propaganda do sexo *Masculino* foi maior do que a do sexo *Feminino*, respectivamente 23,6 e 22,4 anos. O *Desvio padrão* das idades também foi maior para os estudantes do sexo *Masculino* do que para os do sexo *Feminino*, respectivamente, 4,2 e 3,6 anos.

Tabela 6.1 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo o Grupo etário, a Média e o Desvio padrão das idades – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grupo etário	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
até 24 anos	79,0%	30,7%	48,3%
entre 25 anos e 29 anos	15,2%	8,5%	6,6%
entre 30 anos e 34 anos	3,9%	2,2%	1,7%
acima de 35 anos	2,0%	1,2%	0,8%
Total	100,0%	42,5%	57,5%
Média	22,9	23,6	22,4
Desvio padrão	3,9	4,2	3,6

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

A Tabela 6.2 ilustra a distribuição das respostas segundo o sexo do inscrito quanto à sua Cor/etnia. No universo considerado, 70,0% dos estudantes se declararam *Branco(as)* (29,1% do sexo *Masculino* e 40,9% do sexo *Feminino*). Os que se declararam *Pardos(as)/mulatos(as)* corresponderam a 21,4% do total de estudantes (9,4% do sexo *Masculino* e 12,0% do sexo *Feminino*). Já os que se declararam *Negros(as)* representam 6,5% do universo: 3,1% do sexo *Masculino* e 3,4% do sexo *Feminino*. Além disso, 1,6% dos estudantes se declarou *Amarelo(a) (de origem oriental)* e 0,5% dos estudantes se declarou como *Indígena ou de origem indígena*.

Tabela 6.2 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo a Cor/etnia – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Cor/etnia	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Branco(a)	70,0%	29,1%	40,9%
Negro(a)	6,5%	3,1%	3,4%
Pardo(a)/mulato(a)	21,4%	9,4%	12,0%
Amarelo(a) (de origem oriental)	1,6%	0,6%	1,0%
Indígena ou de origem indígena	0,5%	0,2%	0,3%
Total	100,0%	42,5%	57,5%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Com relação à faixa de renda mensal familiar²⁰ declarada pelos estudantes de Publicidade e Propaganda, a Tabela 6.3 detalha os resultados obtidos. A faixa de renda familiar mensal modal para os estudantes foi a mesma para ambos os sexos: *De 6 a 10 salários mínimos (R\$ 4.344,01 a R\$ 7.240,00)*, com 10,7% para o sexo *Feminino* e 8,8% para o *Masculino*.

Somando-se os percentuais totais das três faixas de renda mais elevadas (acima de 6 salários mínimos ou R\$ 4.344,01), obtém-se o correspondente a 44,0% dos estudantes: 19,5% do sexo *Masculino* e 24,6% dos estudantes do sexo *Feminino*. No extremo oposto da renda familiar, 5,9% dos estudantes declararam que a renda familiar era de *até 1,5 salário mínimo (até R\$ 1.086,00)*: 2,5% do sexo *Masculino* e 3,4% do sexo *Feminino*.

Tabela 6.3 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo a Faixa de renda mensal familiar – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Até 1,5 salário mínimo (até R\$ 1086,00)	5,9%	2,5%	3,4%
De 1,5 a 3 salários mínimos (R\$ 1086,01 a R\$ 2172,00)	17,4%	6,8%	10,5%
De 3 a 4,5 salários mínimos (R\$ 2172,01 a R\$ 3258,00)	18,0%	7,4%	10,6%
De 4,5 a 6 salários mínimos (R\$ 3258,01 a R\$ 4344,00)	14,7%	6,2%	8,4%
De 6 a 10 salários mínimos (R\$ 4344,01 a R\$ 7240,00)	19,5%	8,8%	10,7%
De 10 a 30 salários mínimos (R\$ 7240,01 a R\$ 21720,00)	18,4%	8,1%	10,4%
Acima de 30 salários mínimos (mais de R\$ 21720,01)	6,1%	2,6%	3,5%
Total	100,0%	42,5%	57,5%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

A Tabela 6.4 apresenta a distribuição dos estudantes com respeito à existência de renda e sustento. A proporção maior dos estudantes, tanto do sexo *Masculino* quanto

²⁰ As faixas de salário indicadas nas respostas objetivas foram definidas em múltiplos de salários mínimos no valor vigente no segundo semestre de 2014.

do sexo *Feminino*, optou pela seguinte declaração: *Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos* (alternativa modal). Essa percentagem foi de 47,1% do total de estudantes: 19,7% do sexo *Masculino* e 27,4% do sexo *Feminino*.

A segunda alternativa mais frequente entre os estudantes foi a dos que declararam não ter renda e receber ajuda da família ou de outras pessoas para financiar os seus gastos. Estes constituíam 22,4% do universo: 7,8% do sexo *Masculino* e 14,6% do *Feminino*. A percentagem dos estudantes que declararam possuir renda e que não precisam de ajuda para financiar seus gastos foi de 12,2%: 6,4% do sexo *Masculino* e 5,8% do sexo *Feminino*. Já os que declararam ter renda e contribuir com o sustento da família constituíam 11,7% do total de estudantes: 5,2% do sexo *Masculino* e 6,5% do sexo *Feminino*. As duas categorias dos extremos da tabela são: *Não tenho renda e meus gastos são financiados por programas governamentais* e *Sou o principal responsável pelo sustento da família*. Analisando os estudantes que afirmaram a primeira categoria do extremo, temos 4,1% do total dos estudantes: 1,8% do sexo *Masculino* e 2,4% do sexo *Feminino*. E verificando os estudantes que afirmaram a segunda categoria do extremo, temos 2,4% do total dos estudantes: 1,6% do sexo *Masculino* e 0,8% do sexo *Feminino*.

Agrupando as três primeiras categorias, já que todas se referem a indivíduos que dependem de outros para o seu sustento, este grupo constitui quase três quartos dos estudantes, 73,6%, indicando uma alta proporção de concluintes dependentes.

Tabela 6.4 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo a Situação de renda e o sustento da família – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Situação de renda e sustento	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Não tenho renda e meus gastos são financiados por programas governamentais	4,1%	1,8%	2,4%
Não tenho renda e meus gastos são financiados pela minha família ou por outras pessoas	22,4%	7,8%	14,6%
Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos	47,1%	19,7%	27,4%
Tenho renda e não preciso de ajuda para financiar meus gastos	12,2%	6,4%	5,8%
Tenho renda e contribuo com o sustento da família	11,7%	5,2%	6,5%
Sou o principal responsável pelo sustento da família	2,4%	1,6%	0,8%
Total	100,0%	42,5%	57,5%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Os sexos apresentaram distribuições apenas ligeiramente diferentes para o grau de escolaridade do pai, como pode ser verificado na Tabela 6.5. Aqueles que declararam que o pai chegou a concluir o *Ensino Médio* (alternativa modal) constituíram

35,9% do total de estudantes: 15,2% do sexo *Masculino* (35,8% do total de estudantes do sexo *Masculino*) e 20,7% do sexo *Feminino* (36,0% do total de estudantes do sexo *Feminino*). A segunda alternativa de resposta com maior frequência foi *Ensino Superior – Graduação*, com 26,9% do total: 11,3% do sexo *Masculino* e 15,6% do sexo *Feminino*. Quanto aos estudantes que declararam que o pai possui o *Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série)*, 12,5% dos respondentes apontaram esta alternativa, 5,3% do sexo *Masculino* e 7,2% do sexo *Feminino*. Para os que afirmaram que o pai cursou o *Ensino Fundamental* do 6º até o 9º ano, a percentagem foi de 12,1% do total de estudantes (5,3% do sexo *Masculino* e 6,9% do sexo *Feminino*). Nos extremos, estão as respostas correspondentes àqueles que afirmaram que a escolaridade do pai era *Nenhuma* ou que a escolaridade correspondia à *Pós-graduação*. Analisando a primeira categoria extrema informada como resposta pelos estudantes, temos 1,9% do total, com 1,0% do sexo *Masculino* e 1,0% do sexo *Feminino*. A segunda categoria extrema informada como resposta pelos estudantes correspondeu a 10,7% do total, com 4,5% do sexo *Masculino* (10,6% do total de estudantes do sexo *Masculino*) e 6,2% do sexo *Feminino* (10,8% do total de estudantes do sexo *Feminino*).

Tabela 6.5 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo o Grau de escolaridade do pai – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grau de escolaridade do pai	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Nenhuma	1,9%	1,0%	1,0%
Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série)	12,5%	5,3%	7,2%
Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série)	12,1%	5,3%	6,9%
Ensino Médio	35,9%	15,2%	20,7%
Educação Superior - Graduação	26,9%	11,3%	15,6%
Pós-graduação	10,7%	4,5%	6,2%
Total	100,0%	42,5%	57,5%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Quanto à escolaridade da mãe, a Tabela 6.6 revela que 36,0% dos estudantes (15,1% do sexo *Masculino* e 20,9% do sexo *Feminino*) declararam possuir mãe com *Ensino Médio*, valor similar ao encontrado para a distribuição da educação do pai, 35,9%. A escolaridade da mãe, quando comparada à declarada para o pai, foi ligeiramente superior nos níveis correspondentes ao *Ensino Superior – Graduação e Pós-graduação*, em ambos os sexos. Do total de estudantes, 13,5% (5,7% do sexo *Masculino* e 7,8% do sexo *Feminino*) declararam que a mãe possui *Pós-graduação*, como escolaridade. Nota-se que esta proporção é maior quando comparada à declarada para o pai, 10,7%. Já no extremo oposto, 0,8% dos estudantes declarou que a escolaridade da mãe era *Nenhuma* (0,4% do sexo *Masculino* e 0,4% do sexo *Feminino*).

A categoria *Nenhuma* associada à escolaridade da mãe apresentou menor proporção quando comparada com a mesma categoria associada à escolaridade do pai.

Tabela 6.6 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo o Grau de escolaridade da mãe – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grau de escolaridade da mãe	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Nenhuma	0,8%	0,4%	0,4%
Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série)	9,3%	4,0%	5,3%
Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série)	11,7%	5,2%	6,5%
Ensino Médio	36,0%	15,1%	20,9%
Educação Superior - Graduação	28,6%	12,1%	16,5%
Pós-graduação	13,5%	5,7%	7,8%
Total	100,0%	42,5%	57,5%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

A respeito do *tipo de curso concluído no Ensino Médio*, cujos resultados estão expostos na Tabela 6.7, verifica-se que a maior parte dos estudantes realizou o *Ensino Médio tradicional*, 89,3% (37,2% do sexo *Masculino* e 52,2% do sexo *Feminino*). Constata-se, ainda, que uma parcela menor de estudantes era oriunda dos cursos *Profissionalizante técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro)*, 6,4% (3,1% do sexo *Masculino* e 3,3%, do sexo *Feminino*). Uma parcela ainda menor de estudantes era proveniente da *Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo*, 3,0% (1,7% do sexo *Masculino* e 1,3% do sexo *Feminino*). Além disso, 0,6% dos estudantes declarou ser proveniente do curso *Profissionalizante magistério (Curso Normal)* (0,2% do sexo *Masculino* e 0,5% do sexo *Feminino*). O 0,7% restante declarou ser oriundo de *Outra modalidade de curso*.

Tabela 6.7 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo o Tipo de curso concluído no Ensino Médio – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Tipo de curso de Ensino Médio	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Ensino Médio tradicional	89,3%	37,2%	52,2%
Profissionalizante técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro)	6,4%	3,1%	3,3%
Profissionalizante magistério (Curso Normal)	0,6%	0,2%	0,5%
Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo	3,0%	1,7%	1,3%
Outra modalidade	0,7%	0,4%	0,3%
Total	100,0%	42,5%	57,5%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

A Tabela 6.8 apresenta a distribuição do tipo de escola cursada no Ensino Médio, segundo a Categoria Administrativa da Instituição frequentada no Ensino Superior e o sexo dos estudantes. O percentual de estudantes que se graduavam em IES Públicas

e cursaram todo o Ensino Médio em escolas públicas foi de 40,8%. As percentagens correspondentes, quando desagregadas por sexo, são respectivamente 41,1% e 40,6% para o sexo *Masculino* e para o sexo *Feminino*. Dos que se graduavam em IES Privadas, 43,6% fizeram o Ensino Médio em escolas públicas, sendo 43,8% entre os do sexo *Masculino* e 43,4% entre os do sexo *Feminino*.

Tais resultados mostram uma tendência nos cursos de Ensino Superior: alunos provenientes de escolas públicas realizam cursos superiores, em maior medida, em IES Privadas, ao passo que estudantes que frequentaram escolas privadas no Ensino Médio, têm maior probabilidade de realizar a educação superior em IES Públicas, conforme pode ser verificado na Área de Publicidade e Propaganda. Esta observação é corroborada por um teste qui-quadrado realizado para verificar se a distribuição de tipo de escola cursada no segundo grau foi a mesma para os estudantes graduando-se em IES Públicas e Privadas.

Tabela 6.8 – Distribuição percentual na coluna dos estudantes por Sexo e Categoria Administrativa da IES, segundo o Tipo de escola cursada no Ensino Médio – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Tipo de escola cursada	Sexo					
	Total		Masculino		Feminino	
	Categoria Administrativa da IES		Categoria Administrativa da IES		Categoria Administrativa da IES	
	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública
Todo em escola pública	43,6%	40,8%	43,8%	41,1%	43,4%	40,6%
Todo em escola privada (particular)	45,4%	51,5%	43,9%	51,6%	46,6%	51,5%
Todo no exterior	0,1%	0,3%	0,2%	0,0%	0,1%	0,5%
A maior parte em escola pública	4,4%	3,3%	5,2%	3,7%	3,9%	3,0%
A maior parte em escola privada (particular)	5,4%	3,7%	6,1%	3,7%	4,9%	3,7%
Parte no Brasil e parte no exterior	1,0%	0,4%	0,8%	0,0%	1,1%	0,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

6.1.2 Características relacionadas ao hábito de estudo, acervo da biblioteca e estudo extraclasse

Com relação aos hábitos de estudo, no tocante às Horas de estudo fora das aulas, o grupo modal para os estudantes de Publicidade e Propaganda afirmou estudar *de uma a três horas* por semana, correspondendo a 47,6% do total de estudantes (19,9% do sexo *Masculino* e 27,7% do sexo *Feminino*).

Estudaram *de quatro a sete horas* por semana 27,6% dos concluintes (11,2% do sexo *Masculino* e 16,4% do sexo *Feminino*). A declaração de que estudaram *de oito a*

doze horas semanais foi dada por 8,9% do total de estudantes (3,6% do sexo *Masculino* e 5,3% do sexo *Feminino*), enquanto 7,3% dos estudantes declararam estudar *mais de doze horas semanais* (3,0% do sexo *Masculino* e 4,3% do sexo *Feminino*). Somente 8,7% dos estudantes afirmaram que apenas assistem às aulas, não dedicando nenhuma hora a mais para o estudo (4,9% do sexo *Masculino* e 3,8% do sexo *Feminino*). A Tabela 6.9 apresenta os resultados relativos a esse quesito de forma mais detalhada.

Tabela 6.9 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo as Horas de estudo semanais fora das aulas – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Horas de estudo	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Nenhuma, apenas assisto às aulas	8,7%	4,9%	3,8%
De uma a três	47,6%	19,9%	27,7%
De quatro a sete	27,6%	11,2%	16,4%
De oito a doze	8,9%	3,6%	5,3%
Mais de doze	7,3%	3,0%	4,3%
Total	100,0%	42,5%	57,5%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Algumas questões propostas no “Questionário do Estudante” pedem que seja manifestado um grau de discordância/concordância numa escala numérica ordinal de 6 níveis que podem ser descritos como: *Discordo totalmente*, *Discordo*, *Discordo parcialmente*, *Concordo parcialmente*, *Concordo* e *Concordo totalmente*. As questões analisadas no restante da Seção são desse tipo por sexo.

Com relação à assertiva “A biblioteca dispôs das referências bibliográficas que os estudantes necessitaram”, 53,0% do total de estudantes (21,9% do sexo *Masculino* e 31,1% do sexo *Feminino*) optaram pelo nível mais alto de concordância, *Concordo totalmente*, a alternativa modal (ver Tabela 6.10).

Como já comentado, existe um gradiente entre as respostas e nota-se que depois da classe modal, há uma queda nas proporções com as escolhas que se distanciam de concordância plena.

A segunda classe de concordância/discordância mais mencionada foi o nível contíguo, *Concordo*, indicada por 23,2% do total de estudantes (10,1% do sexo *Masculino* e 13,1% do sexo *Feminino*). Já 12,8% do total de respondentes concordaram parcialmente com essa declaração (5,5% do sexo *Masculino* e 7,3% do sexo *Feminino*).

Os estudantes que optaram pelo nível de concordância/discordância seguinte, *Discordo parcialmente*, foram 5,9% (2,6% do sexo *Masculino* e 3,3% do sexo *Feminino*). Apenas 3,3% do total de estudantes optaram pelo nível *Discordo* (1,4% do sexo

Masculino e 1,9% do sexo *Feminino*). Finalizando, no extremo de total discordância do gradiente, encontram-se 1,8% do total de estudantes (0,7% do sexo *Masculino* e 1,1% do sexo *Feminino*). Tais dados podem ser contemplados na Tabela 6.10.

Tabela 6.10 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo o Nível de Discordância/Concordância com a assertiva “A biblioteca dispôs das referências bibliográficas que os estudantes necessitaram” – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Nível de Discordância / Concordância	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Discordo totalmente	1,8%	0,7%	1,1%
Discordo	3,3%	1,4%	1,9%
Discordo parcialmente	5,9%	2,6%	3,3%
Concordo parcialmente	12,8%	5,5%	7,3%
Concordo	23,2%	10,1%	13,1%
Concordo totalmente	53,0%	21,9%	31,1%
Total	100,0%	42,2%	57,8%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância, com respeito à assertiva “A instituição contou com biblioteca virtual ou conferiu acesso a obras disponíveis em acervos virtuais” que os estudantes de Publicidade e Propaganda, segundo sexo, utilizam ou utilizaram durante o curso, estão apresentados na Tabela 6.11. Nota-se que 48,0% do total de estudantes concordaram totalmente com esta declaração (alternativa modal 19,4% do sexo *Masculino* e 28,6% do sexo *Feminino*).

Para essa questão, também, nota-se que, depois da classe modal, há uma queda nas proporções com os níveis que se distanciam de concordância plena, com um ligeiro crescimento no outro extremo, o da discordância plena.

O nível seguinte de discordância/concordância, *Concordo*, foi indicado por 19,6% do total de estudantes, (8,7% do sexo *Masculino* e 10,9% do sexo *Feminino*). Já 13,5% do total de respondentes (6,0% do sexo *Masculino* e 7,5% do sexo *Feminino*) concordaram parcialmente com essa declaração.

O nível mais leve de discordância, *Discordo parcialmente*, foi escolhido por 6,8% do total de estudantes (3,0% do sexo *Masculino* e 3,8% do sexo *Feminino*). Apenas 5,3% do total de estudantes afirmaram discordar da assertiva (2,2% do sexo *Masculino* e 3,1% do sexo *Feminino*). Finalizando, no extremo de total discordância do gradiente, encontram-se 6,8% dos estudantes (3,1% do sexo *Masculino* e 3,7% do sexo *Feminino*), valor acima do observado para o nível anterior.

Tabela 6.11 – Distribuição percentual do total de estudantes por Sexo, segundo o Nível de Discordância/Concordância com a assertiva “A instituição contou com biblioteca virtual ou conferiu acesso a obras disponíveis em acervos virtuais” – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Nível de Discordância / Concordância	Sexo		
	Total	Masculino	Feminino
Discordo totalmente	6,8%	3,1%	3,7%
Discordo	5,3%	2,2%	3,1%
Discordo parcialmente	6,8%	3,0%	3,8%
Concordo parcialmente	13,5%	6,0%	7,5%
Concordo	19,6%	8,7%	10,9%
Concordo totalmente	48,0%	19,4%	28,6%
Total	100,0%	42,4%	57,6%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

6.1.3 Comparação do nível de discordância/concordância de estudantes e Coordenadores com respeito às atividades acadêmicas e extraclases

Os questionários do estudante (Anexo V) e o questionário do coordenador (Anexo VI) apresentam algumas questões em comum. Para cotejar a opinião do aluno e do coordenador, foram tabuladas as respostas de ambos para estas questões em comum. Nesta seção são comparadas as questões relativas às atividades acadêmicas utilizando-se tabelas com frequências relativas. No Anexo IV as tabelas para todas as comparações possíveis (questões em comum) são disponibilizadas em números absolutos. Como cada coordenador de curso corresponde a um conjunto de alunos, a informação do coordenador é obrigatoriamente repetida para aquele conjunto. Em cada tabela, a última coluna (Total) apresenta a distribuição das respostas dos alunos e a última linha (Total), a distribuição das respostas dos coordenadores ponderada pelo número de alunos do seu curso.

Em particular, os resultados da Tabela 6.12 comparam os graus de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e coordenadores dos cursos, com relação à assertiva “São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição”. Idealmente, no caso de total afinamento de opiniões, os dados estariam concentrados na diagonal descendente.

Coordenadores são mais otimistas que os seus estudantes: a distribuição marginal desses coordenadores aponta para uma maior proporção dos níveis mais altos

de concordância. Em linhas gerais, podemos dizer que, para um dado nível de discordância/concordância do estudante (uma linha da tabela), as proporções dos coordenadores são crescentes com o nível de concordância. Esse comentário serve também para a distribuição marginal dos coordenadores: a proporção aumenta com o nível de concordância com a assertiva.

O simétrico é também válido, pelo menos para os níveis mais altos de concordância dos coordenadores: para um dado nível de discordância/concordância do coordenador (uma coluna da tabela), as proporções dos estudantes são crescentes com o nível de concordância. Para os níveis de discordância do coordenador com a assertiva, há poucos dados: menos de 1,0 % dos coordenadores optou por um dos três níveis de discordância. Para a distribuição marginal dos estudantes, os valores são crescentes com a proximidade da concordância total.

Tabela 6.12 – Distribuição percentual do total de estudantes por Nível de Discordância/Concordância do Coordenador com a assertiva “São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição”, segundo a mesma informação para o Estudante – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente	Concordo totalmente	
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	1,5%	2,0%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	1,2%	4,2%	5,7%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	1,5%	5,9%	7,7%
Concordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,2%	0,7%	1,5%	10,9%	13,4%
Concordo	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	0,5%	20,5%	21,5%
Concordo totalmente	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%	4,0%	45,0%	49,8%
Total	0,0%	0,0%	0,7%	2,2%	8,9%	88,1%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Os resultados da Tabela 6.13 comparam os níveis de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e coordenadores dos cursos, com relação à assertiva “São oferecidas regularmente oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimulam a investigação acadêmica”.

Estudantes são menos otimistas que os seus coordenadores: a distribuição marginal desses estudantes aponta para uma menor proporção de concordância. *Grosso modo* podemos dizer que, para um dado nível de discordância/concordância do coordenador (coluna da tabela), as proporções dos estudantes são crescentes com o nível de concordância. Esse padrão só é notável para os níveis mais altos de concordância dos coordenadores. Níveis mais baixos apresentam poucos dados:

apenas 0,3% dos coordenadores optou por um dos três níveis de discordância (nível intermediário) e nenhum, pelo nível extremo ou pelo nível mais brando de discordância.

O simétrico é também válido: em termos gerais, para um dado nível de discordância/concordância do estudante (linha da tabela), as proporções dos coordenadores são crescentes com nível de concordância. O padrão é percebido em todos os níveis de concordância/discordância do estudante.

Tabela 6.13 – Distribuição percentual do total de estudantes por Nível de Discordância/Concordância do Coordenador com a assertiva “São oferecidas regularmente oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimulam a investigação acadêmica”, segundo a mesma informação para o estudante – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						Total
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	4,1%	5,7%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%	6,7%	8,0%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	2,1%	5,9%	9,0%
Concordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	3,6%	12,1%	16,0%
Concordo	0,0%	0,3%	0,0%	0,0%	3,6%	20,7%	24,5%
Concordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	7,0%	29,2%	36,7%
Total	0,0%	0,3%	0,0%	1,8%	19,1%	78,8%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Os resultados da Tabela 6.14 comparam os graus de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e coordenadores dos cursos, com relação à assertiva “O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes”.

Também para essa assertiva, coordenadores são mais otimistas que os seus estudantes: a distribuição marginal desses coordenadores aponta para uma maior proporção dos níveis mais altos de concordância. De forma geral, podemos dizer que, para qualquer nível de discordância/concordância do estudante (uma linha da tabela), as proporções dos coordenadores são crescentes com nível de concordância, com exceção do nível *Discordo* dos coordenadores, segunda coluna da esquerda, que apresenta alguns valores superiores aos da coluna *Discordo parcialmente*. Esse comentário serve também para distribuição marginal dos coordenadores: a proporção aumenta com o nível de concordância com a assertiva.

Grosso modo, o simétrico é também válido, pelo menos para os níveis mais altos de concordância dos coordenadores: para um dado nível de discordância/concordância do coordenador (uma coluna da tabela), as proporções dos estudantes são crescentes com o nível de concordância. Para os níveis mais elevados de discordância do

coordenador com a assertiva, os poucos dados não permitem reconhecer um padrão: estes níveis apresentam poucos dados e nenhum padrão notável — menos de 13,0% dos coordenadores optaram por um dos três níveis de discordância e nenhum, pelo nível extremo de discordância. Para a distribuição marginal dos estudantes, os valores são crescentes com a proximidade da concordância total.

Tabela 6.14 – Distribuição percentual do total de estudantes por Nível de Discordância/Concordância do Coordenador com a assertiva “O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes”, segundo a mesma informação para o Estudante – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente	Concordo totalmente	
Discordo totalmente	0,0%	1,1%	1,1%	0,0%	2,6%	6,3%	11,1%
Discordo	0,0%	0,3%	0,3%	0,9%	2,0%	5,4%	8,9%
Discordo parcialmente	0,0%	0,6%	0,9%	0,6%	0,9%	8,6%	11,4%
Concordo parcialmente	0,0%	1,1%	0,0%	0,3%	3,4%	13,4%	18,3%
Concordo	0,0%	2,9%	0,6%	0,6%	1,4%	15,4%	20,9%
Concordo totalmente	0,0%	3,1%	0,6%	0,9%	2,3%	22,6%	29,4%
Total	0,0%	9,1%	3,4%	3,1%	12,6%	71,7%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Os resultados da Tabela 6.15 comparam os níveis de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e coordenadores dos cursos com relação à assertiva “Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária”.

Estudantes são mais pessimistas que os seus coordenadores: a distribuição marginal desses estudantes aponta para uma menor proporção de concordância. *Grosso modo* podemos dizer que, para um dado nível de discordância/concordância do coordenador (coluna da tabela), as proporções dos estudantes são crescentes com o nível de concordância. Esse padrão só é notável para os níveis mais altos de concordância dos coordenadores (colunas mais à direita). Níveis mais baixos apresentam poucos dados: apenas 0,3% dos coordenadores optou pelo nível intermediário de discordância e nenhum, pelos outros dois níveis de discordância.

O simétrico é também válido: para um dado nível de discordância/concordância do estudante (linha da tabela), as proporções dos coordenadores são crescentes com o nível de concordância. Este padrão é notável para todos os níveis de concordância/discordância dos estudantes.

Tabela 6.15 – Distribuição percentual do total de estudantes por Nível de Discordância/Concordância do Coordenador com a assertiva “Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária”, segundo a mesma informação para o Estudante – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente	Concordo totalmente	
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	3,5%	4,0%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,8%	4,5%	5,5%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	6,0%	7,8%
Concordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%	1,3%	12,3%	14,1%
Concordo	0,0%	0,3%	0,0%	0,5%	3,0%	22,2%	25,9%
Concordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	2,5%	39,3%	42,6%
Total	0,0%	0,3%	0,0%	2,0%	9,8%	87,9%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

6.2. PERFIL DO COORDENADOR

Outro fator importante é o coordenador do curso. Nas tabelas que se seguem, são apresentadas algumas características destes. A Tabela 6.16 apresenta a distribuição por sexo e idade dos coordenadores. Nos cursos de Publicidade e Propaganda, esta posição é ocupada por homens e mulheres numa proporção bastante equilibrada: 152 coordenadores do sexo *Masculino* e 154, do sexo *Feminino*. A distribuição etária é mais velha para os coordenadores do sexo *Masculino*. O grupo etário modal é o de 41 a 45 anos, para os coordenadores de ambos os sexos, mas abaixo da moda, a incidência de coordenadores do sexo *Feminino* é maior do que a do sexo *Masculino*, o contrário ocorrendo para os grupos etários acima do modal.

Tabela 6.16 – Distribuição absoluta e percentual dos coordenadores por Sexo, segundo o Grupo etário – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Grupo etário	Sexo			
	Masculino		Feminino	
	N	% da coluna	N	% da coluna
Menos de 25 anos	0	0,0%	0	0,0%
25 a 30	5	3,3%	6	3,9%
31 a 35	27	17,8%	31	20,1%
36 a 40	30	19,7%	28	18,2%
41 a 45	40	26,3%	32	20,8%
46 a 50	15	9,9%	28	18,2%
51 a 55	18	11,8%	13	8,4%
56 a 60	15	9,9%	10	6,5%
Mais de 60	2	1,3%	6	3,9%
Total	152	100,0%	154	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Segundo os dados disponibilizados na Tabela 6.17, há uma alta concentração da área de formação na graduação desses coordenadores em *Ciências Sociais Aplicadas*, com 70,3% (alternativa modal). Já a segunda alternativa com maior frequência foi *Ciências Humanas* (27,1%). As demais áreas participam, individualmente, com, no máximo, 2,0%.

Tabela 6.17 – Distribuição absoluta e percentual dos coordenadores por Área de Formação na graduação – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Área de Formação	N	% da coluna
Ciências Exatas e da Terra	1	0,3%
Ciências Biológicas	0	0,0%
Engenharias	0	0,0%
Ciências da Saúde	0	0,0%
Ciências Agrárias	0	0,0%
Ciências Sociais Aplicadas	215	70,3%
Ciências Humanas	83	27,1%
Linguística, Letras e Artes	6	2,0%
Outras	1	0,3%
Total	306	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

A quase totalidade dos coordenadores (99,7%) possui algum curso de pós-graduação (ver Tabela 6.18). A situação mais frequente é a de *Mestrado* (193), seguido de *Doutorado* (58) e de *Especialização* (50). As áreas de formação nos cursos de pós-graduação são mais diversificadas do que na graduação: 57,5% dos coordenadores têm a formação de mais alto nível em *Ciências Sociais Aplicadas*, 28,4%, em *Ciências Humanas* e 9,2% em *Linguística, Letras e Artes*. As formações incluem também Áreas pouco representadas na graduação, como *Ciências Exatas e da Terra* (1,0%), *Engenharias* (1,0%), *Ciências Agrárias* (0,3%) e da *Saúde* (0,3%).

Tabela 6.18 – Total de coordenadores por Nível mais elevado de titulação, segundo a Área de Formação - Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Área de Formação	Nível mais elevado de titulação				
	Não possui	Especialização	Mestrado	Doutorado	Programa de Pós-Doutorado
Ciências Exatas e da Terra	0	1	2	0	0
Ciências Biológicas	0	0	0	0	0
Engenharias	0	0	2	1	0
Ciências da Saúde	0	0	1	0	0
Ciências Agrárias	0	0	1	0	0
Ciências Sociais Aplicadas	1	22	110	39	4
Ciências Humanas	0	23	54	10	0
Linguística, Letras e Artes	0	2	18	8	0
Outras	0	1	3	0	0
Não se aplica	0	1	2	0	0
Total	1	50	193	58	4

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

A maioria dos coordenadores (64,7%) tem *de 6 a 20* anos de atuação na sua IES, sugerindo a possibilidade de recondução, já que 70,6% dos mandatos são de 5 anos ou menos (ver Tabela 6.19 para a informação cruzada de Tempo de atuação na IES e de Mandato da posição de Coordenador).

Tabela 6.19 – Distribuição absoluta e percentual dos coordenadores por Tempo de atuação como coordenador deste Curso, segundo o tempo de Mandato – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Mandato	Tempo de atuação														Tot al
	1		2		3		4		5		De 6 a 20		Mais de 20		
	% da		% da		% da		% da		% da		% da		% da		
	N	linha	N	linha	N	linha	N	linha	N	linha	N	linha	N	linha	N
1	6	27,3%	0	0,0%	2	9,1%	1	4,5%	0	0,0%	13	59,1%	0	0,0%	22
2	5	5,1%	5	5,1%	6	6,1%	8	8,1%	7	7,1%	63	63,6%	5	5,1%	99
3	3	12,5%	0	0,0%	1	4,2%	1	4,2%	1	4,2%	17	70,8%	1	4,2%	24
4	3	5,6%	2	3,7%	5	9,3%	7	13,0%	3	5,6%	28	51,9%	6	11,1%	54
5	0	0,0%	0	0,0%	2	11,8%	1	5,9%	5	29,4	9	52,9%	0	0,0%	17
										%					
De 6 a 20	1	2,0%	3	6,1%	1	2,0%	3	6,1%	3	6,1%	38	77,6%	0	0,0%	49
Mais de 20	2	4,9%	2	4,9%	3	7,3%	1	2,4%	3	7,3%	30	73,2%	0	0,0%	41
Total	20	6,5%	12	3,9%	20	6,5%	22	7,2%	22	7,2%	198	64,7%	12	3,9%	306

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Quando se considera a distribuição de tempo anterior de experiência em coordenação de cursos, 52,5% dos coordenadores declararam não ter nenhuma experiência prévia, conforme Tabela 6.20.

Tabela 6.20 – Distribuição absoluta e percentual dos coordenadores por Tempo de experiência anterior na coordenação de cursos de graduação – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Tempo	N	% da coluna
0	160	52,5%
1	14	4,6%
2	22	7,2%
3	23	7,5%
4	11	3,6%
5	10	3,3%
De 6 a 20	64	21,0%
Mais de 20	1	0,3%
Total	305	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Conforme a Tabela 6.21, a maioria dos coordenadores (76,7%) não coordenou cursos de graduação em outra área, e 38,3% coordenam concomitantemente mais de um curso de graduação.

Tabela 6.21 – Total de coordenadores por Coordenação concomitante com outro curso de graduação, segundo a Coordenação de cursos de graduação em outra Área – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Coordenação outra Área	Coordenação concomitante				Total
	Não	Sim. De 1 a 3 cursos	Sim. De 4 a 6 cursos	Sim. Mais de 6 cursos	
Sim	29	41	1	0	71
Não	159	72	3	0	234
Total	188	113	4	0	305

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Além disso, os coordenadores responderam a um questionário (Anexo III) com 55 assertivas para as quais deveriam explicitar algum grau de concordância segundo uma escala que variava de 1 (discordância total) a 6 (concordância total). Considerando essas informações em uma escala Likert, foi aplicado um procedimento de Escalamento Ideal (que quantifica a escala Likert), seguido de uma Análise Fatorial (que realiza uma redução de dimensionalidade). Todas as 55 questões (numeradas de 20 a 74 no questionário) foram consideradas na análise. Delas foi possível extrair 17 fatores que explicam 84,2% da variabilidade do conjunto. Nota-se que a grande maioria dos coordenadores apresentou altos graus de concordância com as asserções (todas positivas).

A Tabela 6.22 apresenta a Matriz de componentes rotacionada (o método Varimax foi utilizado) das questões e dos fatores latentes identificados. Para facilitar a leitura, os valores com módulo abaixo de 0,5 estão grafados em cor mais clara. A Tabela 6.23 lista os fatores latentes reconhecidos.

Tabela 6.22 - Matriz de componentes rotacionada (continua)

Questão	Componente																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Q20	0,539	-0,005	0,119	-0,233	0,173	0,183	0,037	0,088	0,300	0,026	0,102	0,200	-0,260	-0,120	-0,241	0,052	0,160
Q21	0,661	-0,004	0,041	-0,021	0,009	0,109	0,013	0,003	-0,092	0,430	0,037	-0,028	-0,072	0,032	0,416	0,083	-0,036
Q22	0,414	-0,010	0,516	-0,035	0,481	0,019	0,005	0,033	-0,060	0,087	0,167	0,065	-0,015	0,025	0,145	0,226	-0,108
Q23	0,797	-0,012	0,134	0,093	0,120	0,073	-0,004	0,202	0,115	0,020	0,024	-0,041	0,025	0,134	-0,020	0,087	-0,102
Q24	0,609	-0,003	0,047	0,108	-0,056	-0,003	0,011	0,235	0,071	0,053	0,082	0,383	-0,068	0,056	-0,025	0,231	0,005
Q25	0,277	0,004	0,155	0,076	0,032	-0,045	0,007	0,149	0,376	0,116	0,008	0,002	0,091	0,035	0,771	-0,094	0,057
Q26	0,559	0,003	-0,018	-0,065	0,522	0,140	0,011	0,117	0,171	0,008	-0,020	-0,005	0,232	-0,053	-0,049	-0,085	-0,022
Q27	0,041	-0,007	0,810	-0,011	0,010	-0,030	-0,002	0,086	0,261	0,048	0,106	0,042	0,142	0,094	0,285	0,217	-0,078
Q28	0,200	0,034	-0,002	0,022	0,659	-0,030	0,002	0,031	0,037	-0,033	0,008	0,087	0,572	-0,029	-0,132	0,152	0,021
Q29	0,213	0,009	0,063	-0,014	-0,055	0,026	0,033	0,172	0,280	0,365	-0,002	0,031	0,608	0,017	0,221	0,206	-0,044
Q30	0,486	0,020	0,216	-0,001	0,057	0,011	0,005	0,156	0,255	-0,035	-0,024	-0,035	0,388	0,236	0,103	0,293	-0,160
Q31	0,111	0,003	0,136	0,030	0,634	-0,046	-0,027	-0,031	-0,143	-0,024	0,041	-0,021	-0,090	0,155	0,567	0,290	-0,091
Q32	0,530	0,016	-0,038	0,061	0,347	0,004	-0,012	-0,031	0,079	-0,095	0,058	-0,005	0,297	0,126	-0,014	-0,019	0,051
Q33	0,241	0,000	0,130	0,028	0,013	-0,035	0,009	0,079	0,823	0,062	0,097	0,032	0,013	0,074	0,094	0,040	-0,016
Q34	0,318	0,003	0,099	-0,007	0,006	0,436	0,019	0,140	0,594	0,048	0,075	0,057	0,072	-0,016	0,051	0,039	-0,006
Q35	0,125	0,041	0,499	-0,020	0,096	-0,049	-0,015	-0,056	-0,196	-0,068	0,113	0,099	0,575	0,141	-0,086	0,225	0,231
Q36	0,022	-0,004	0,028	0,011	0,950	0,028	0,014	0,111	0,000	0,042	0,023	0,011	-0,039	0,001	0,030	-0,017	0,032
Q37	0,018	0,006	0,164	0,016	-0,067	-0,056	0,000	0,772	0,396	0,073	-0,026	-0,022	0,167	-0,002	0,268	-0,090	0,026
Q38	0,187	0,003	0,122	-0,022	0,126	0,106	-0,004	0,894	-0,010	0,040	0,045	0,118	0,027	0,058	-0,003	0,031	0,021
Q39	0,142	-0,011	0,059	-0,039	0,452	0,032	0,012	0,636	0,018	0,084	0,244	0,029	-0,067	0,259	-0,034	0,049	-0,021
Q40	0,025	0,017	0,681	-0,017	-0,054	0,005	0,016	0,129	0,232	0,058	0,137	0,045	0,271	0,043	0,193	-0,256	0,424
Q41	0,059	0,004	0,210	-0,005	0,139	0,156	0,006	0,110	0,127	0,004	0,859	-0,012	-0,001	0,136	-0,023	-0,046	0,044

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Tabela 6.22 - Matriz de componentes rotacionada (conclusão)

Questão	Componente																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Q42	0,020	0,004	0,184	0,029	-0,008	0,101	-0,017	0,027	0,021	-0,027	0,842	0,246	0,031	0,099	0,036	0,025	0,005
Q43	0,225	-0,007	0,811	0,037	0,080	-0,011	0,005	0,135	-0,065	-0,023	0,189	0,083	-0,099	0,108	-0,088	0,084	-0,098
Q44	0,825	0,004	0,193	-0,059	0,004	0,103	0,003	-0,008	0,157	0,054	-0,006	-0,022	0,114	0,056	0,079	0,071	-0,086
Q45	0,047	0,019	-0,013	-0,003	0,701	0,674	0,002	0,089	0,017	0,017	0,087	0,041	-0,028	-0,005	0,020	-0,052	0,005
Q46	0,355	0,035	0,142	0,126	0,020	-0,210	-0,077	-0,059	0,369	0,086	0,348	-0,105	0,041	-0,003	0,022	-0,071	0,137
Q47	0,016	0,036	0,162	0,103	0,002	-0,032	-0,010	0,149	0,474	0,703	-0,013	0,025	0,151	0,028	0,198	-0,140	0,037
Q48	0,097	0,005	-0,015	0,947	-0,001	0,021	0,030	-0,002	-0,042	-0,097	-0,010	-0,025	-0,033	0,000	0,152	0,088	0,106
Q49	0,734	0,008	-0,033	0,143	-0,037	-0,102	-0,008	0,053	0,014	-0,029	0,015	0,079	0,180	0,105	0,113	-0,194	0,158
Q50	-0,039	0,001	0,002	-0,967	0,024	-0,030	-0,015	-0,011	0,039	0,113	-0,014	0,032	-0,049	0,028	0,009	0,024	0,052
Q51	0,262	0,009	0,045	-0,433	0,056	0,010	-0,004	0,032	-0,038	0,808	0,012	0,083	0,011	0,053	-0,018	0,070	-0,020
Q52	0,553	0,022	0,053	-0,069	0,021	-0,023	-0,009	-0,077	0,085	0,012	-0,009	0,363	-0,170	0,177	0,227	-0,258	0,115
Q53	0,054	0,004	0,882	0,002	-0,012	0,070	0,037	0,076	0,145	0,115	0,078	0,117	0,013	-0,065	-0,006	-0,065	0,089
Q54	0,098	0,026	0,005	0,681	0,015	0,704	0,006	0,028	-0,007	-0,063	0,086	0,026	0,022	-0,008	-0,018	-0,026	-0,036
Q55	0,683	0,000	0,118	0,305	0,133	0,244	0,024	0,089	0,064	0,209	0,051	0,108	-0,040	0,101	-0,007	0,163	0,045
Q56	0,103	-0,006	0,230	-0,011	0,086	0,379	-0,016	0,218	-0,028	0,029	0,235	0,634	0,003	0,076	0,024	0,217	-0,003
Q57	0,084	0,037	0,005	-0,006	0,040	0,963	-0,006	0,026	0,025	0,019	0,106	0,067	-0,018	0,016	-0,016	-0,014	0,002
Q58	0,021	-0,023	0,011	0,681	-0,014	0,018	0,709	-0,009	-0,029	-0,074	0,010	-0,033	0,047	-0,007	0,000	-0,038	0,014
Q59	0,013	0,036	0,041	0,051	-0,003	0,011	0,052	0,010	-0,008	-0,009	0,050	-0,013	0,018	0,126	-0,002	0,181	0,934
Q60	0,205	0,008	-0,012	0,008	0,124	0,058	0,001	0,154	0,079	-0,007	0,058	0,213	0,161	0,786	0,007	0,188	0,026
Q61	0,229	-0,007	0,137	0,047	-0,049	-0,028	-0,016	0,034	0,005	0,079	0,191	0,087	-0,051	0,846	0,072	-0,004	0,139
Q62	0,091	0,040	0,115	0,033	0,109	-0,029	0,037	-0,040	0,019	-0,019	-0,030	0,017	0,265	0,174	0,011	0,824	0,250
Q63	-0,002	0,989	0,006	-0,016	-0,016	-0,026	0,034	-0,002	0,006	-0,019	0,009	-0,007	0,004	0,009	0,044	-0,021	0,015
Q64	0,205	-0,033	-0,059	-0,007	0,050	0,154	0,404	0,208	0,032	0,075	0,270	0,357	0,180	-0,084	0,214	0,191	0,061
Q65	-0,008	0,993	0,001	-0,019	-0,009	-0,018	0,036	0,001	-0,016	-0,028	0,001	-0,017	0,034	-0,011	0,012	0,006	0,005
Q66	0,059	0,731	0,001	0,006	0,026	0,657	0,029	0,020	0,016	-0,008	0,072	0,036	0,014	0,016	-0,014	0,040	0,075
Q67	0,007	0,992	-0,007	0,001	0,015	0,070	0,038	0,003	-0,001	-0,025	0,002	-0,007	0,026	-0,010	0,002	0,036	-0,027
Q68	-0,027	-0,036	0,007	-0,008	0,000	-0,007	0,982	-0,027	-0,017	0,002	-0,008	-0,018	0,013	0,004	0,003	-0,056	-0,059
Q69	0,059	0,502	-0,004	0,047	0,027	-0,021	0,592	-0,017	0,100	0,018	-0,084	0,036	-0,068	-0,022	-0,059	0,331	0,319
Q70	-0,032	0,741	0,021	0,104	0,028	-0,021	0,002	-0,006	0,015	0,576	-0,032	0,033	-0,051	0,029	-0,088	-0,064	-0,007
Q71	-0,025	0,121	0,040	0,011	0,000	-0,007	0,975	0,012	-0,001	0,005	-0,019	-0,015	-0,027	0,006	-0,012	0,012	0,036
Q72	0,263	0,019	0,475	0,013	-0,011	0,454	0,005	0,527	-0,053	-0,063	-0,008	0,034	-0,054	-0,001	-0,165	-0,079	-0,032
Q73	0,102	0,008	0,139	0,063	0,018	-0,014	-0,020	-0,008	0,036	0,044	0,067	0,845	0,068	0,192	-0,047	-0,097	-0,024
Q74	0,127	0,036	0,038	0,719	0,061	-0,084	-0,002	-0,064	0,335	0,215	0,013	0,263	-0,057	0,158	-0,135	-0,002	0,029

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

Tabela 6.23 - Fatores Latentes

-
1. Articulação teoria-prática adequada; desenvolvimento de competências reflexivas e críticas e da capacidade de trabalhar em equipe; estudantes participam de avaliações periódicas sobre o curso; professores possuem habilidades pedagógicas adequadas; as disciplinas contribuem para a formação integral, cidadã e profissional; aprendizagem inovadora; CPA e NDE atuantes; e professores são determinantes para que os estudantes concluam o curso.
 2. Infraestrutura geral de aulas é adequada; coordenação conta com apoio institucional adequado; e biblioteca suficiente.
 3. Professores disponíveis para atendimento extraclasse; ofertas de participação em órgãos colegiados e em eventos para discentes; desenvolvimento da capacidade de pensar criticamente, refletir sobre problemas da sociedade e analisá-los; e os conteúdos das disciplinas favorecem a iniciação profissional.
 4. Avaliações coerentes; acompanhamento de egressos; e infraestrutura de refeição e sanitária adequadas.
 5. Nível de exigência adequado; atividades práticas contribuem para a formação profissional; desenvolvimento da capacidade cognitiva; e relação professor-aluno estimula o estudo.
 6. Uso de TIC's no ensino; e os professores dominam os conteúdos abordados.
 7. Espaço físico adequado para a coordenação e os professores; acesso adequado a periódicos; e *staff* suficiente.
 8. Ofertas de extensão universitária e de iniciação científica; coordenação com disponibilidade para a orientação acadêmica; e atividades acadêmicas possibilitam reflexão, convivência e respeito à diversidade.
 9. Planos de ensino e referências bibliográficas adequados.
 10. Avaliações adequadas; e TCC contribuiu para a formação profissional.
 11. Ofertas de intercâmbios e/ou estágios.
 12. Promoção de atividades de cultura, de lazer e interação social; e participação dos docentes em atividades acadêmicas/eventos.
 13. Conteúdo atual; e ofertas de oportunidades para superação de dificuldades no ensino.
 14. Plano de carreira para docentes e servidores técnicos.
 15. Desenvolvimento de consciência ética.
 16. Formação pedagógica para docentes.
 17. *Staff* qualificado.
-

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2015

GLOSSÁRIO DE TERMOS ESTATÍSTICOS UTILIZADOS NOS RELATÓRIOS SÍNTESE DO ENADE

A

- **análise fatorial** – A análise fatorial tem como objetivo principal descrever a variabilidade original de um conjunto de p variáveis aleatórias, em termos de um número menor m de variáveis aleatórias, chamadas de fatores comuns (supostos não observáveis diretamente) e que estão relacionadas com o conjunto original através de um modelo linear. Neste modelo, parte da variabilidade do conjunto original é atribuída aos fatores comuns, sendo o restante da variabilidade do conjunto original atribuído ao erro aleatório. (MINGOTI, Sueli Aparecida. **Análise de Dados através de métodos de estatística multivariada: uma abordagem aplicada**. Belo Horizonte: UFMG, 2005. p. 99.)

C

- **cartograma** – Esquema representativo de informações quantitativas e qualitativas, de eventos geográficos, cartográficos e socioeconômicos em uma superfície ou parte dela. (IBGE. **Glossário Cartográfico**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/cartografia/glossario/glossario_cartografico.shtm>. Acesso em: 18 de maio de 2015).

D

- **desvio padrão** – Medida de dispersão em torno da média aritmética, que é definido como a raiz quadrada da **variância**. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. P.39)
- **distribuição de frequência** – Maneira de dispor um conjunto de um conjunto de resultados, para se ter uma ideia global sobre uma variável estatística. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 11 e 12)
- **distribuição marginal de frequência** – Em uma tabela envolvendo duas variáveis a linha de totais fornece a distribuição de uma das variáveis e a coluna de totais fornece a distribuição da outra. As distribuições assim obtidas são chamadas tecnicamente de distribuições marginais. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 71)

- **distribuição unimodal** – Distribuição de frequência que apresenta apenas uma moda.

E

- **erro padrão da média** – Medida de precisão para o estimador da média de uma dada população. Isto fica evidente quando obtemos uma amostra qualquer de tamanho n , e calcula-se a média aritmética populacional. Ao se realizar uma nova amostra aleatória, a média aritmética, muito provavelmente será diferente daquela da primeira amostra. Portanto, a estatística erro-padrão da média corrige a variabilidade entre as médias populacionais realizadas em cada amostra. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 309)
- **escala de Likert** – Valores numéricos e/ou sinais atribuídos a respostas para refletir a força e a direção da reação do entrevistado à declaração. As declarações de concordância devem receber valores positivos ou altos enquanto as declarações das quais discordam devem receber valores negativos ou baixos. (BAKER, 1995). (CAMPOS, Jorge de Paiva; GUIMARÃES, Sebastião. **Em busca da Eficácia em Treinamento**. São Paulo: Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento, 2009. p. 87 Disponível em <https://books.google.com.br/books?id=oWKiAQvtwWUC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=true>>. Acesso em: 18 de maio de 2015).
- **escalamento ideal** (*optimal scaling*) – Procedimento que gera variáveis quantitativas intervalares a partir de variáveis nominais ou ordinais tendo uma função objetivo como meta.

A ideia básica do Escalamento Ideal é atribuir valores numéricos às categorias de cada uma das variáveis em estudo. Para atribuir valores às categorias de cada uma das variáveis, recorre-se a um processo iterativo de mínimos quadrados alternados, no qual, depois que uma quantificação é usada para encontrar uma solução, ela é adaptada usando aquela solução. Tal adaptação da quantificação é então usada para encontrar uma nova solução, que é usada para readaptar as quantificações, e assim por diante, até que algum critério indique a parada do processo. (BELTRÃO, Kaizô I; MANDARINO, Mônica C. F. **Escolha de carreiras em função do nível socioeconômico: Enade 2004 a 2012**. Relatório Técnico Fundação Cesgranrio, Rio de Janeiro. n. 01, p. 23-24, 2014).

F

- **frequência absoluta** – Número de ocorrências em cada classe ou categoria de uma variável. (ZENTGRAF, Roberto. **Estatística Objetiva**. Rio de Janeiro: ZTG, 2001. p. 24).
- **frequência modal** – Frequência associada ao valor modal de uma variável, que é definido como a realização mais frequente de um conjunto de dados. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p.35)
- **frequência relativa** (proporção) – Proporção da frequência absoluta de cada classe ou categoria da variável em relação ao número total de observações. Em particular, as frequências relativas são estimativas de probabilidades de ocorrência de certos eventos de interesse. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 12 e 103).

H

- **histograma** – Gráfico de barras contíguas, com as bases proporcionais aos intervalos das classes e a área de cada retângulo proporcional à respectiva frequência. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 18-19)

I

- **intervalo de confiança** – O Intervalo de Confiança é um estimador intervalar para um dado parâmetro, ou seja, diz-se que o parâmetro estimado para um certo coeficiente de confiança (e.g. 95%) deve estar contido no intervalo apresentado em 95% das vezes (ZENTGRAF, Roberto. **Estatística Objetiva**. Rio de Janeiro: ZTG, 20001. p. 329). Usando o Teorema Central do Limite, o intervalo de confiança para a média de um dado grupo pode ser calculado como

$$\bar{X} \pm t_{0,25;n-1} \frac{s}{\sqrt{n}}$$

Onde:

$\bar{X}$ é a média do grupo

n é o tamanho do grupo

s é o desvio padrão das observações do grupo

$t_{0,25;n-1}$ é o valor associado a uma probabilidade acumulada de 2,5% de uma distribuição t de Student com $n-1$ graus de liberdade.

M

- **máximo de um conjunto** – Se X é um conjunto ordenável, diz-se que o conjunto X possui um máximo (maior elemento) s_0 se: $s_0 \in X$ e para cada $x \in X$: $x \leq s_0$. Notação: $s_0 = \max(X)$.

Nota: que um conjunto X tem elemento máximo esse elemento é o supremo. (GONÇALVES, M B; GONÇALVES D. Elementos de Análise. Florianópolis: UFSC, 2012)

- **máximo de uma função** – Dada uma função $f(x)$ e $x_0 \in \text{Domínio de } f$, diz-se que $f(x_0)$ é o máximo da função $f(x)$, se $f(x_0) \geq f(x)$, $\forall x \in \text{Domínio de } f$.
- **média** – É calculada através da soma de todos os valores numéricos observados para uma variável em um conjunto de dados e posterior divisão deste total pelo número de observações envolvidas:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Onde:

$\bar{X}$ é a média

n é o número de observações ou tamanho da amostra

X_i é a i -ésima observação da variável X

$\sum_{i=1}^n X_i$ é o somatório de todos os valores X_i na amostra

(LEVINE, David M. et al. **Estatística - Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 99-100)

- **média ponderada** – Dado um conjunto de n valores observados, onde são atribuídos pesos a cada valor numérico observado. É calculada através do somatório dos produtos entre valores e pesos divididos pelo somatório dos pesos.

$$\hat{X} = \frac{\sum_{i=1}^n w_i X_i}{\sum_{i=1}^n w_i}$$

(HOFFMANN, Rodolfo. **Estatística para Economistas**. 4ª ed rev. e ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006. p. 41)

- **mediana** – é o valor central em uma sequência ordenada de dados, ou seja, é o valor para o qual 50% das observações são menores e 50% das observações são maiores. (LEVINE, David M. et al. **Estatística - Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 102)

- **mínimo de um conjunto** – Se X é um conjunto ordenável, diz-se que o conjunto X possui um mínimo (menor elemento) i_0 se: $i_0 \in X$ e para cada $x \in X$: $x \geq i_0$. Notação: $i_0 = \min(X)$.

Nota: Sempre que um conjunto X tem elemento mínimo esse elemento é o ínfimo. (GONÇALVES, M B; GONÇALVES D. Elementos de Análise. Florianópolis: UFSC, 2012)

- **mínimo de uma função** – Dada uma função $f(x)$ e $x_0 \in \text{Domínio de } f$, diz-se que $f(x_0)$ é o mínimo da função $f(x)$, se $f(x_0) \leq f(x)$, $\forall x \in \text{Domínio de } f$.
- **moda** – é a categoria ou classe que aparece mais frequentemente em um conjunto de dados; (LEVINE, David M. et al. Estatística - **Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 103)

N

- **nível de confiança** – Equivalente a probabilidade a priori de que um intervalo de confiança contenha o verdadeiro parâmetro populacional a estimar, sendo usualmente representada por **(1- α)**. (ZENTGRAF, Roberto. **Estatística Objetiva**. Rio de Janeiro: ZTG, 2001. p. 329).
- **nota padronizada** – A padronização é obtida através da subtração da média (da amostra ou da população) e o resultado obtido, dividido pelo desvio padrão correspondente. (ZENTGRAF, Roberto. **Estatística Objetiva**. Rio de Janeiro: ZTG, 2001. p. 169).

P

- **percentil** – O percentil α de um conjunto é a estatística de posição que separa um conjunto de dados em duas partes com aproximadamente $\alpha\%$ e $(1-\alpha)\%$ dos pontos.
- **probabilidade** – Razão entre o número de casos favoráveis e o de casos possíveis de resultados. (LEVINE, David M. et al. Estatística - **Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 105).

Q

- **quartil** – São as estat que dividem os dados ordenados em quatro partes iguais. Onde Q_1 representa o primeiro quartil ou quartil inferior, e equivale ao Percentil 25. Já Q_2 representa o segundo quartil ou mediana, e equivale ao Percentil 50. E Q_3 representa o terceiro quartil ou quartil superior, e equivale ao Percentil 75. (LEVINE, David M. et al. **Estatística - Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 104).
- **quartos** – Representa uma das quatro partes do conjunto de dados dividida pelo quartis. (LEVINE, David M. et al. **Estatística - Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 104).

T

- **tabela de duas entradas ou tabela de contingência ou tabela cruzada** – Quando as variáveis são qualitativas ou discretas, os dados são apresentadas em tabelas de dupla entrada (ou de contingência), onde apareceram as frequências absolutas ou contagem de indivíduos que pertence simultaneamente a categorias de uma e outra variável. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 70).
- **teste estatístico de intervalo de confiança da média** – Quando se comparam dois grupos, os parâmetros estão associados ao Intervalo de Confiança correspondentes. Se não existe uma interseção entre os Intervalos de Confiança, podemos afirmar que existe uma diferença estatisticamente significativa entre eles. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 304 e 305)
- **teste estatístico qui-quadrado** – Avalia diferenças potenciais entre a proporção de sucessos em qualquer número de populações. Para uma tabela de contingência que possui l linhas e c colunas, o teste χ^2 pode ser generalizado como um teste de independência nas respostas combinadas para duas variáveis categóricas. (LEVINE, David M. et al. **Estatística - Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 453).

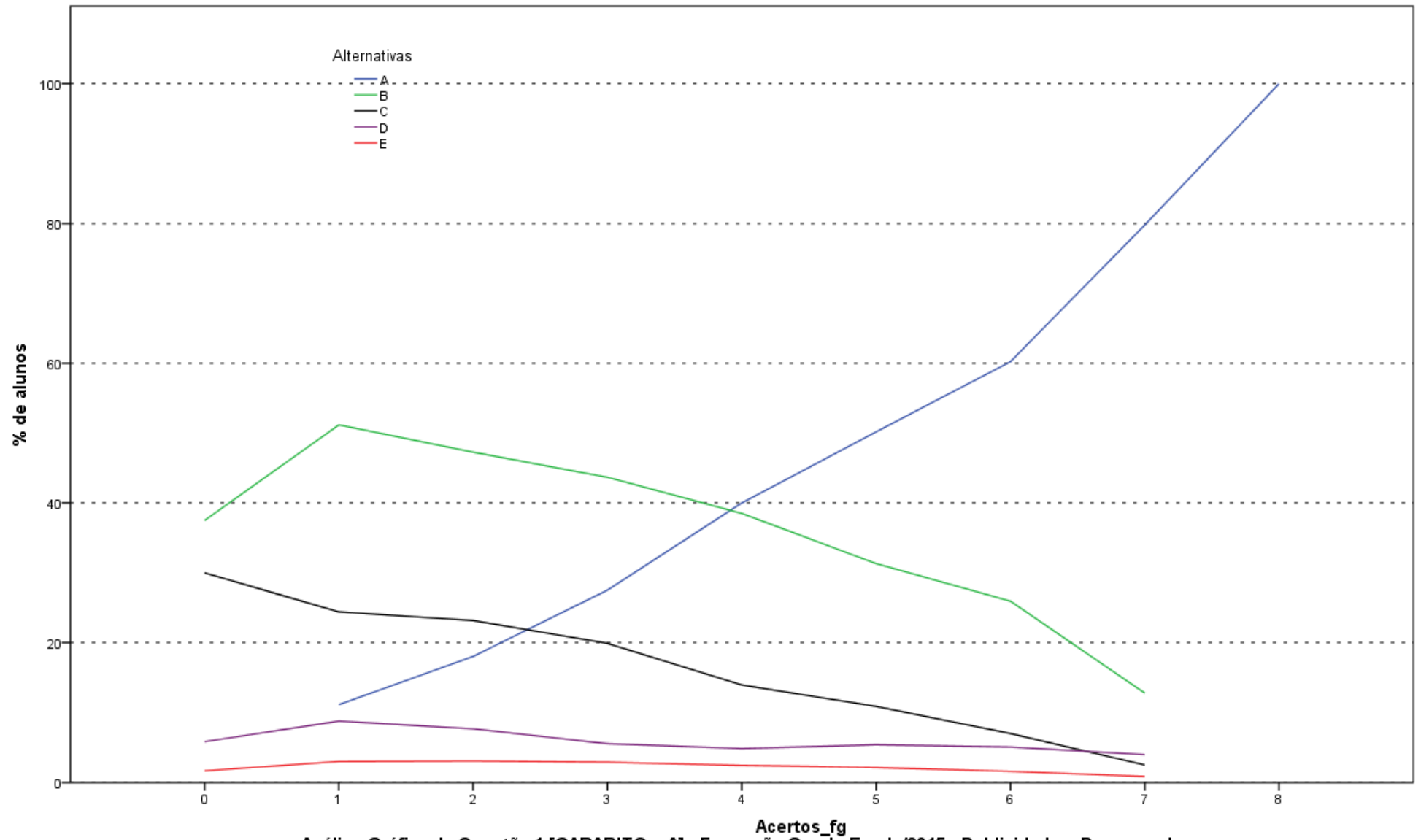
V

- **variância** – Soma das diferenças entre os valores observados e a média aritmética de uma variável em uma amostra, elevada ao quadrado e dividida pelo tamanho da amostra menos um:

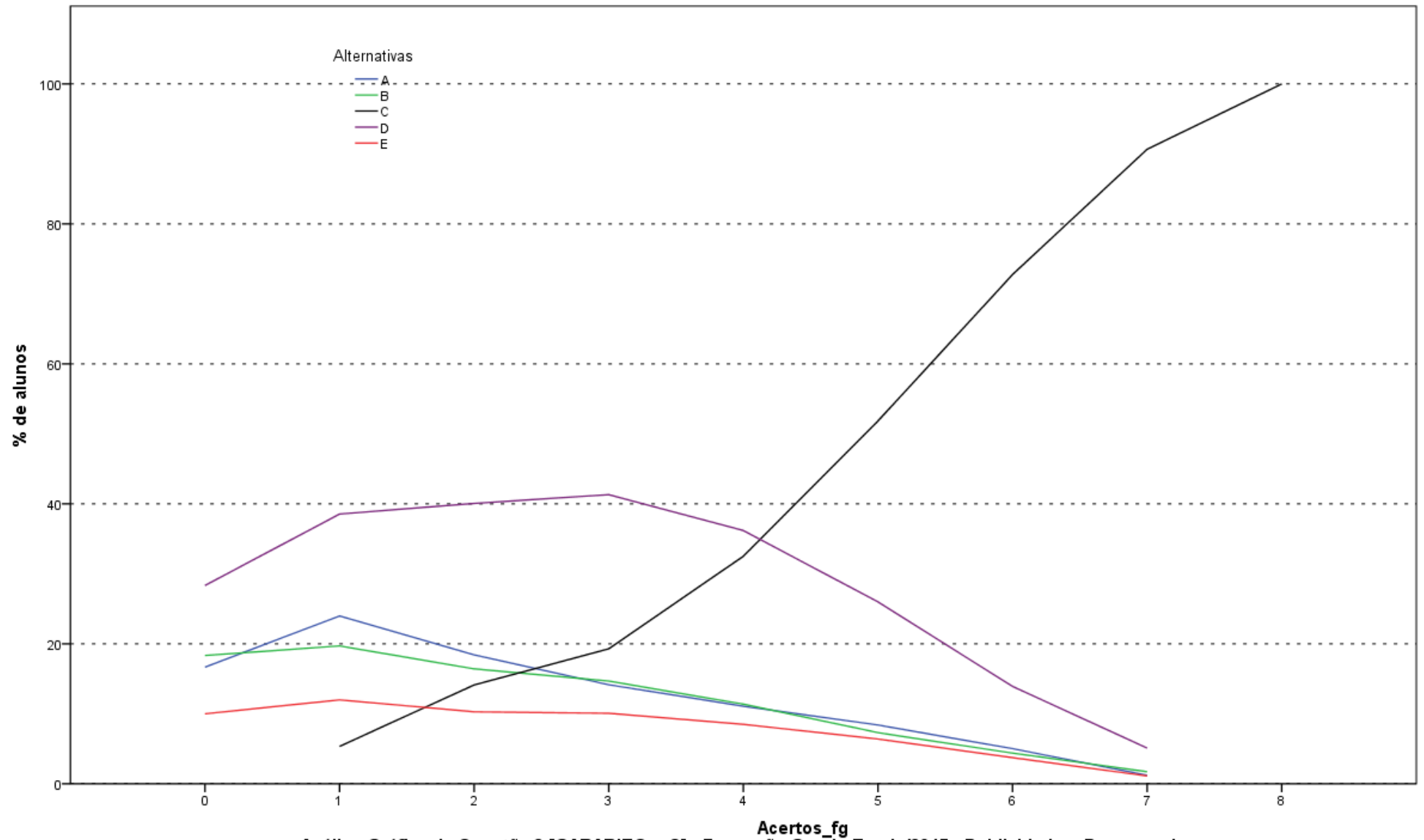
$$s^2 = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n - 1}$$

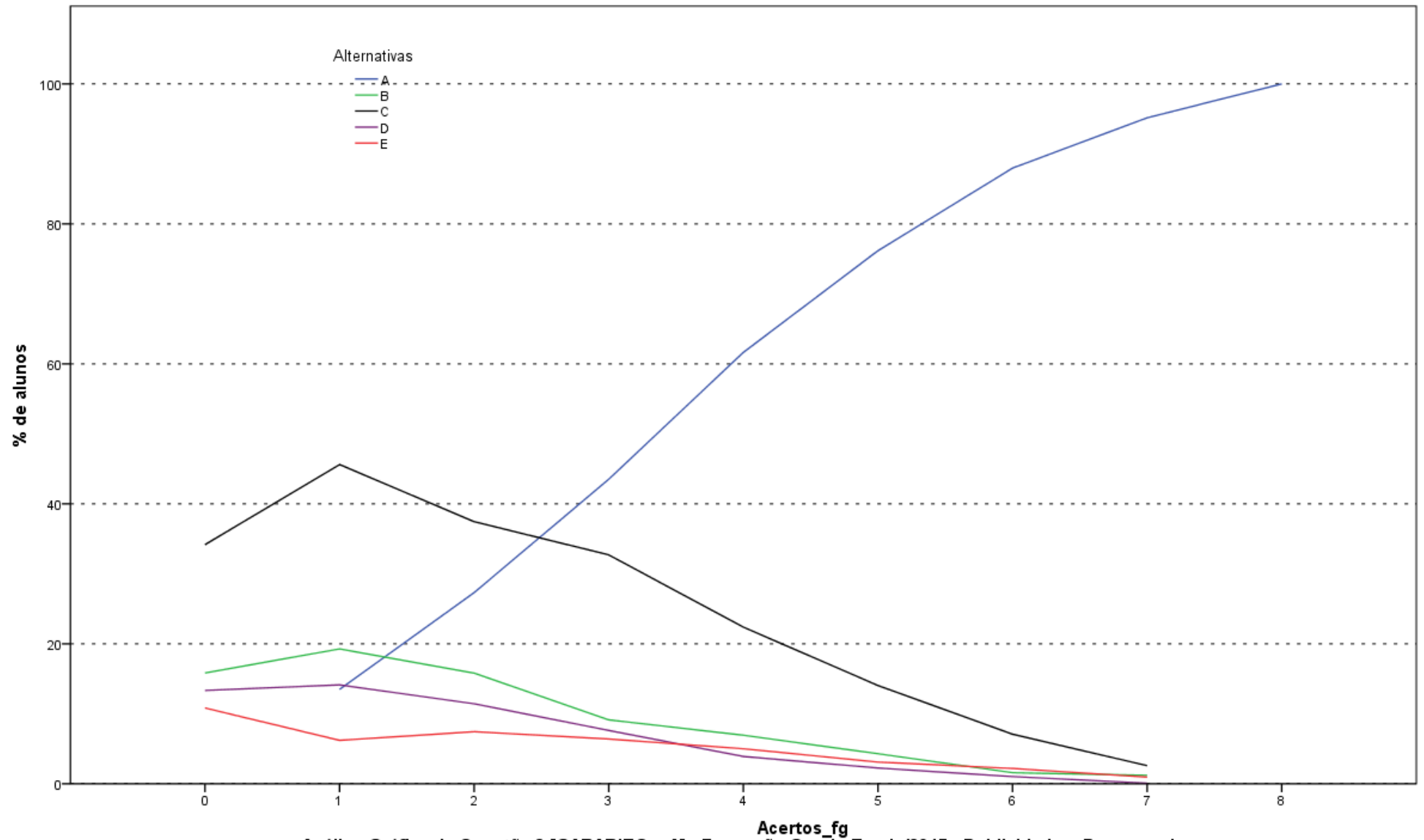
(LEVINE, David M. et al. **Estatística - Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 109).

ANEXO I - ANÁLISE GRÁFICA DAS QUESTÕES

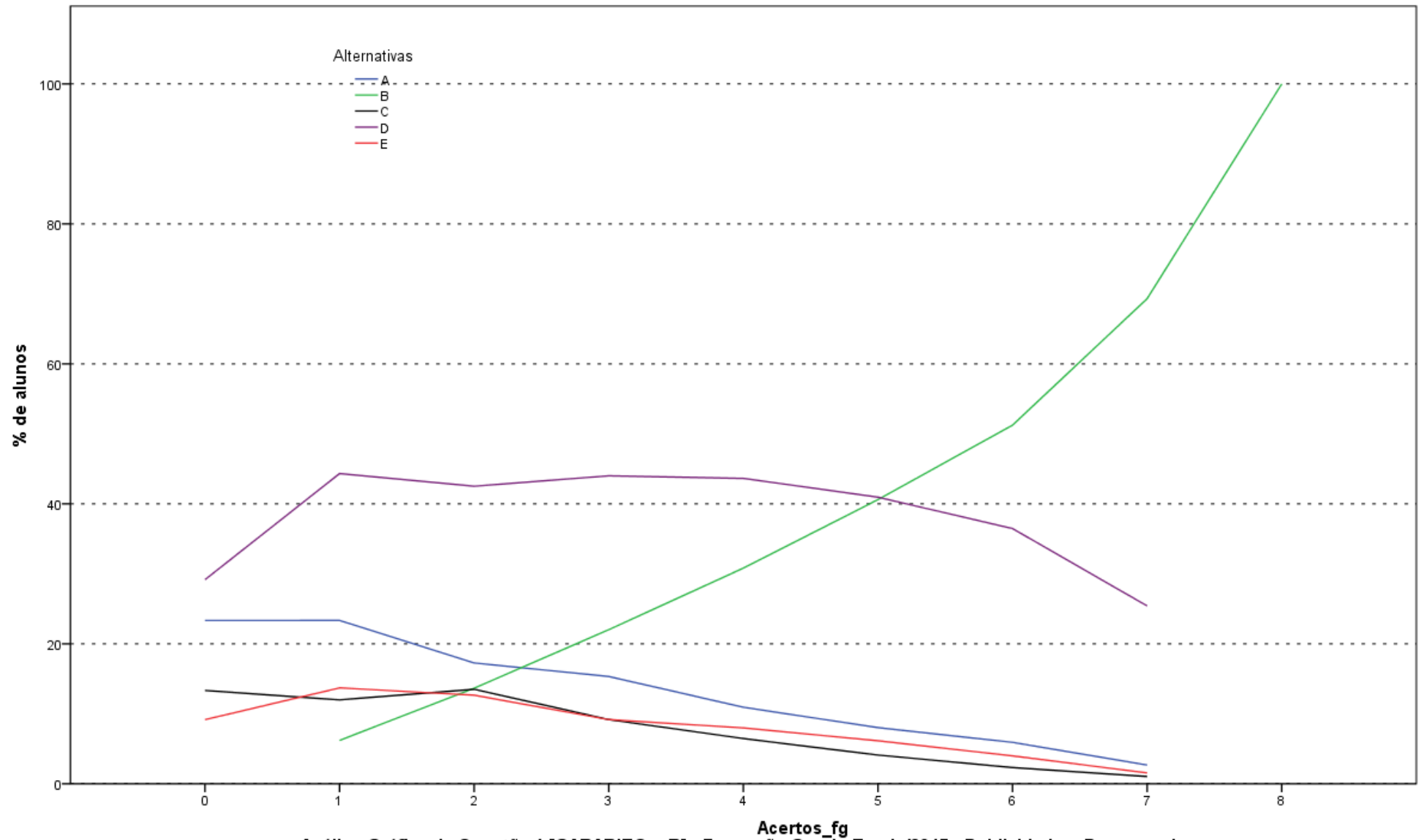


Análise Gráfica da Questão 1 [GABARITO = A] - Formação Geral - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

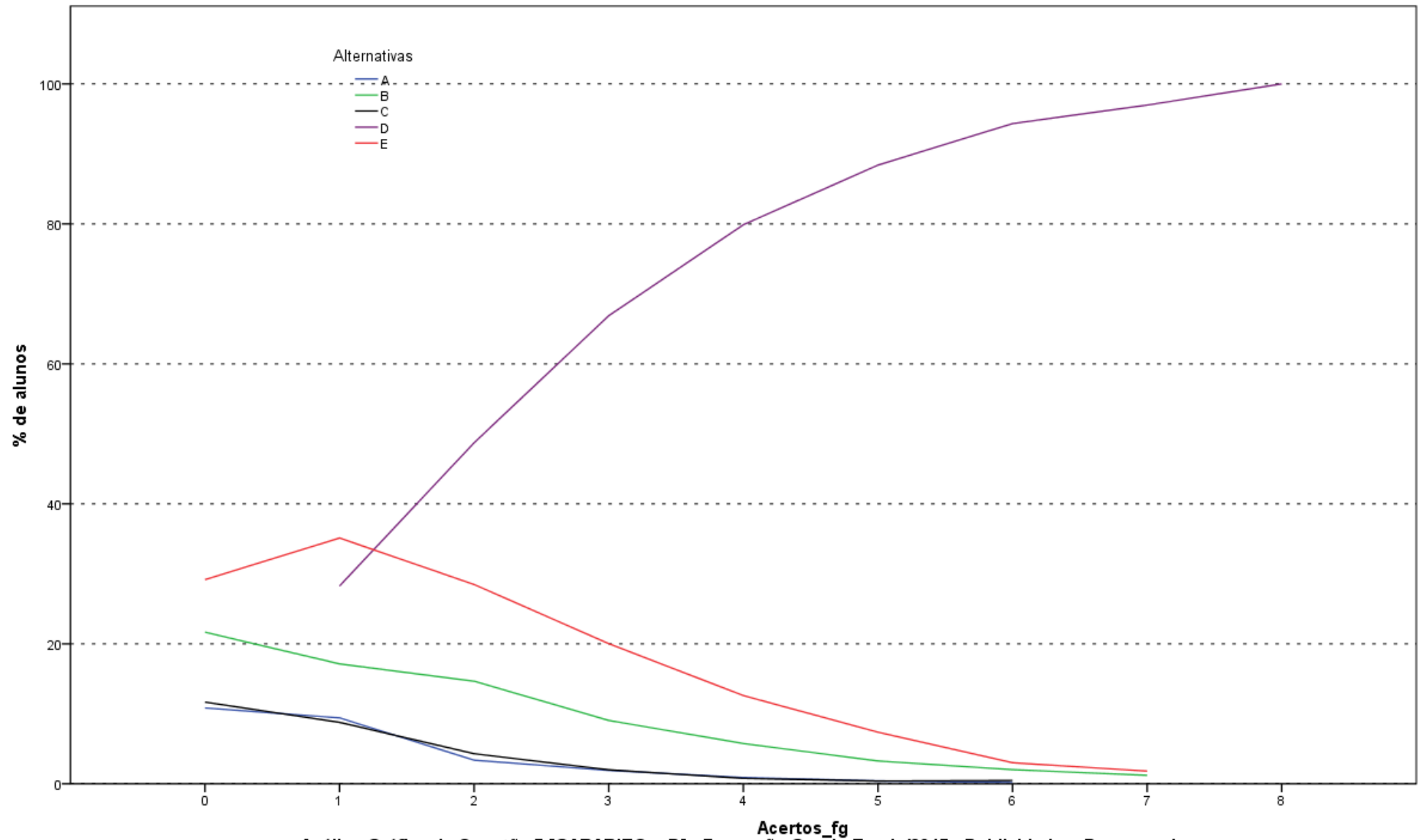




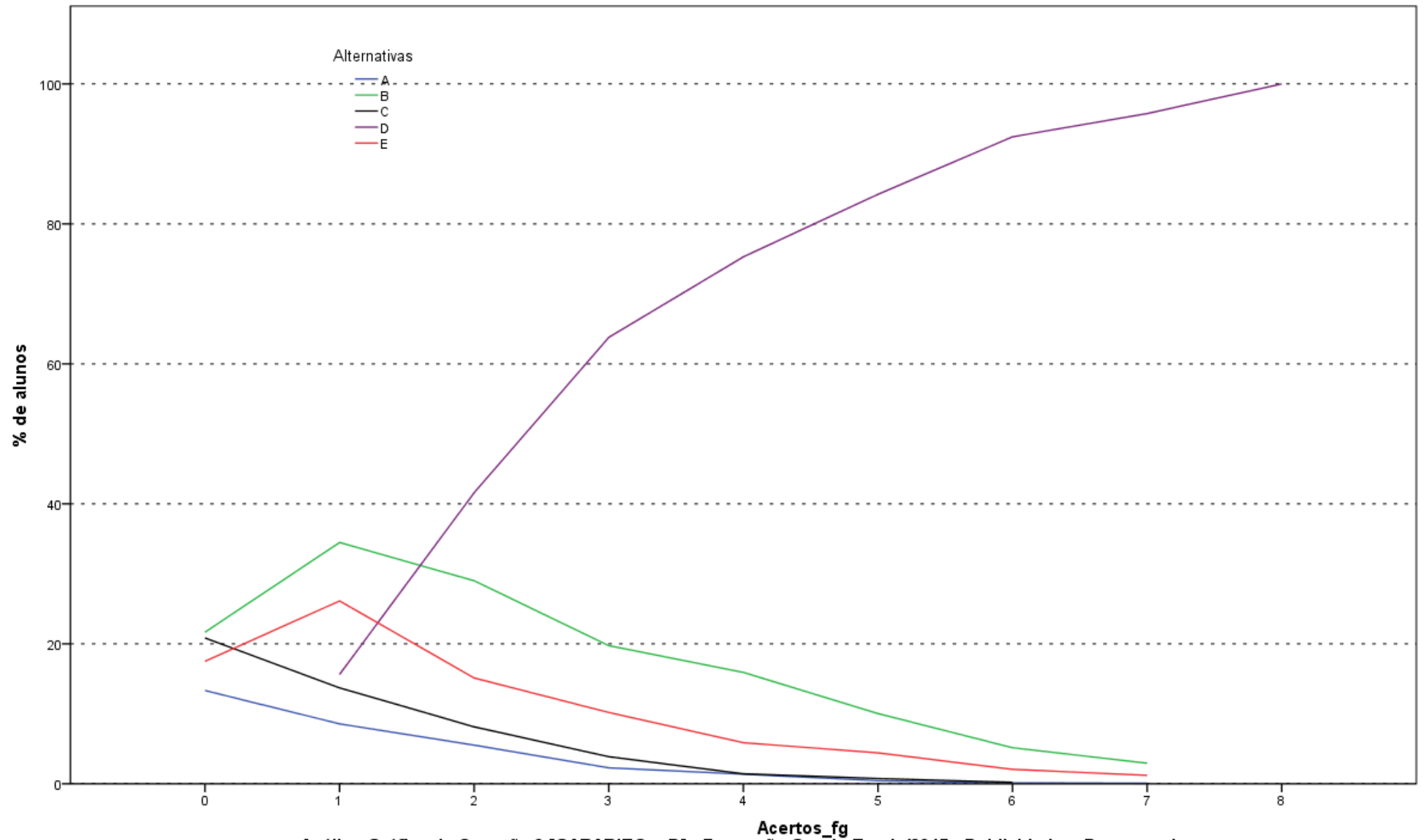
Análise Gráfica da Questão 3 [GABARITO = A] - Formação Geral - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda



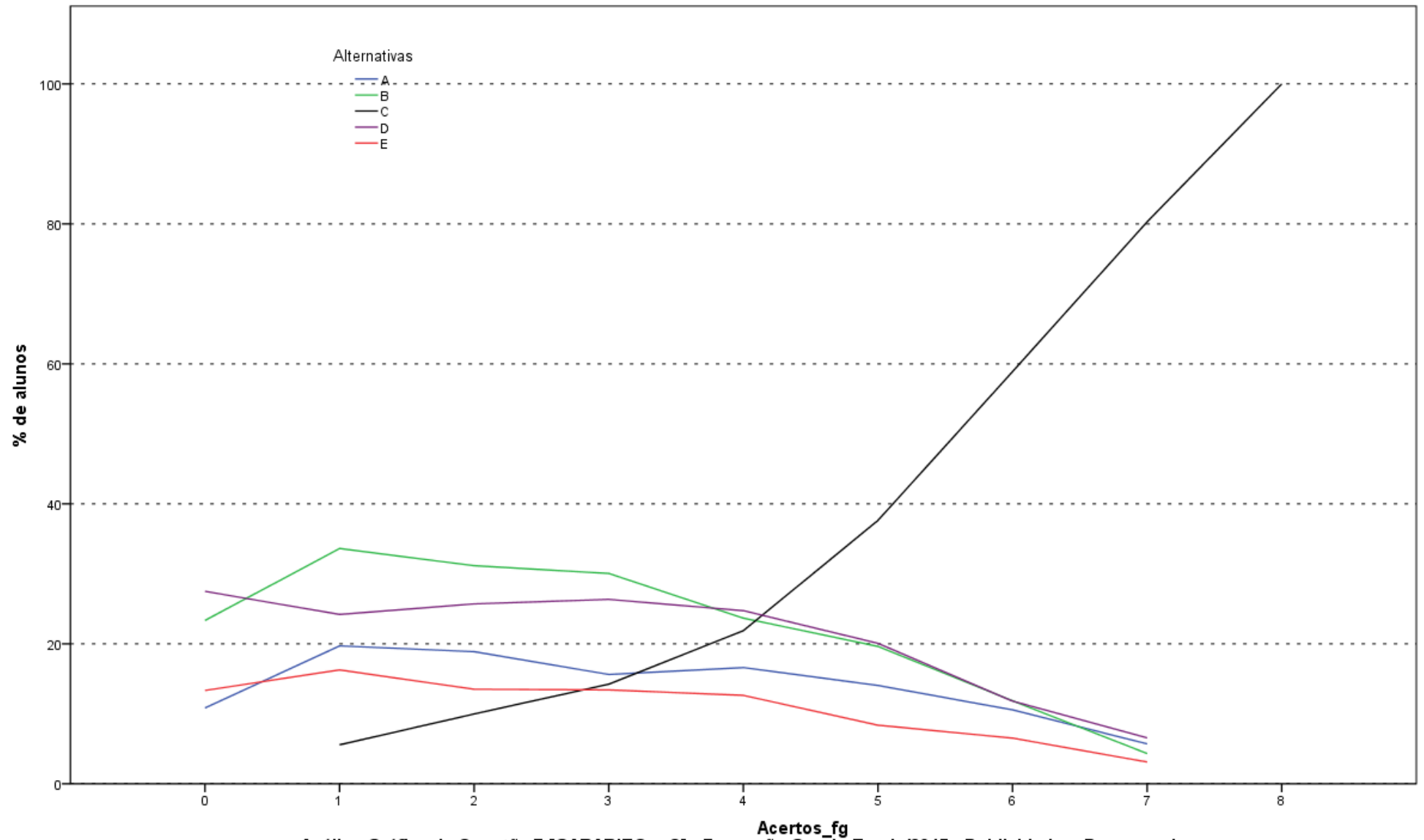
Análise Gráfica da Questão 4 [GABARITO = B] - Formação Geral - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

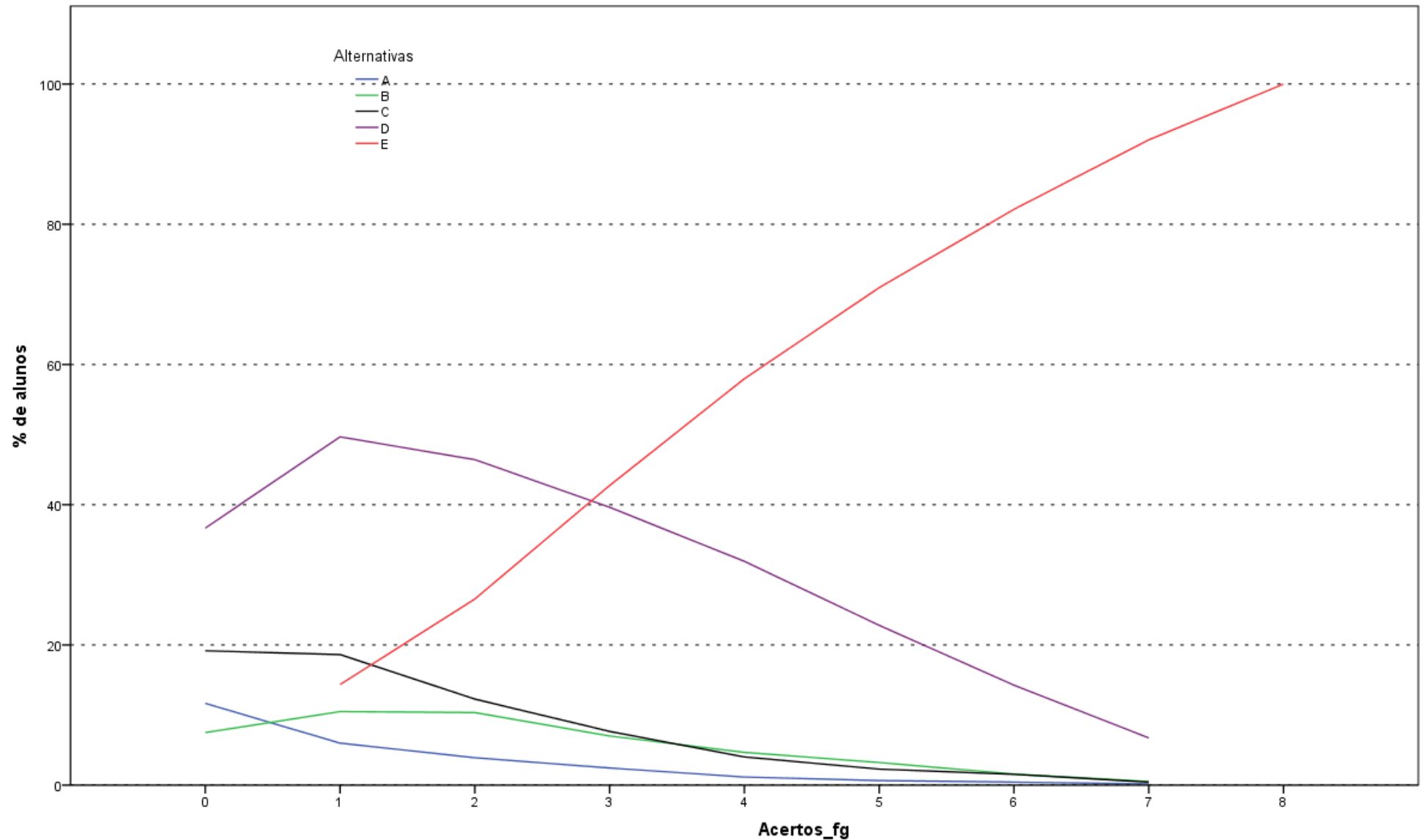


Análise Gráfica da Questão 5 [GABARITO = D] - Formação Geral - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

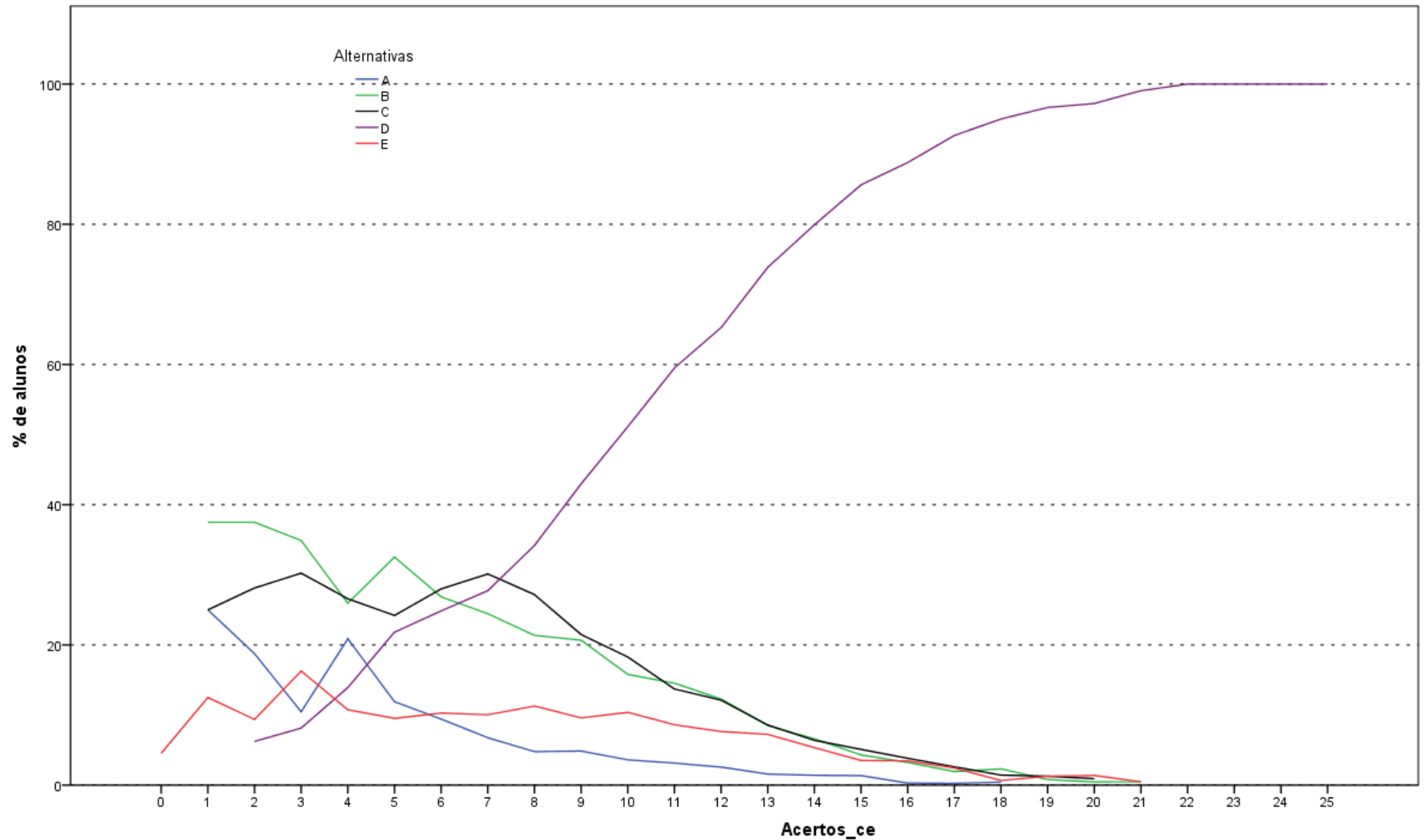


Análise Gráfica da Questão 6 [GABARITO = D] - Formação Geral - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

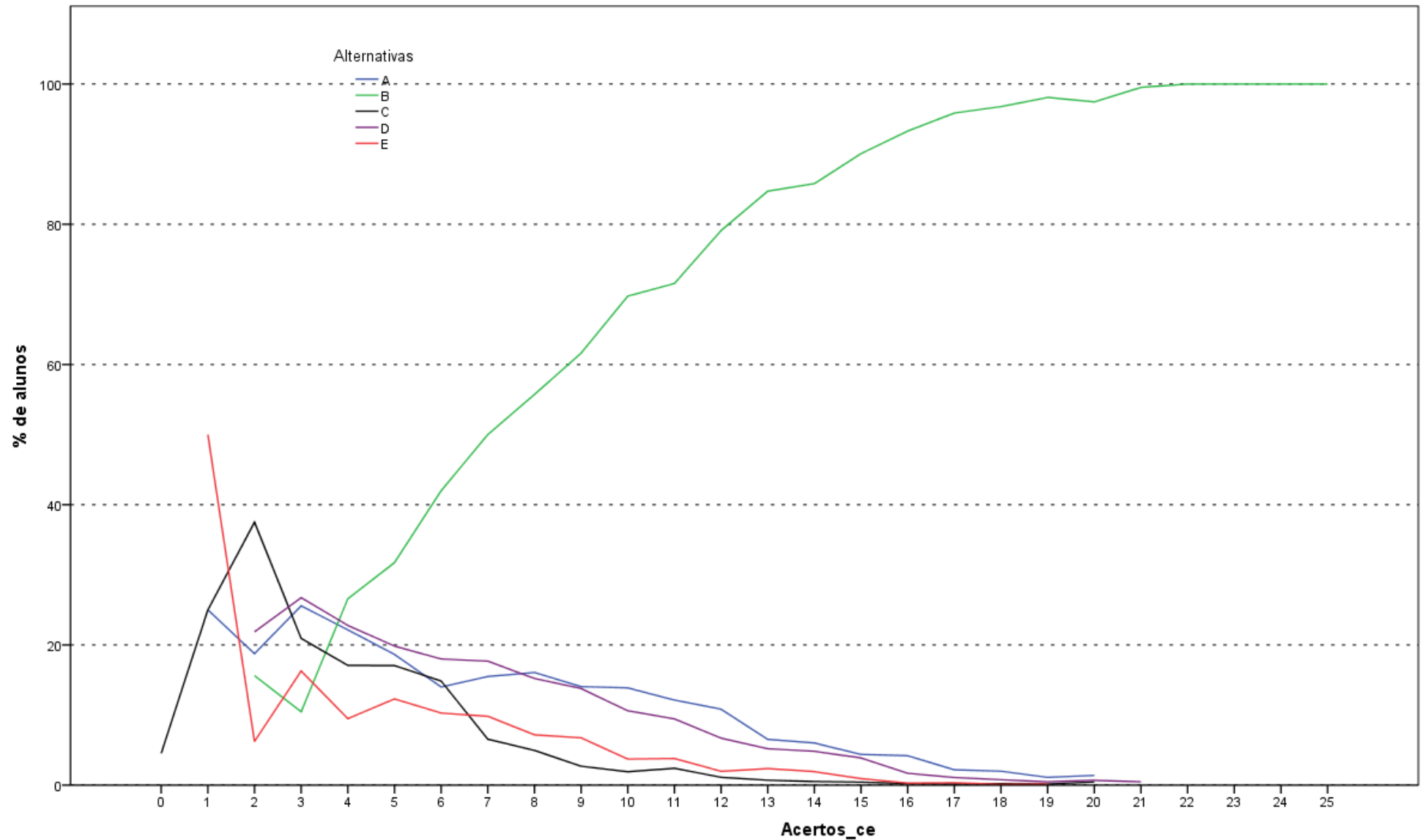


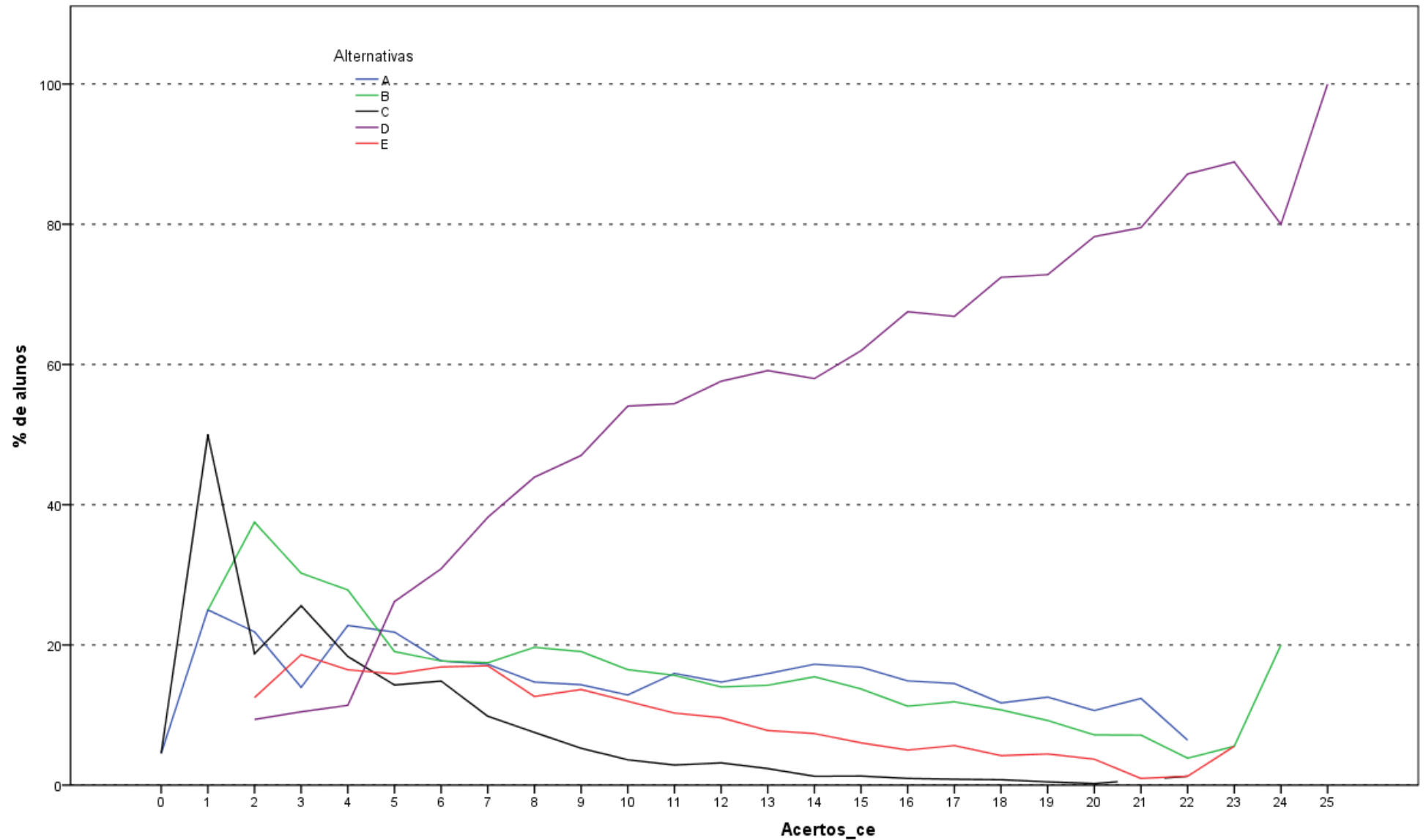


Análise Gráfica da Questão 8 [GABARITO = E] - Formação Geral - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

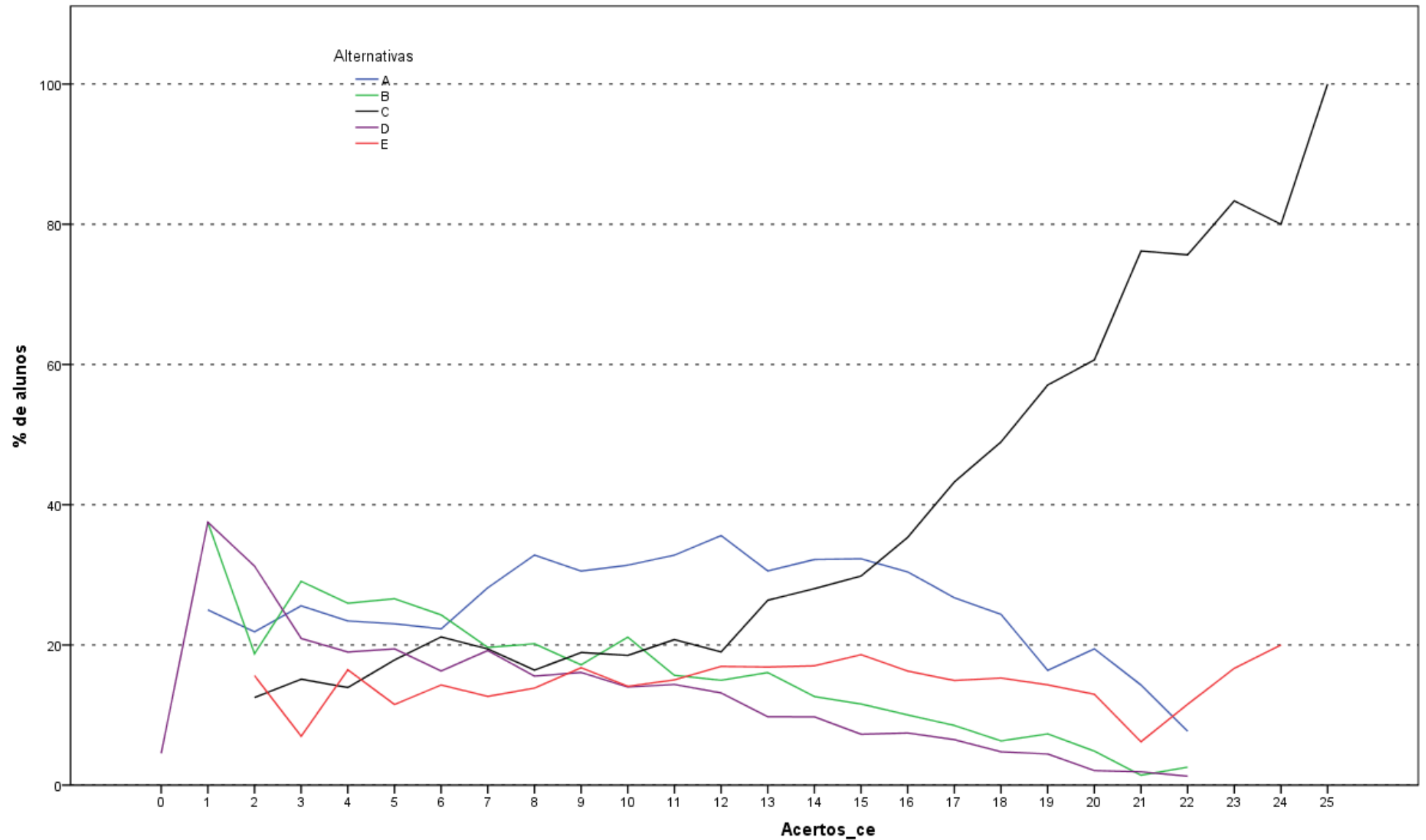


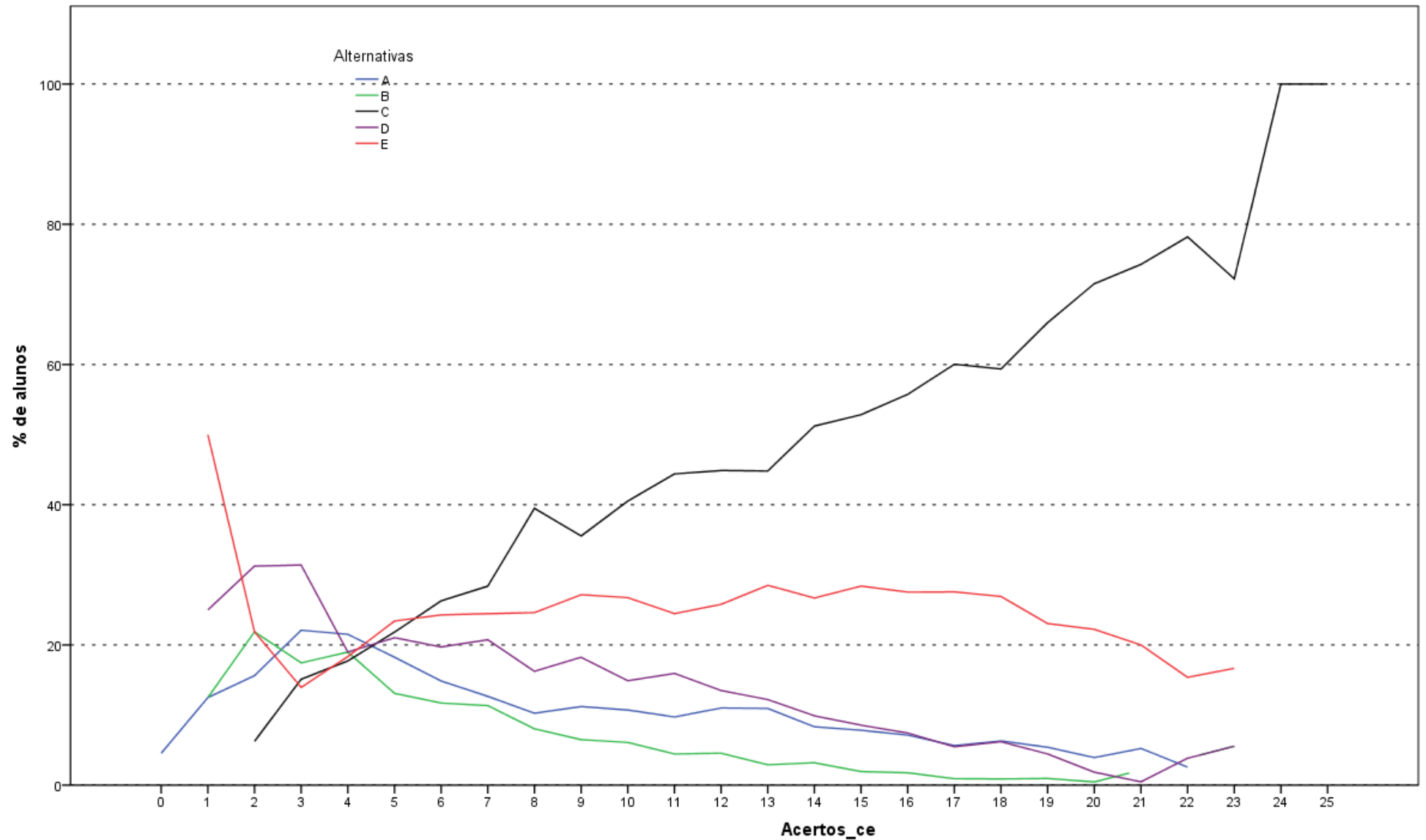
Análise Gráfica da Questão 9 [GABARITO = D] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

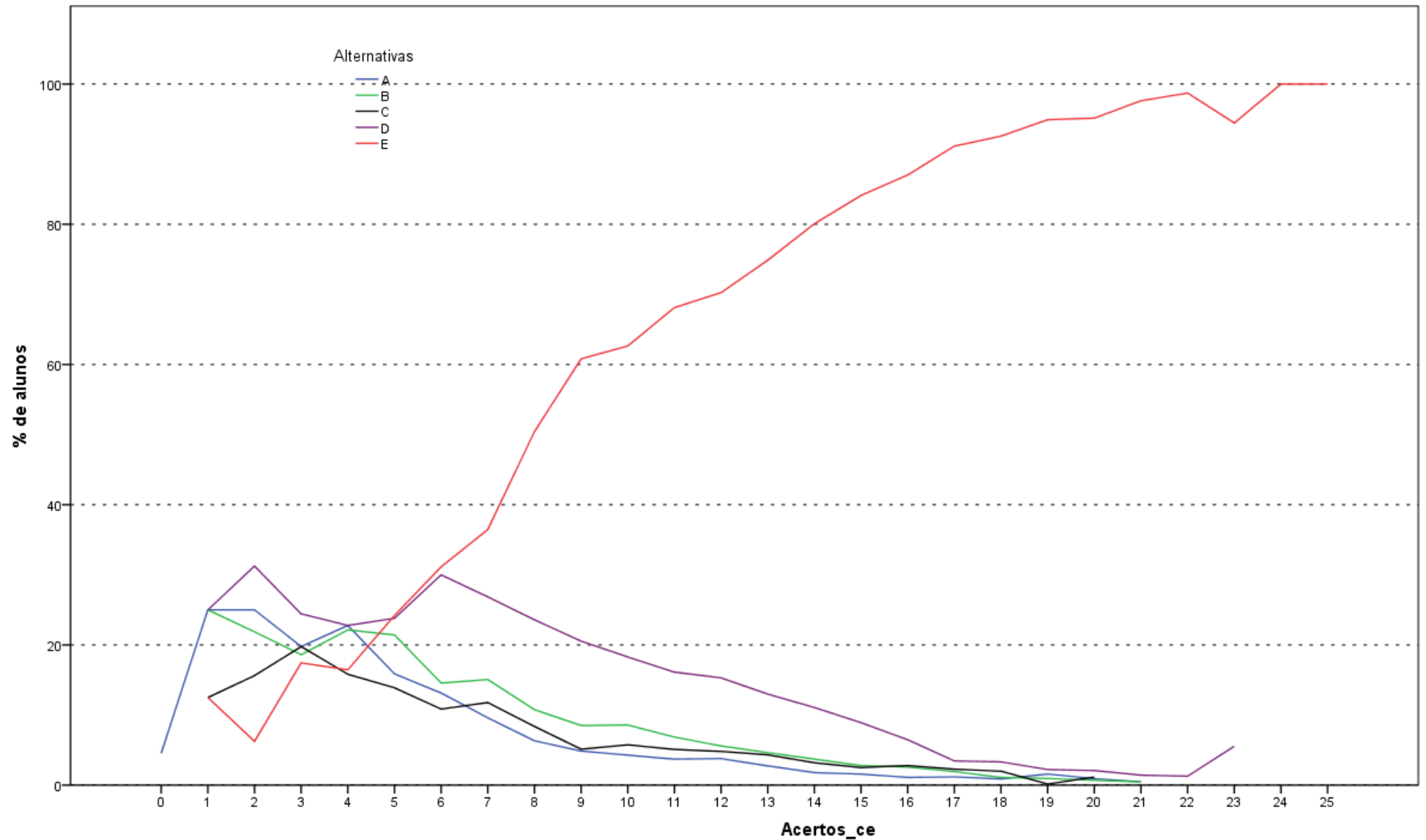


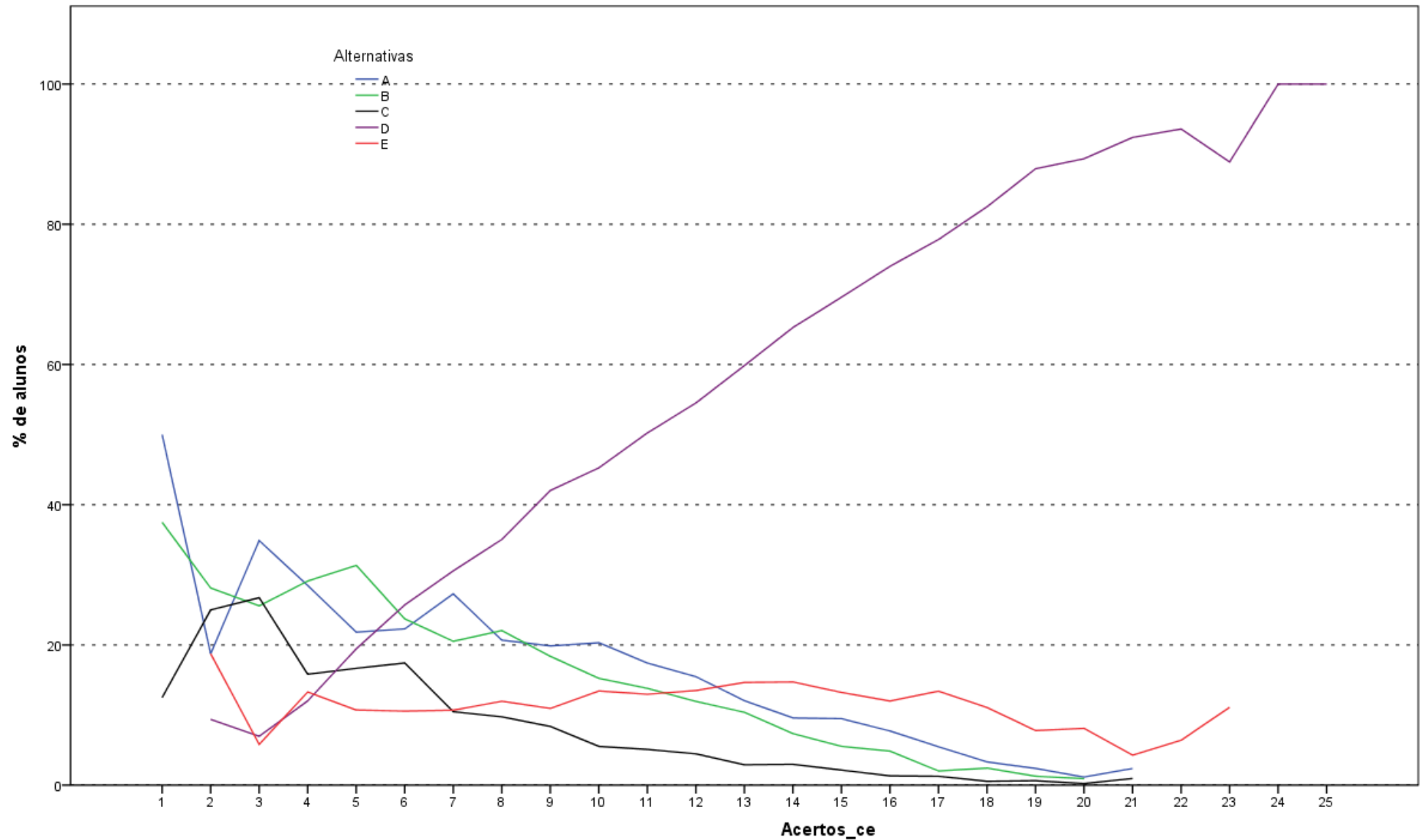


Análise Gráfica da Questão 11 [GABARITO = D] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

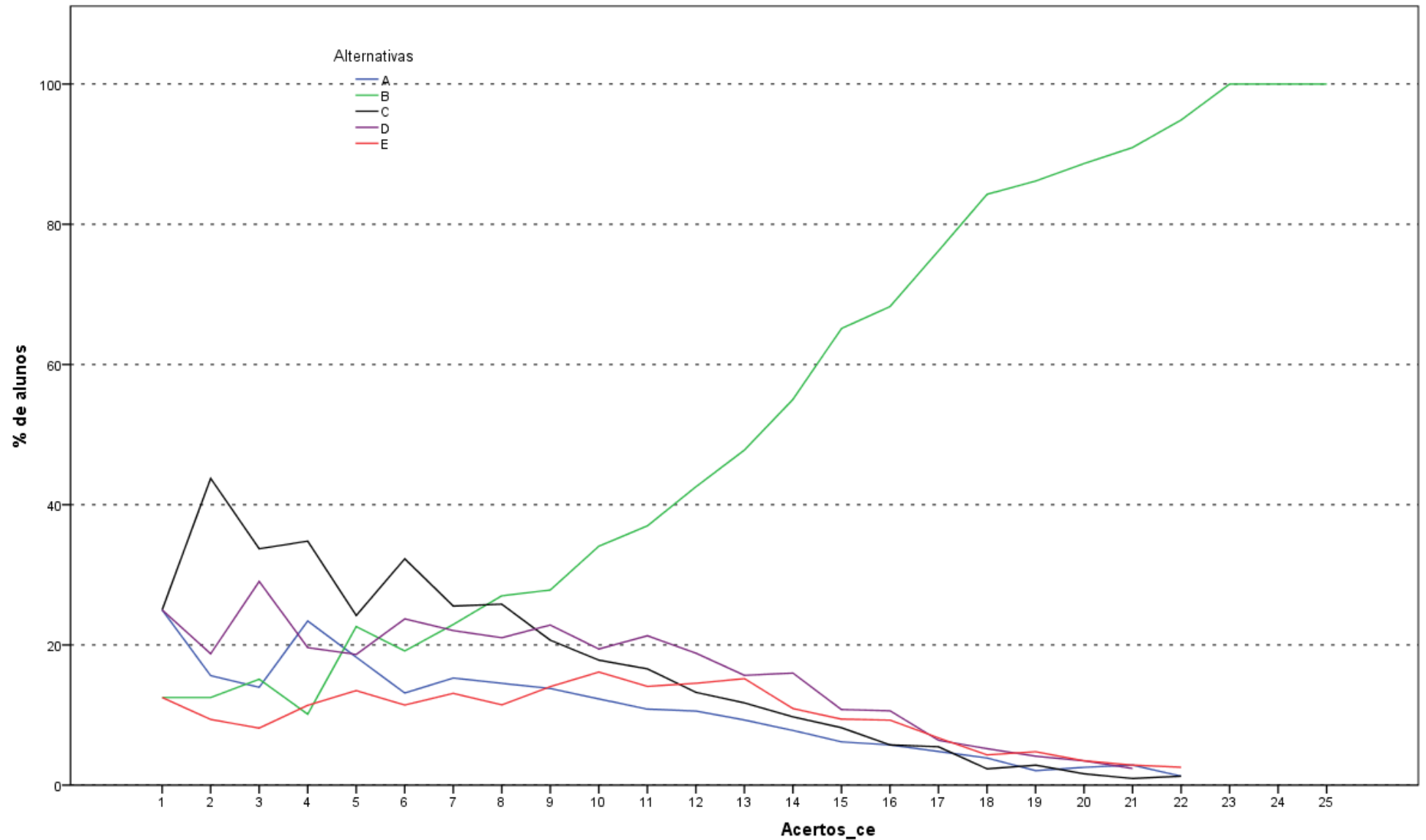




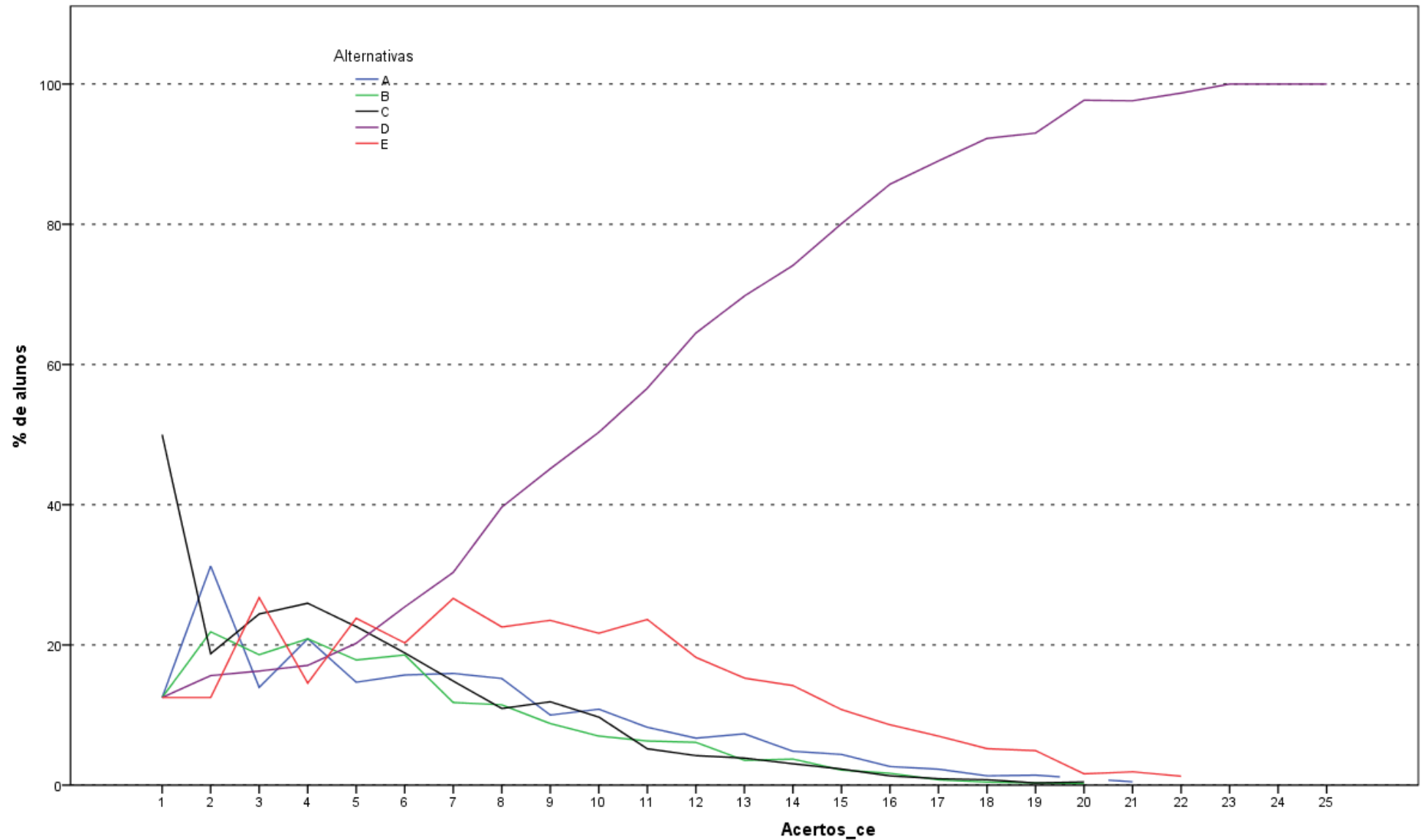




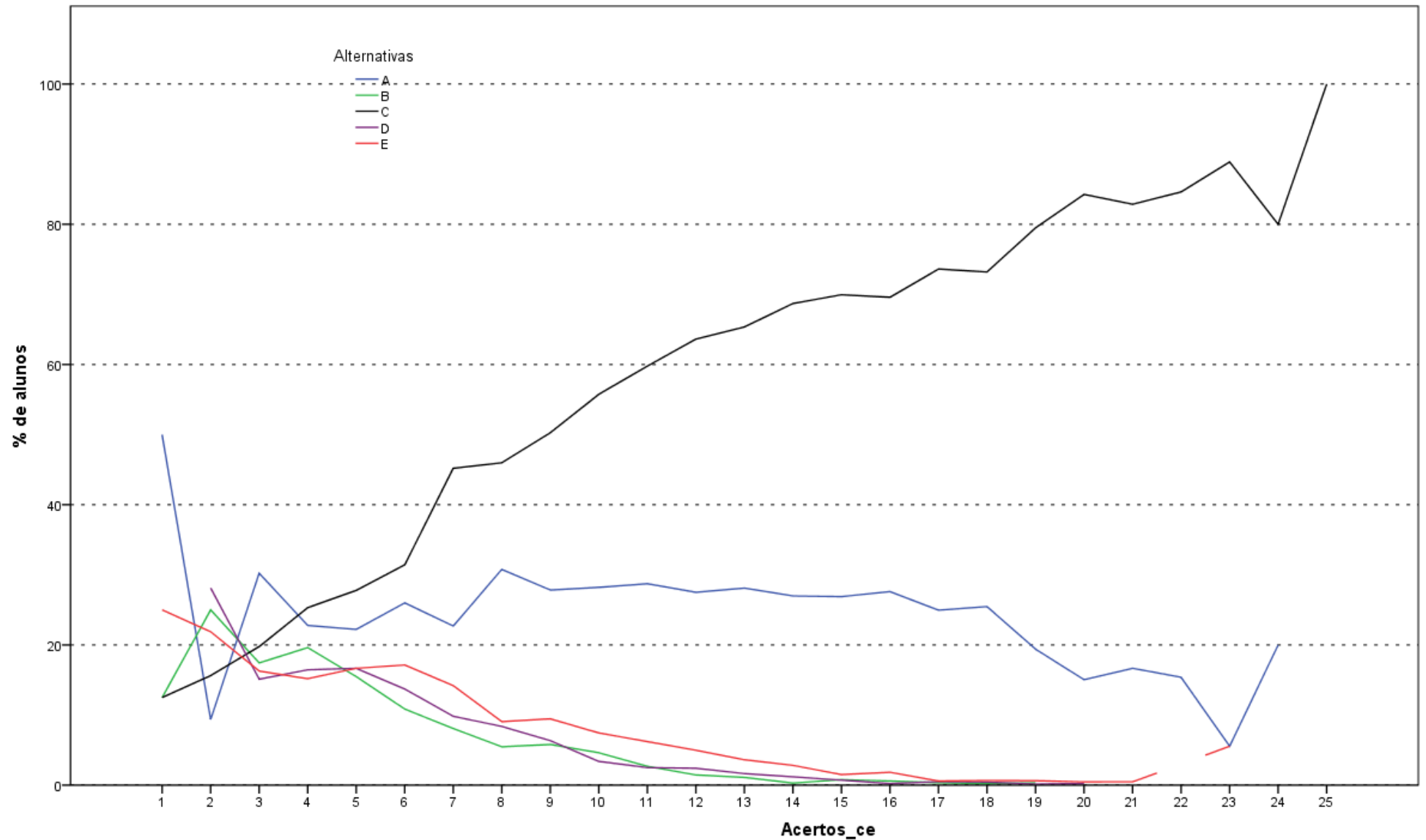
Análise Gráfica da Questão 15 [GABARITO = D] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

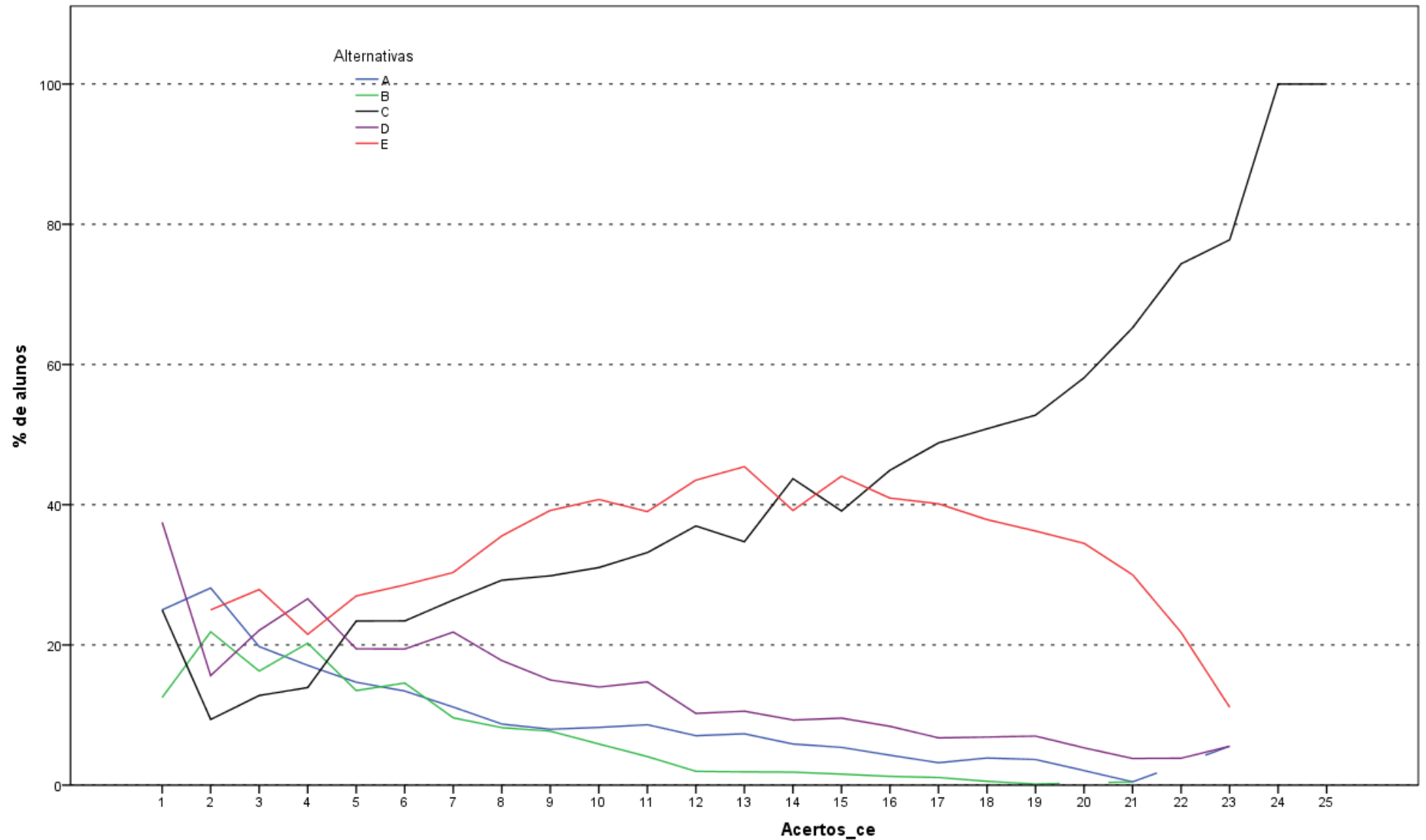


Análise Gráfica da Questão 16 [GABARITO = B] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

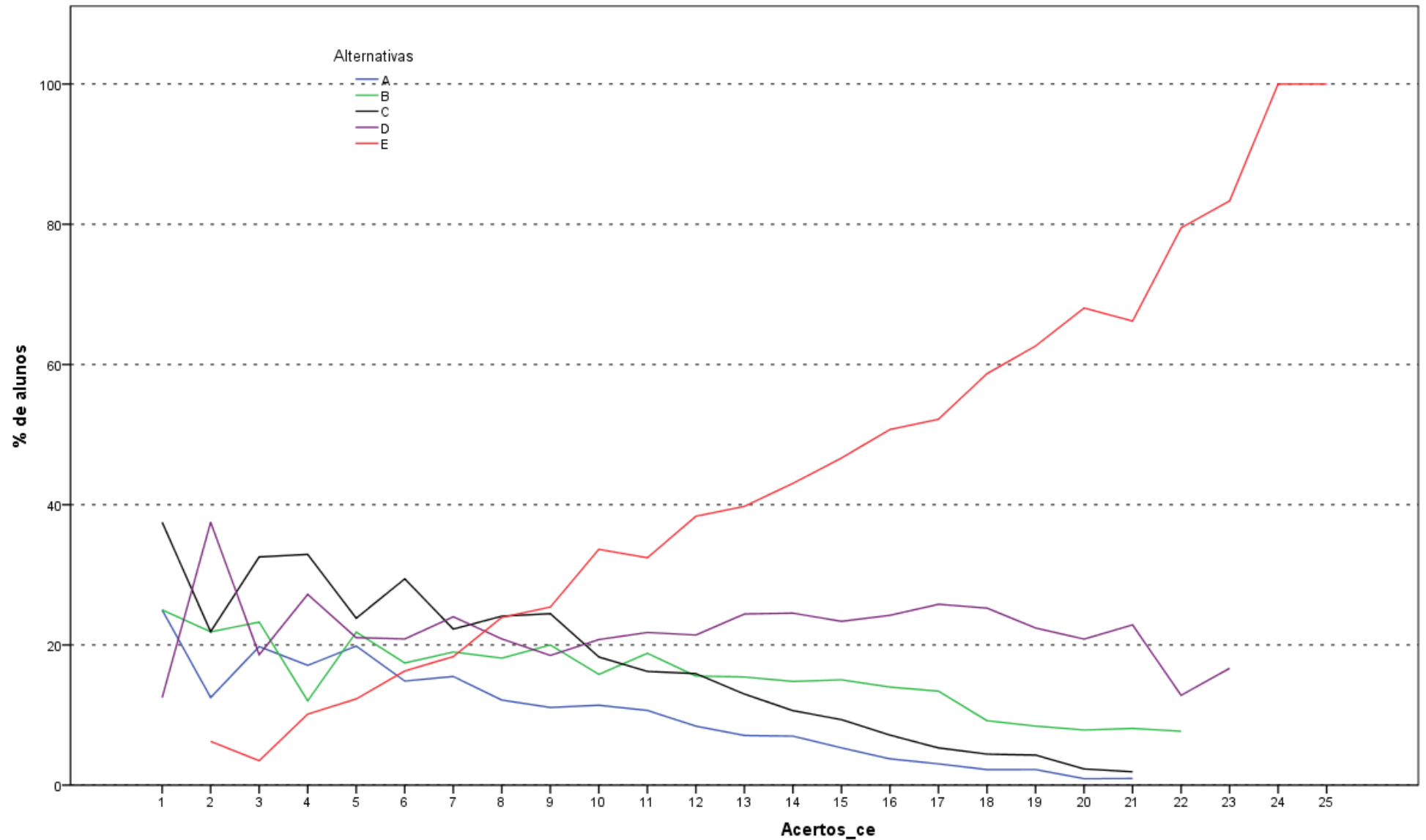


Análise Gráfica da Questão 17 [GABARITO = D] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

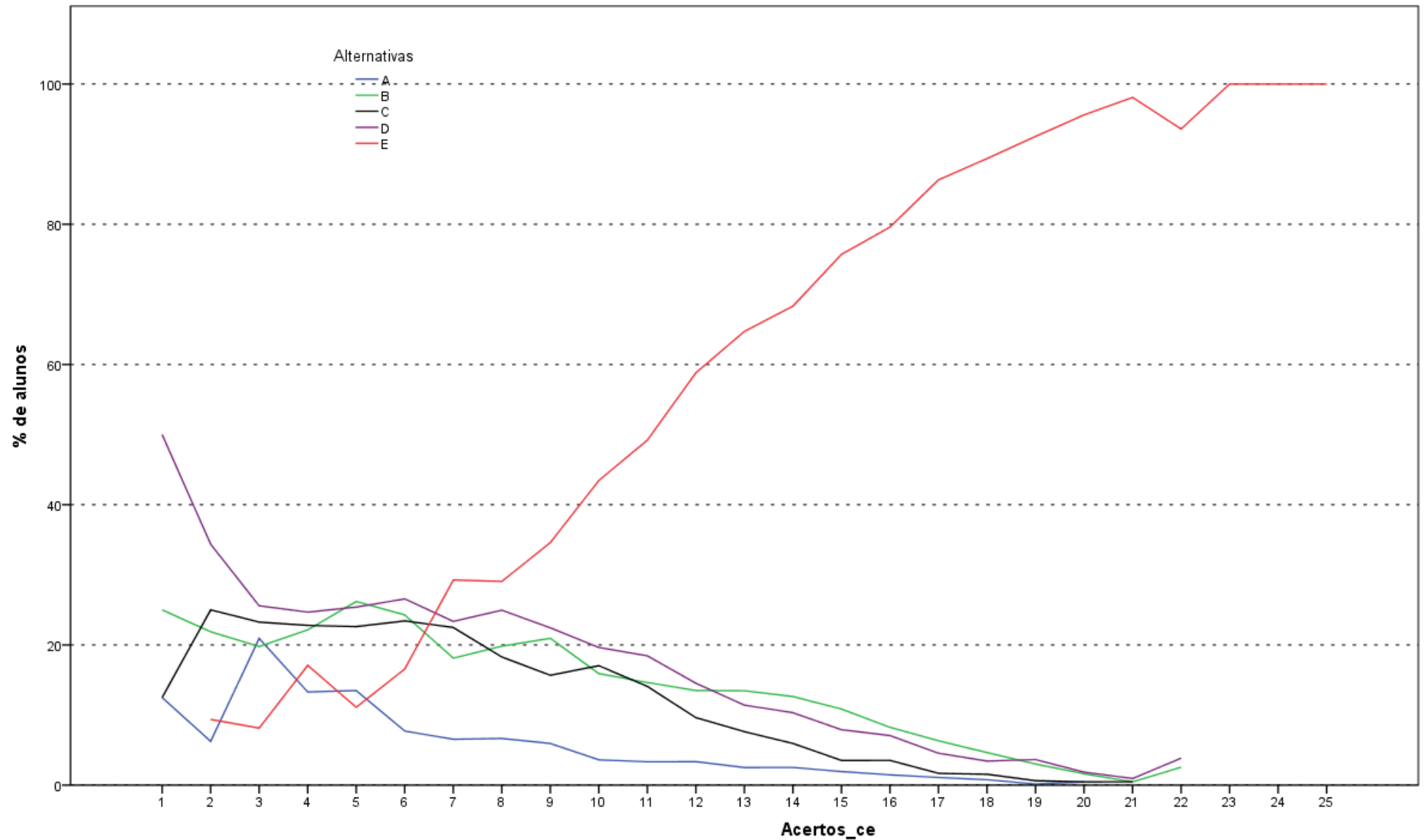




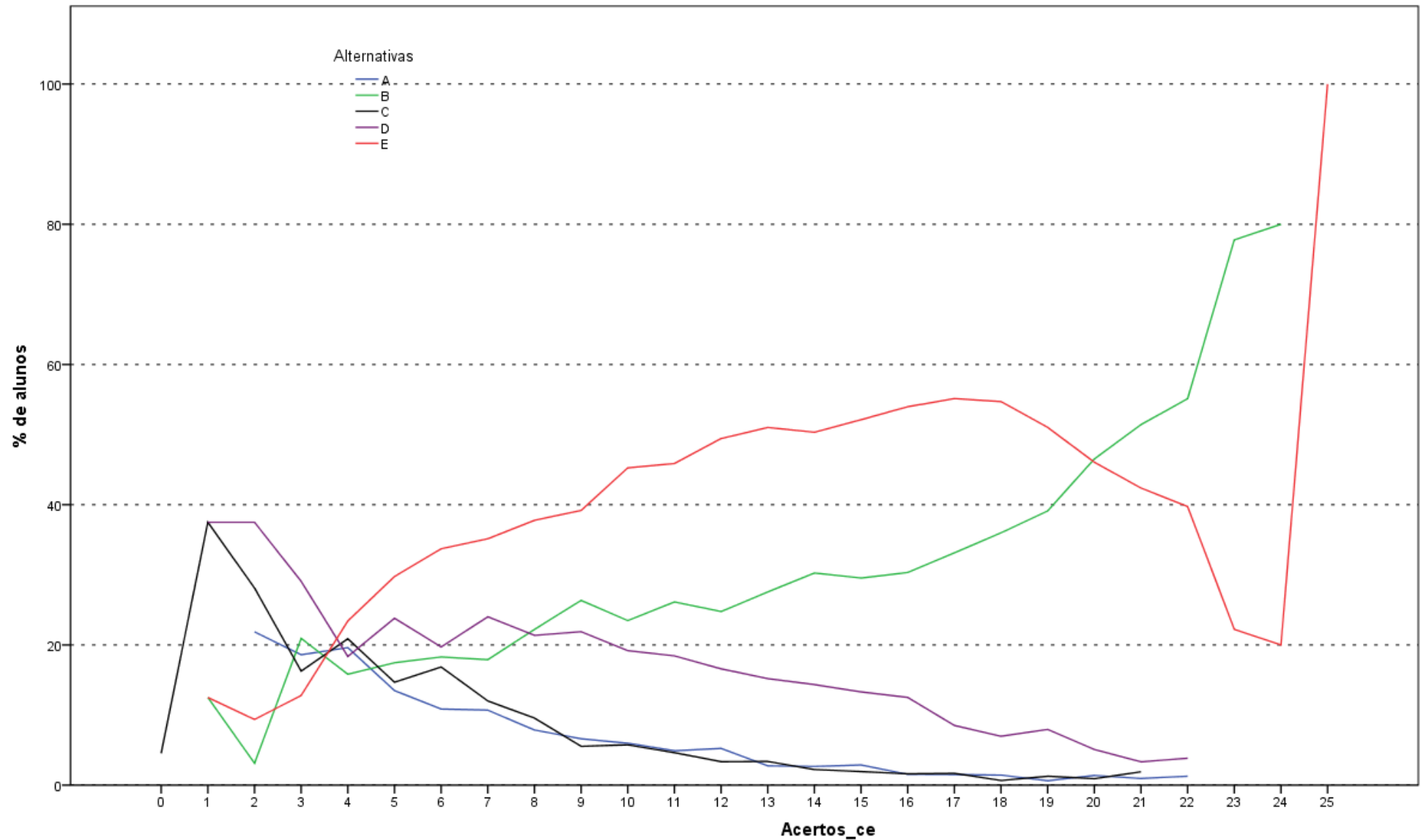
Análise Gráfica da Questão 19 [GABARITO = C] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

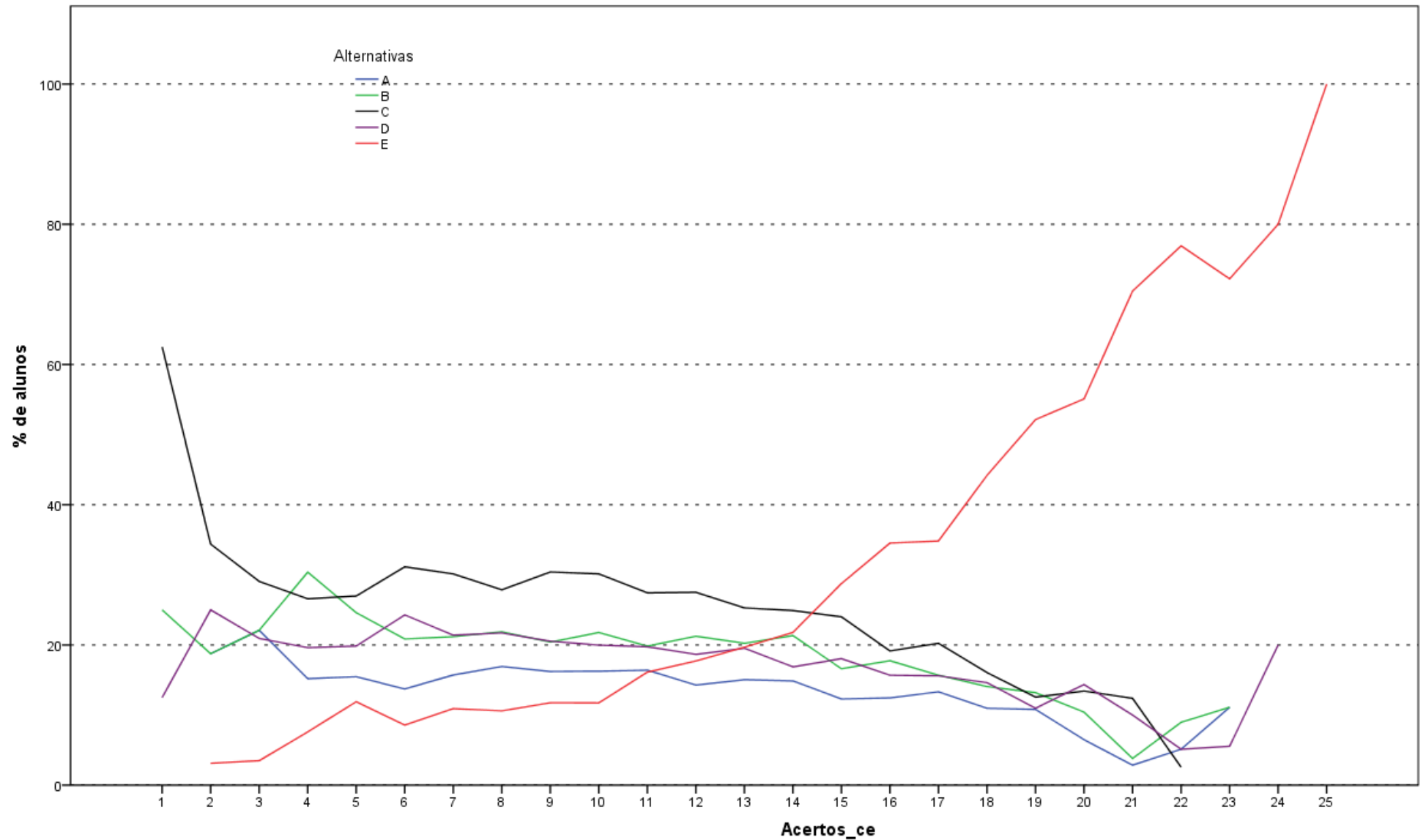


Análise Gráfica da Questão 20 [GABARITO = E] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

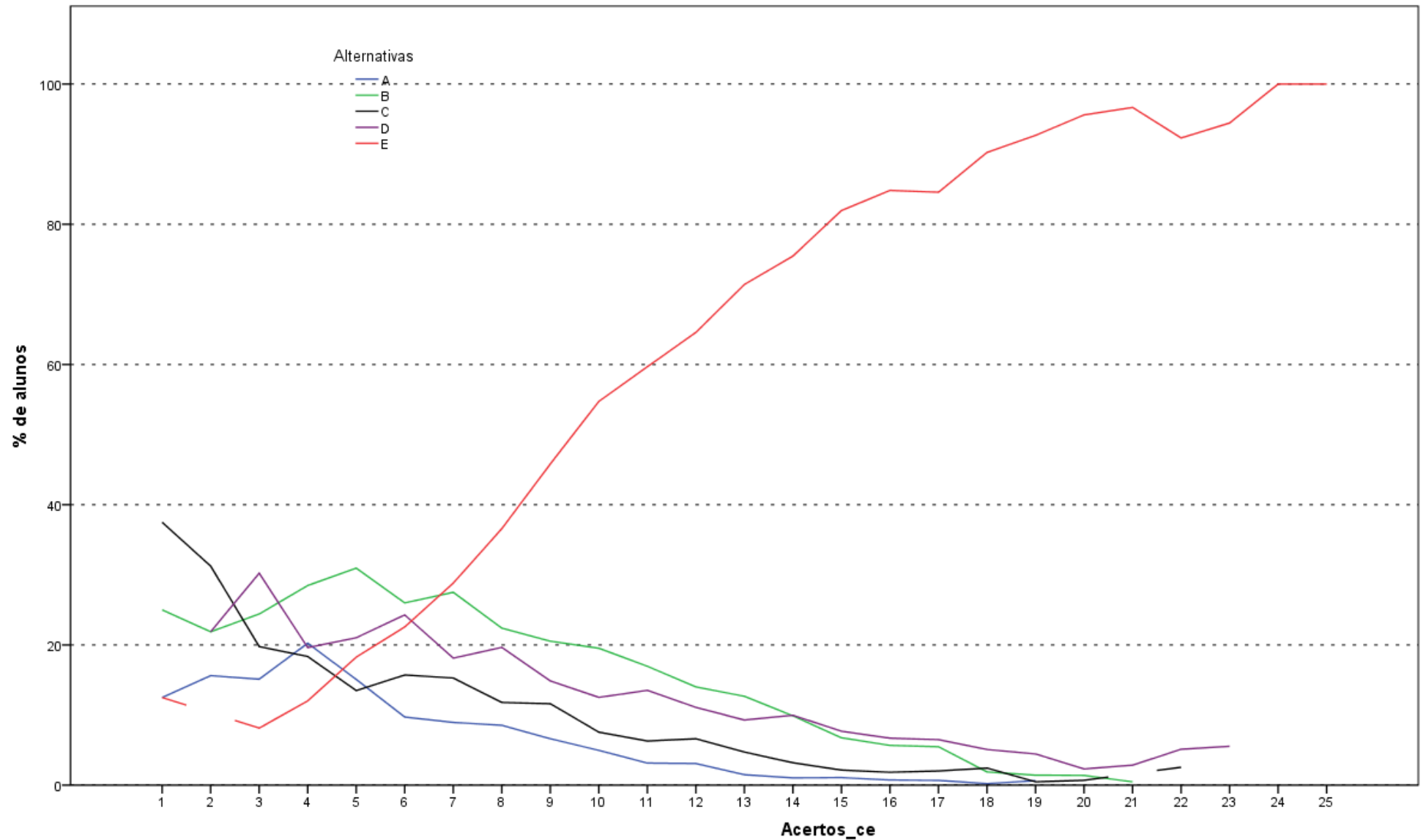


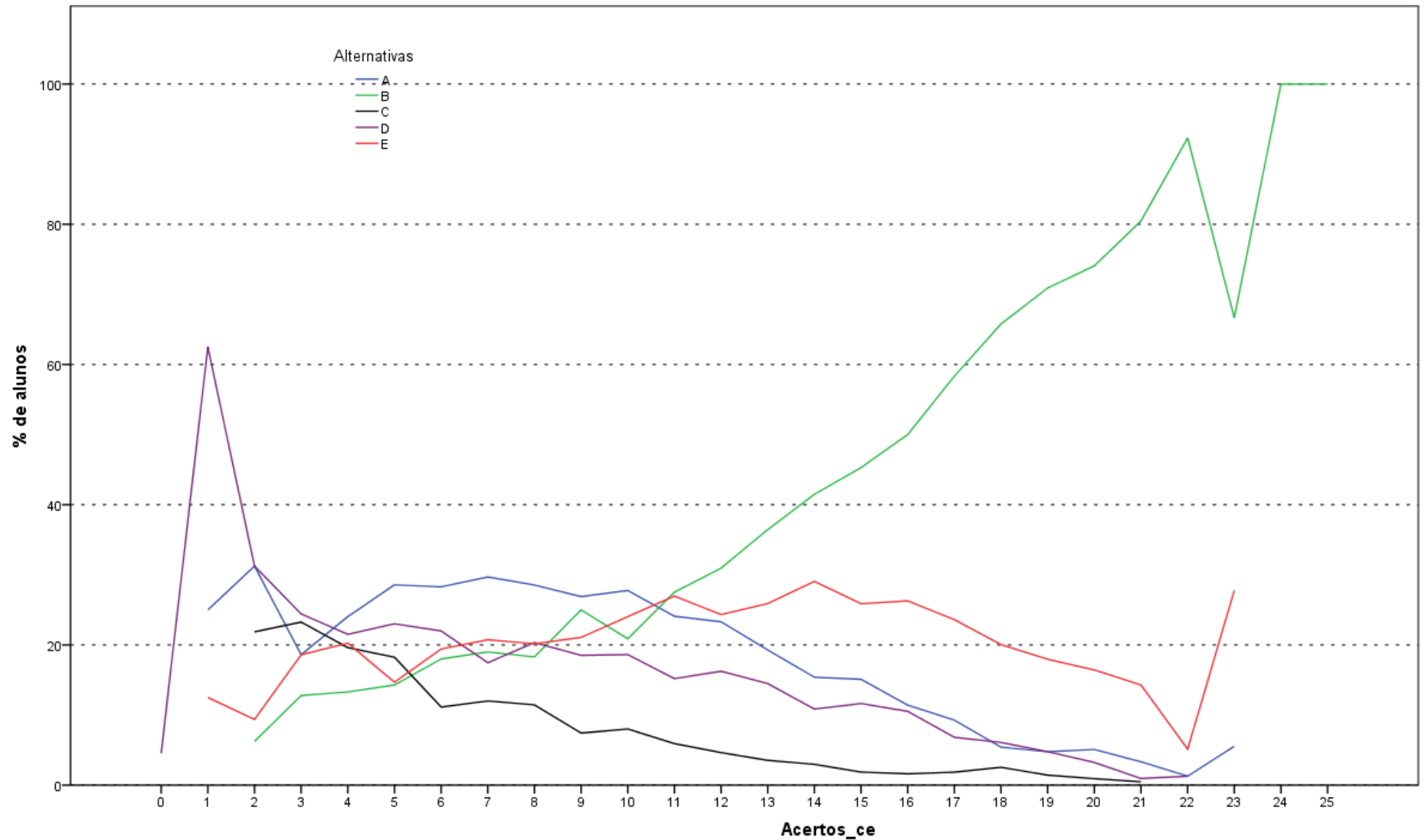
Acertos_ce
Análise Gráfica da Questão 21 [GABARITO = E] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda



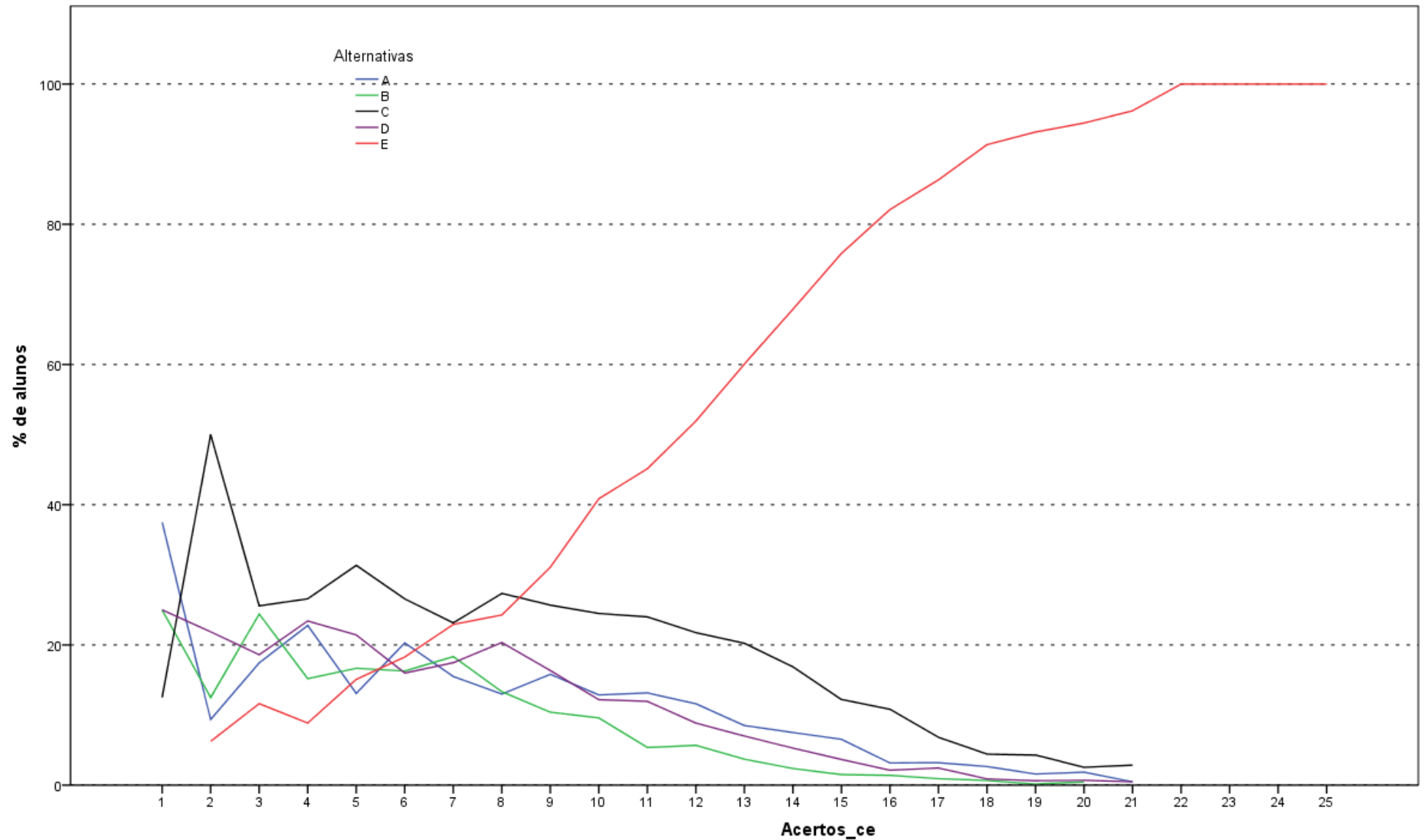


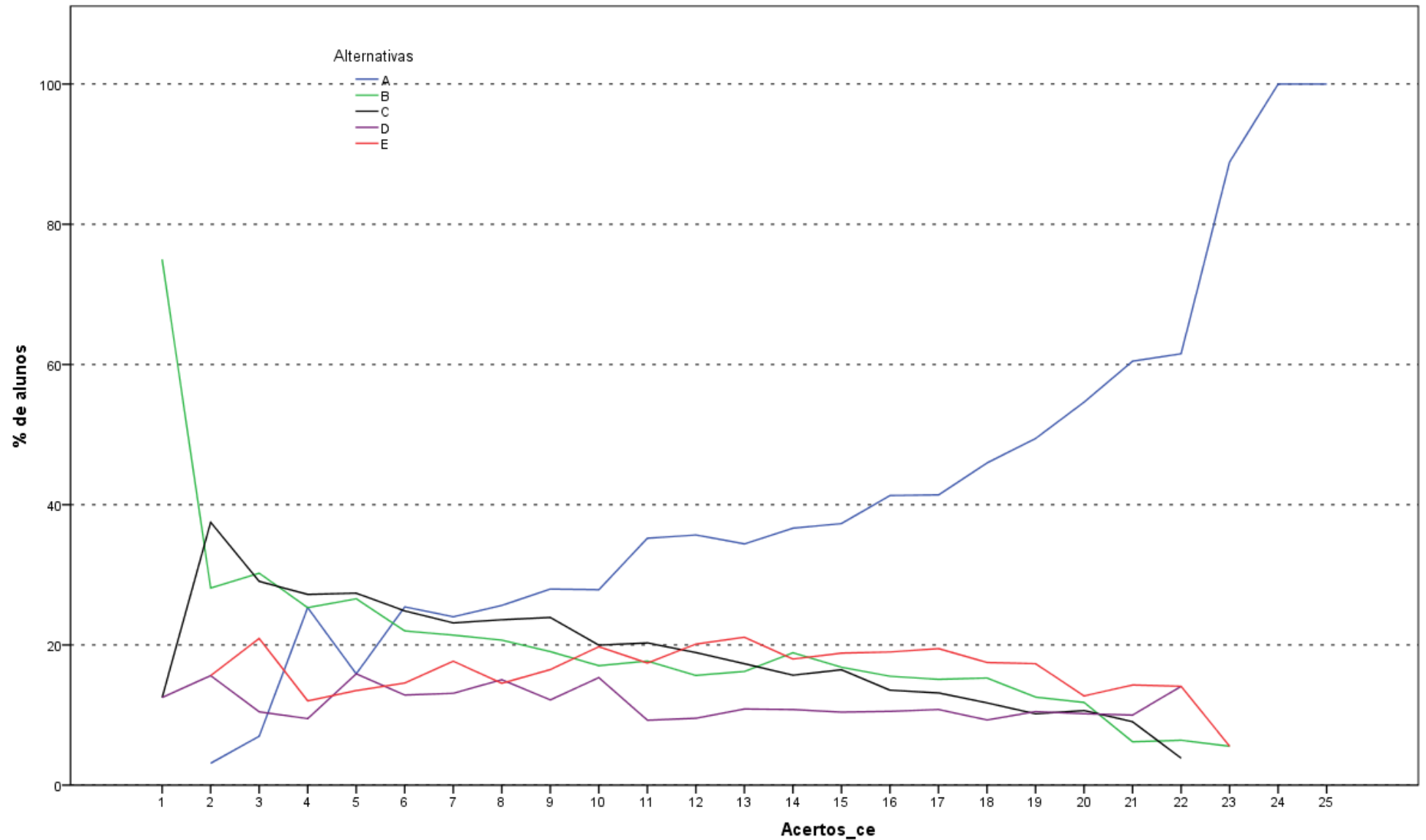
Análise Gráfica da Questão 23 [GABARITO = E] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda



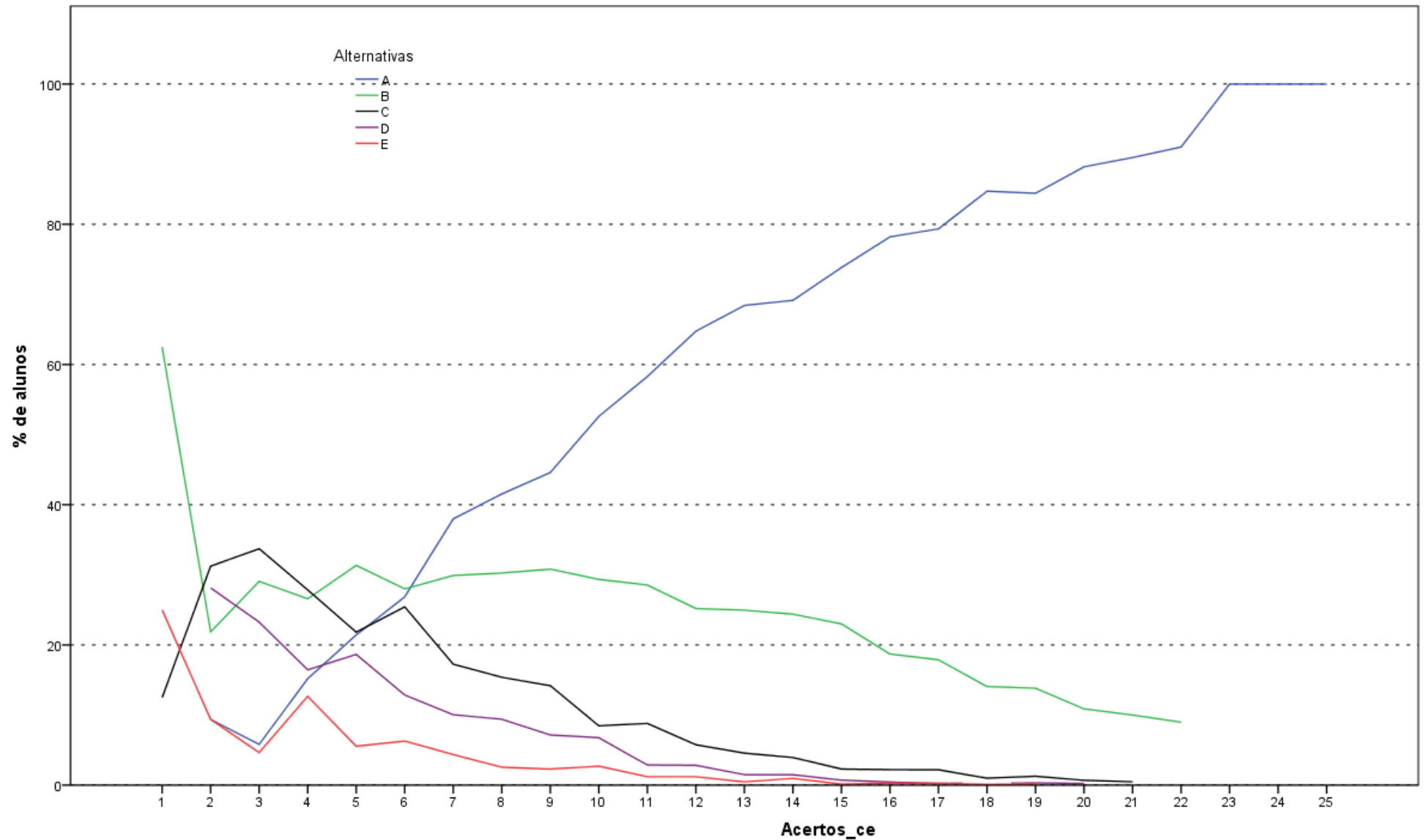


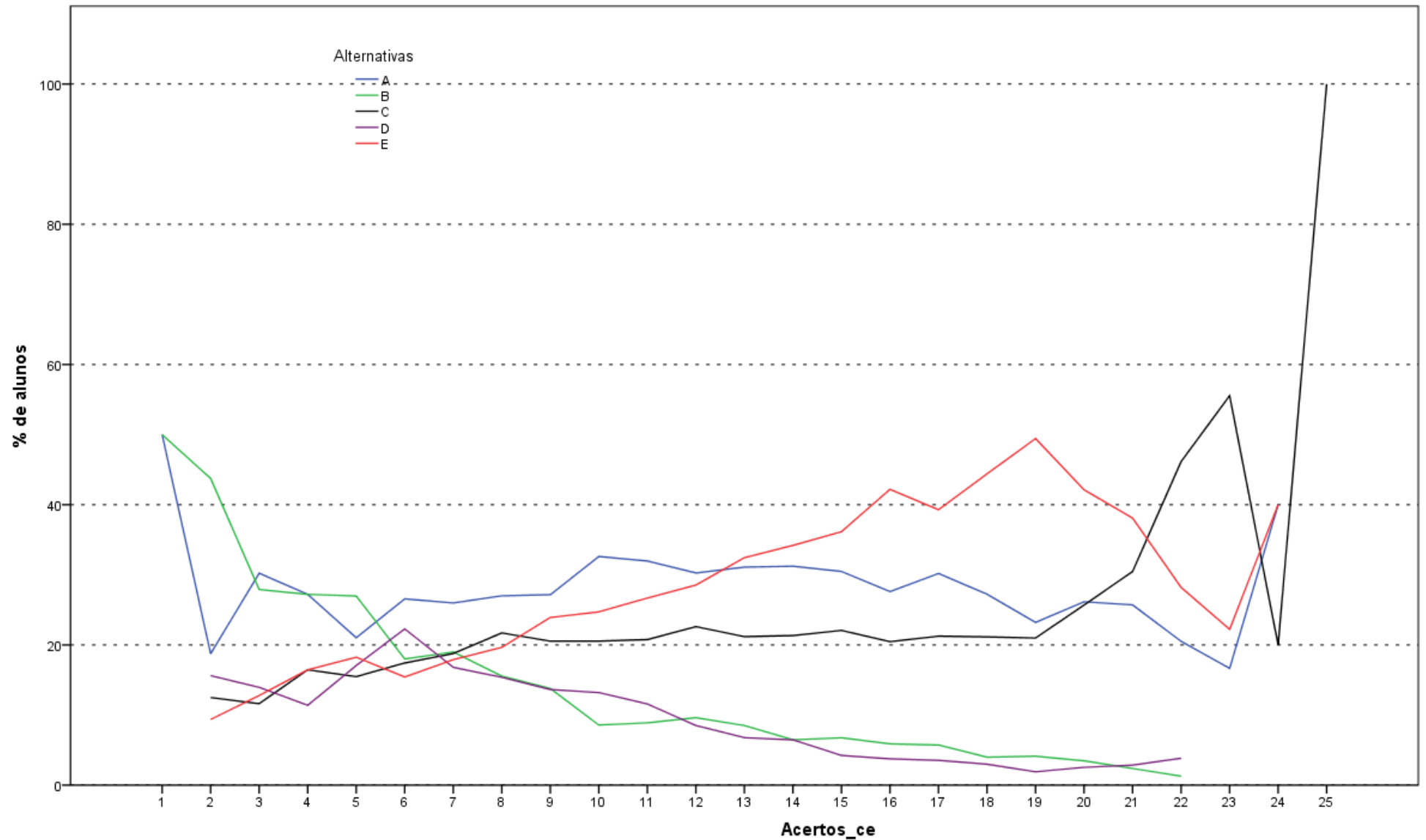
Análise Gráfica da Questão 25 [GABARITO = B] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda



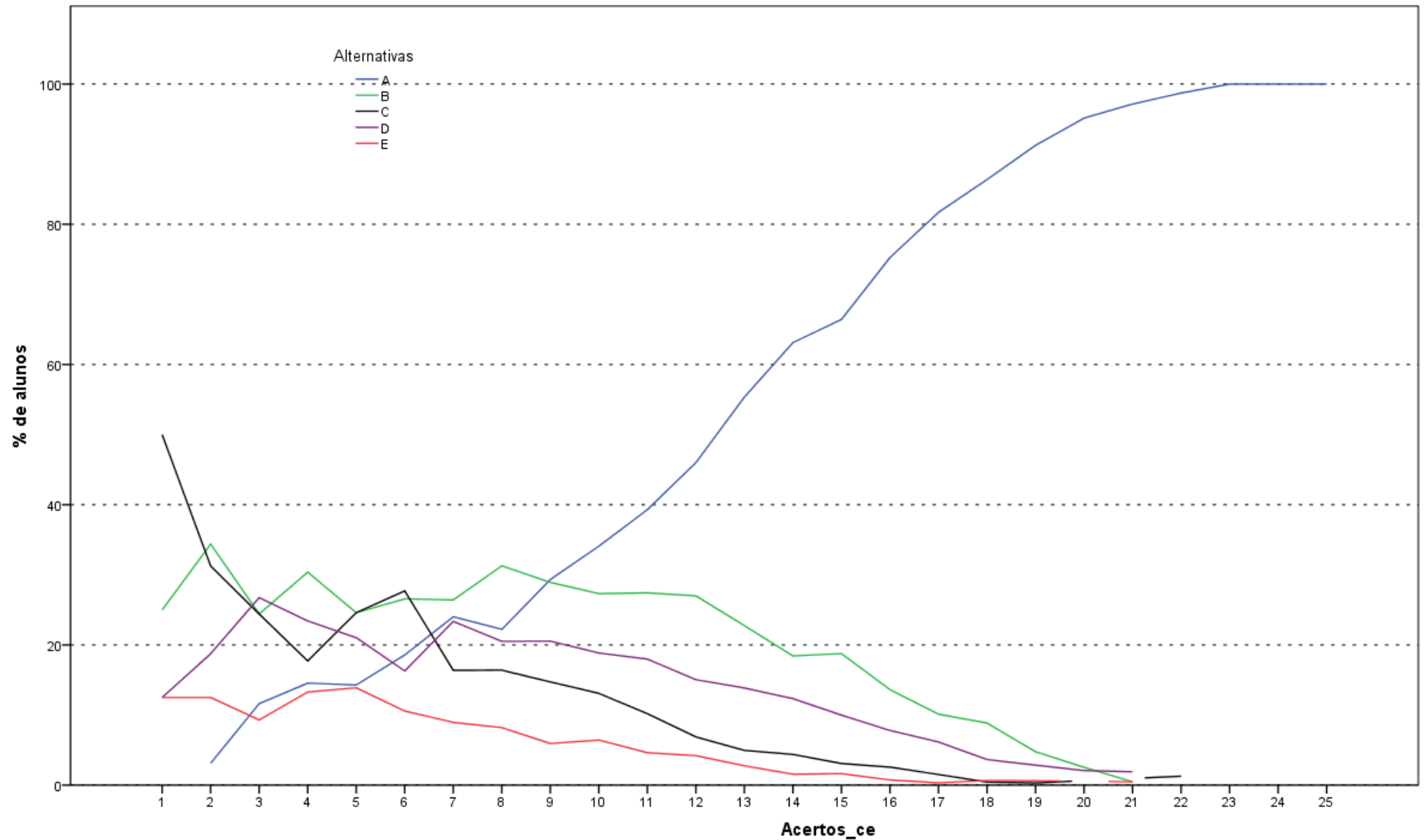


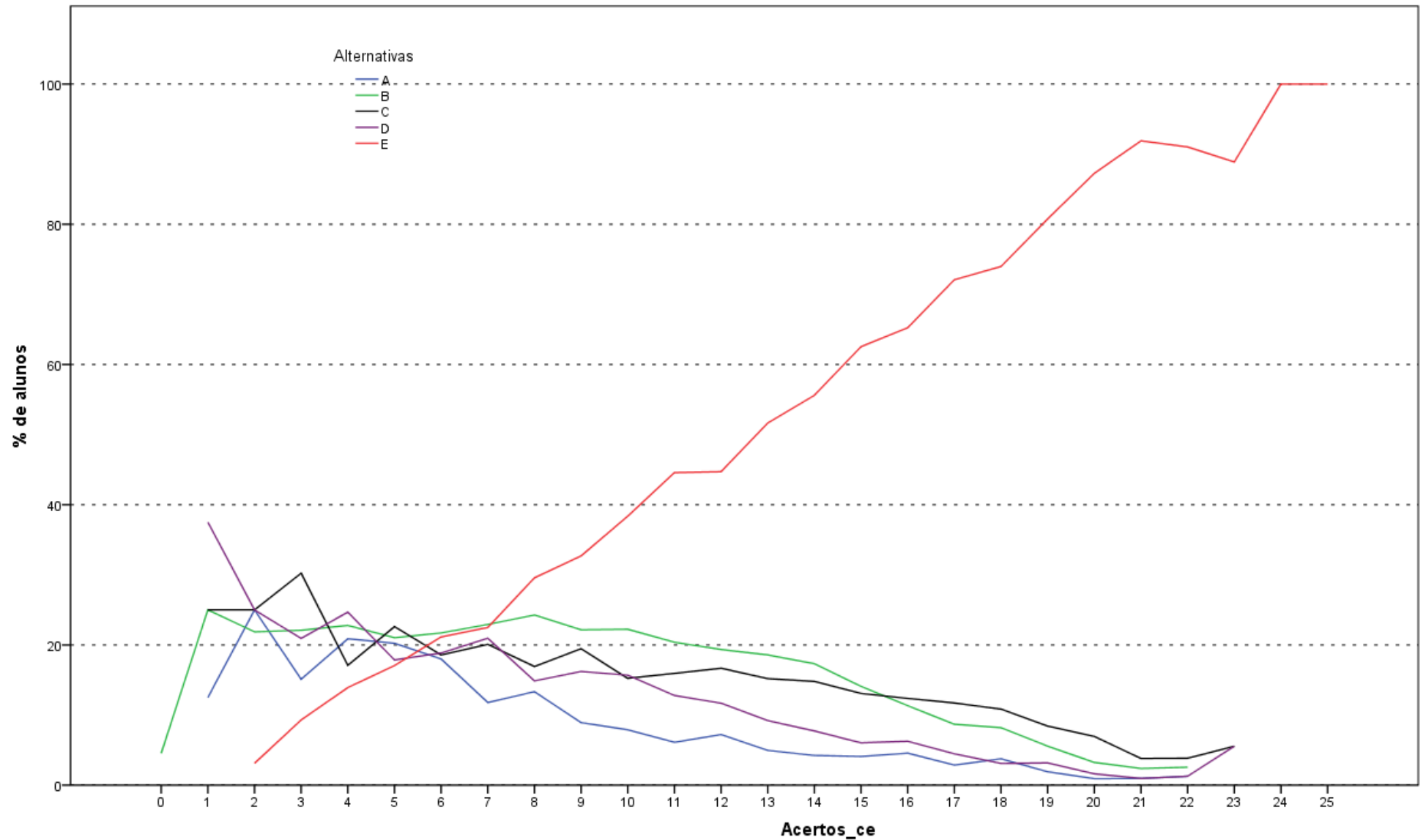
Análise Gráfica da Questão 27 [GABARITO = A] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda



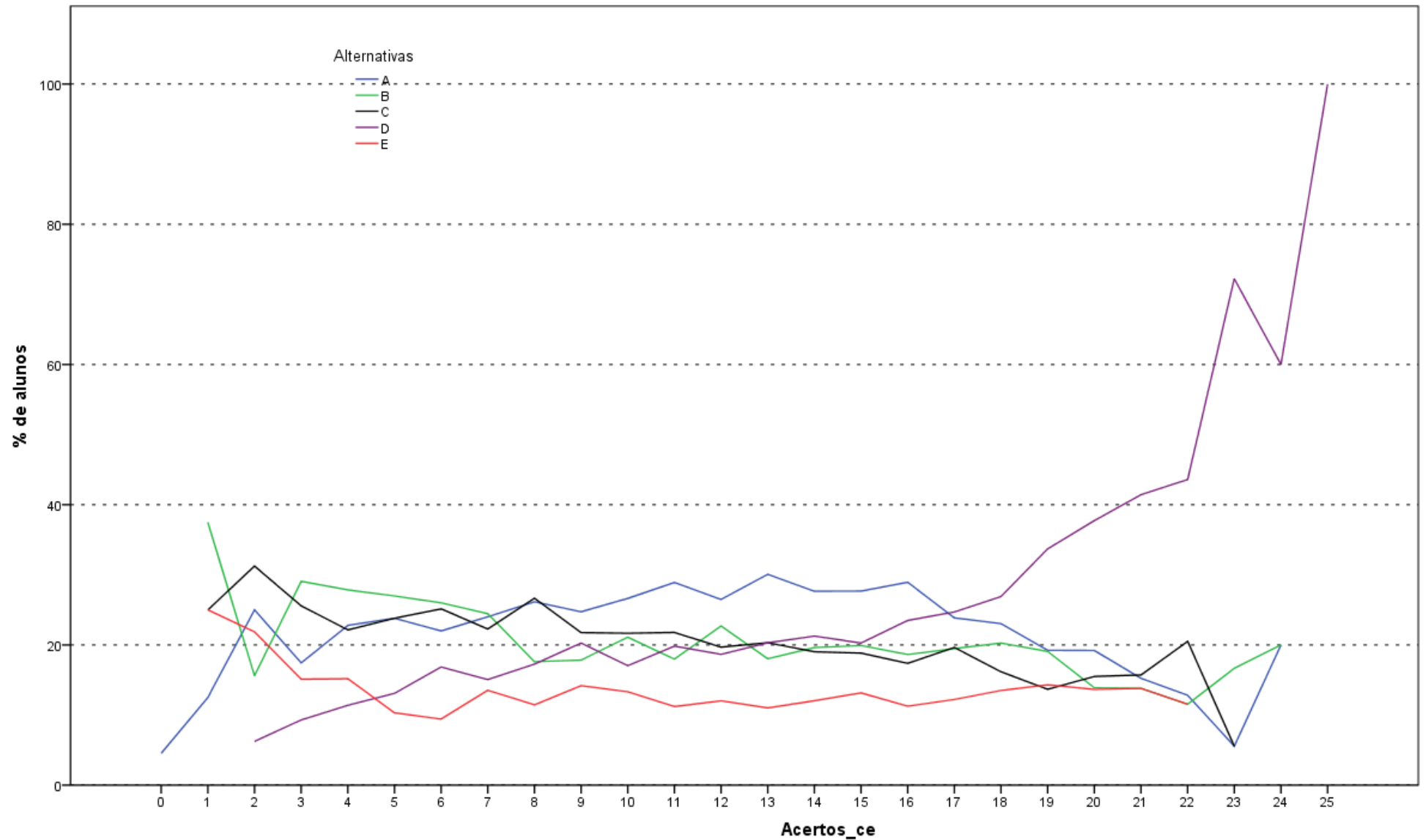


Análise Gráfica da Questão 29 [GABARITO = C] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

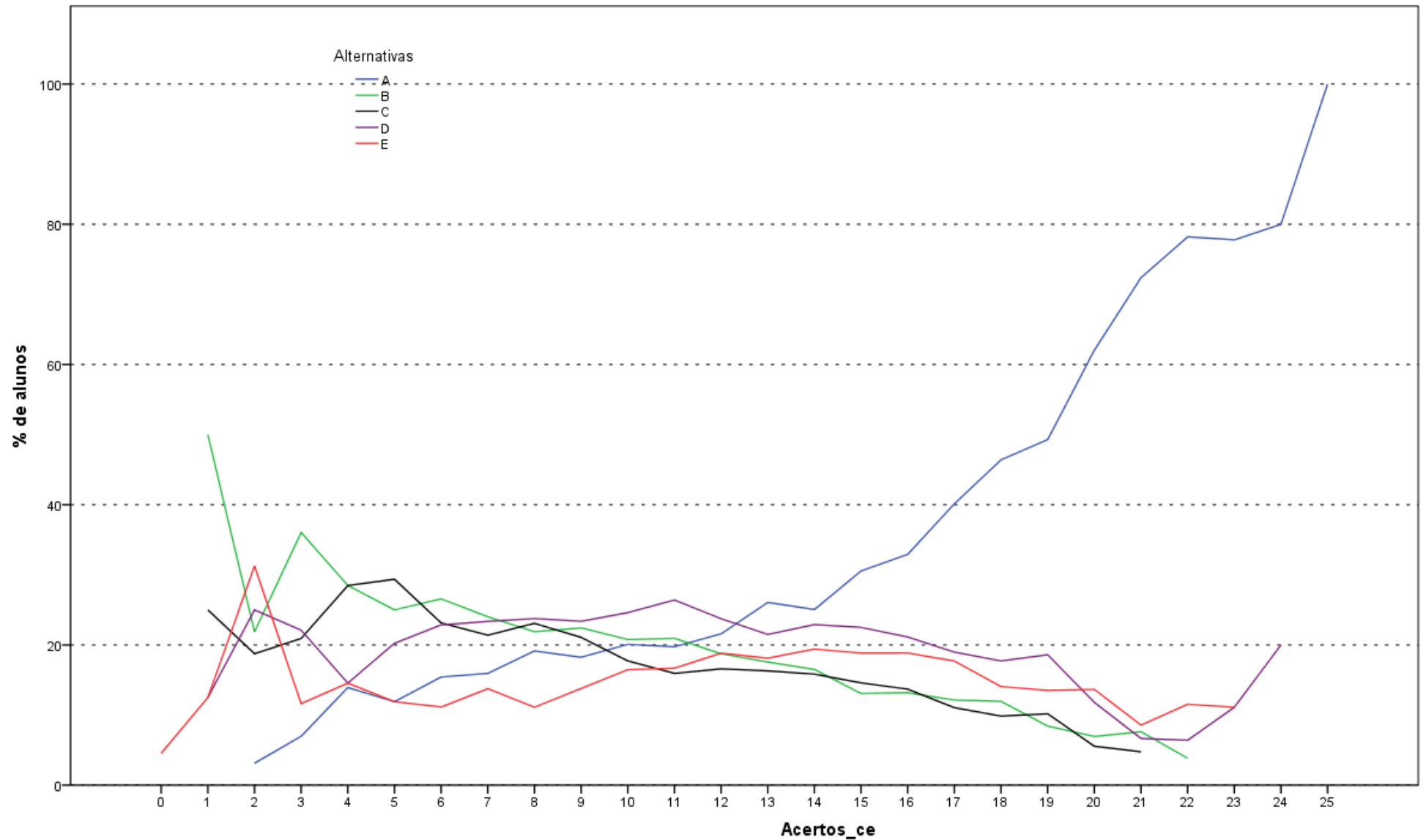




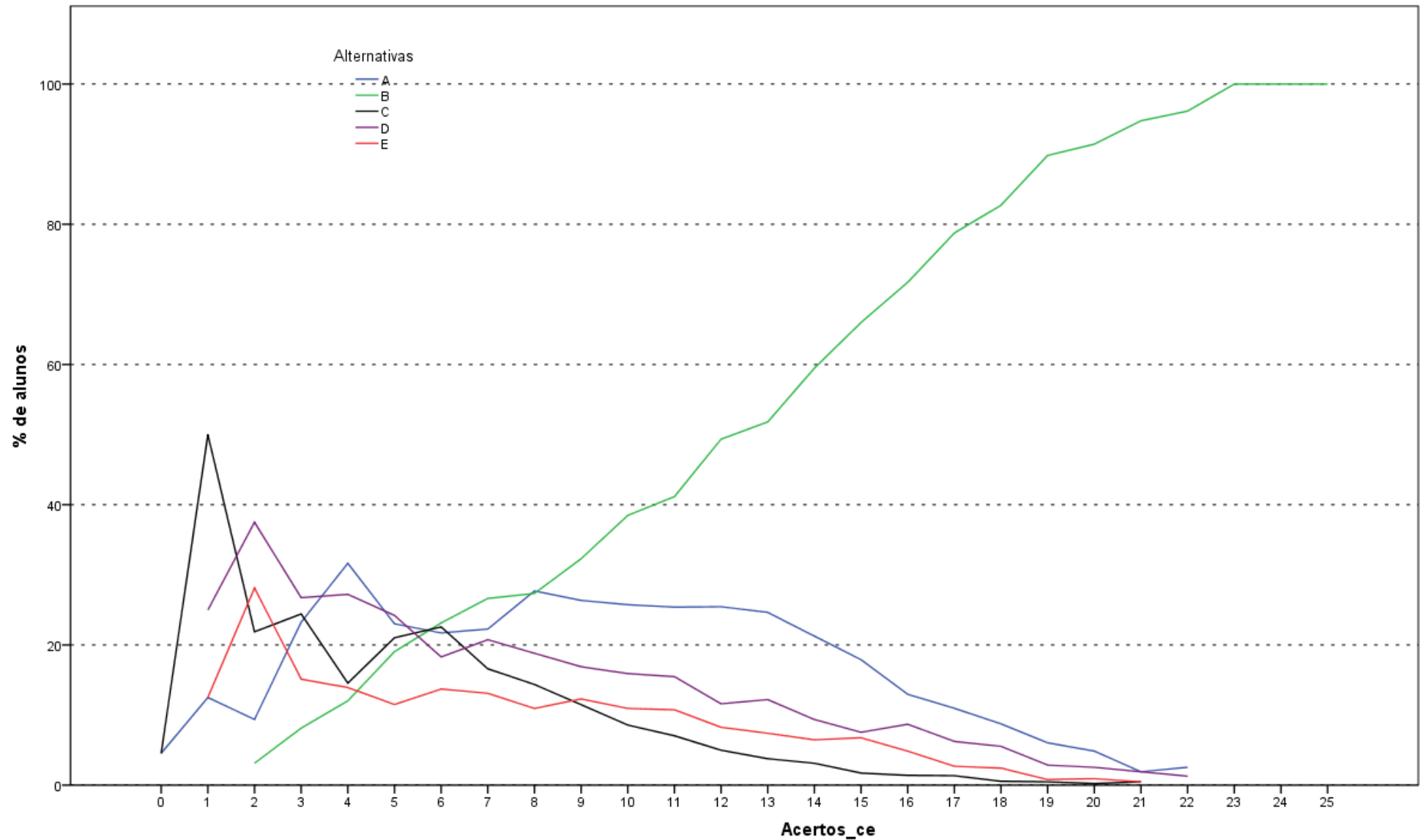
Análise Gráfica da Questão 31 [GABARITO = E] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda



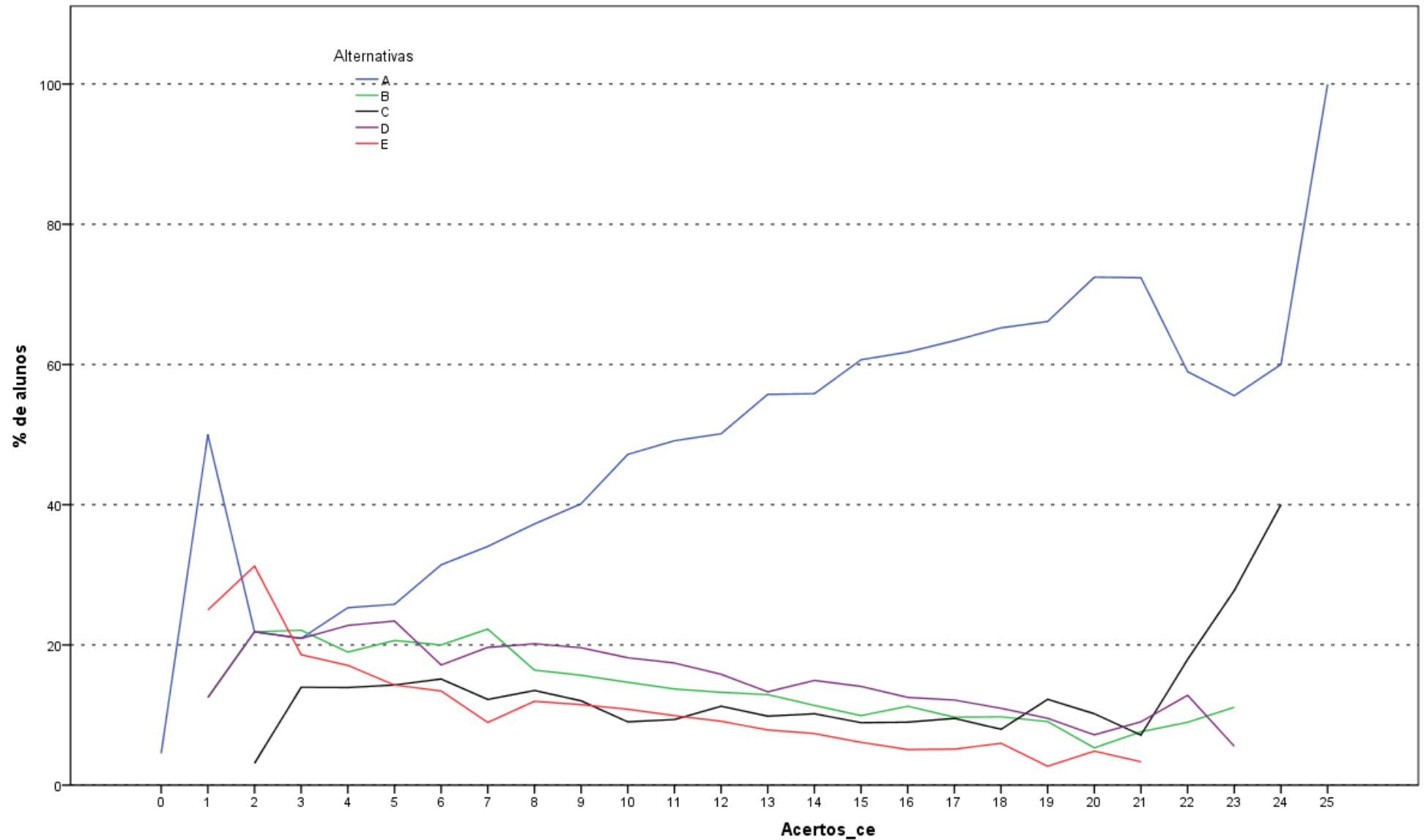
Acertos_ce
Análise Gráfica da Questão 32 [GABARITO = D] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda



Acertos_ce
Análise Gráfica da Questão 33 [GABARITO = A] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda



Análise Gráfica da Questão 34 [GABARITO = B] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda



Análise Gráfica da Questão 35 [GABARITO = C] - Conhecimento Específico - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

**ANEXO II - TABULAÇÃO DAS RESPOSTAS
DO “QUESTIONÁRIO DA PERCEPÇÃO DA
PROVA” POR QUARTOS DE DESEMPENHO
E GRANDES REGIÕES**

Como uma pequena parte dos estudantes não responderam todas as questões referentes ao Questionário de Percepção da Prova, o somatório dos percentuais das colunas não obrigatoriamente somam 100,0%.

**Tabela II.1 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de Respostas Válidas dos estudantes à Questão 1 “Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?”
por Grande Região e Quarto de Desempenho, segundo o grau de dificuldade – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda**

Região / Grupo	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO		1 quarto		2 quarto		3 quarto		4 quarto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	14.307	100,0	315	100,0	1.730	100,0	8.982	100,0	2.315	100,0	965	100,0	3.553	100,0	3.579	100,0	3.578	100,0	3.597	100,0
Muito fácil	382	2,7	6	1,9	46	2,7	263	2,9	45	1,9	22	2,3	131	3,7	74	2,1	71	2,0	106	2,9
Fácil	2.319	16,2	47	14,9	284	16,4	1.498	16,7	338	14,6	152	15,8	372	10,5	469	13,1	611	17,1	867	24,1
Médio	9.364	65,5	206	65,4	1.175	67,9	5.825	64,9	1.504	65,0	654	67,8	2.303	64,8	2.384	66,6	2.406	67,2	2.271	63,1
Difícil	2.032	14,2	50	15,9	194	11,2	1.271	14,2	394	17,0	123	12,7	648	18,2	590	16,5	456	12,7	338	9,4
Muito difícil	210	1,5	6	1,9	31	1,8	125	1,4	34	1,5	14	1,5	99	2,8	62	1,7	34	1,0	15	0,4

Fonte : MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela II.2 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de Respostas Válidas dos estudantes à Questão 2 “Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico?” por Grande Região e Quarto de Desempenho, segundo o grau de dificuldade – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Região / Grupo	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO		1 quarto		2 quarto		3 quarto		4 quarto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	14.299	100,0	315	100,0	1.727	100,0	8.977	100,0	2.314	100,0	966	100,0	3.551	100,0	3.575	100,0	3.579	100,0	3.594	100,0
Muito fácil	211	1,5	4	1,3	18	1,0	153	1,7	27	1,2	9	0,9	108	3,0	31	0,9	31	0,9	41	1,1
Fácil	1.659	11,6	31	9,8	219	12,7	1.087	12,1	222	9,6	100	10,4	358	10,1	384	10,7	417	11,7	500	13,9
Médio	9.465	66,2	222	70,5	1.164	67,4	5.906	65,8	1.524	65,9	649	67,2	2.250	63,4	2.384	66,7	2.403	67,1	2.428	67,6
Difícil	2.762	19,3	56	17,8	299	17,3	1.698	18,9	511	22,1	198	20,5	750	21,1	723	20,2	692	19,3	597	16,6
Muito difícil	202	1,4	2	0,6	27	1,6	133	1,5	30	1,3	10	1,0	85	2,4	53	1,5	36	1,0	28	0,8

Fonte : MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela II.3 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de Respostas Válidas dos estudantes à Questão 3 “Considerando a extensão da prova, em relação ao tempo total, você considera que a prova foi:” por Grande Região e Quarto de Desempenho, segundo a adequação do tempo de prova – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Região / Grupo	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO		1 quarto		2 quarto		3 quarto		4 quarto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	14.286	100,0	315	100,0	1.724	100,0	8.971	100,0	2.313	100,0	963	100,0	3.546	100,0	3.571	100,0	3.579	100,0	3.590	100,0
muito longa	2.279	16,0	38	12,1	290	16,8	1.436	16,0	385	16,6	130	13,5	758	21,4	596	16,7	524	14,6	401	11,2
longa	3.746	26,2	62	19,7	447	25,9	2.387	26,6	612	26,5	238	24,7	920	25,9	938	26,3	915	25,6	973	27,1
adequada	7.611	53,3	174	55,2	878	50,9	4.763	53,1	1.240	53,6	556	57,7	1.706	48,1	1.853	51,9	1.991	55,6	2.061	57,4
curta	526	3,7	31	9,8	82	4,8	315	3,5	65	2,8	33	3,4	120	3,4	148	4,1	121	3,4	137	3,8
muito curta	124	0,9	10	3,2	27	1,6	70	0,8	11	0,5	6	0,6	42	1,2	36	1,0	28	0,8	18	0,5

Fonte : MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela II.4 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de Respostas Válidas dos estudantes à Questão 4 “Os enunciados das questões da prova da parte de Formação Geral estavam claros e objetivos?” por Grande Região e Quarto de Desempenho, segundo a alternativa de resposta – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Região / Grupo	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO		1 quarto		2 quarto		3 quarto		4 quarto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	14.285	100,0	315	100,0	1.728	100,0	8.964	100,0	2.317	100,0	961	100,0	3.553	100,0	3.568	100,0	3.575	100,0	3.589	100,0
Sim, todos	3.406	23,8	88	27,9	435	25,2	2.063	23,0	550	23,7	270	28,1	739	20,8	803	22,5	864	24,2	1.000	27,9
Sim, a maioria	7.748	54,2	175	55,6	921	53,3	4.869	54,3	1.252	54,0	531	55,3	1.670	47,0	1.938	54,3	2.045	57,2	2.095	58,4
Apenas cerca da metade	1.889	13,2	31	9,8	218	12,6	1.226	13,7	311	13,4	103	10,7	655	18,4	473	13,3	440	12,3	321	8,9
Poucos	1.077	7,5	15	4,8	138	8,0	702	7,8	170	7,3	52	5,4	397	11,2	319	8,9	207	5,8	154	4,3
Não, nenhum	165	1,2	6	1,9	16	0,9	104	1,2	34	1,5	5	0,5	92	2,6	35	1,0	19	0,5	19	0,5

Fonte : MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela II.5 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de Respostas Válidas dos estudantes à Questão 5 “Os enunciados das questões da prova da parte de Componente Específico estavam claros e objetivos?” por Grande Região e Quarto de Desempenho, segundo a alternativa de resposta – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Região / Grupo	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO		1 quarto		2 quarto		3 quarto		4 quarto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	14.291	100,0	315	100,0	1.722	100,0	8.976	100,0	2.314	100,0	964	100,0	3.557	100,0	3.568	100,0	3.572	100,0	3.594	100,0
Sim, todos	3.044	21,3	84	26,7	379	22,0	1.848	20,6	499	21,6	234	24,3	695	19,5	745	20,9	786	22,0	818	22,8
Sim, a maioria	7.874	55,1	163	51,7	961	55,8	4.906	54,7	1.294	55,9	550	57,1	1.690	47,5	1.972	55,3	2.060	57,7	2.152	59,9
Apenas cerca da metade	2.164	15,1	44	14,0	246	14,3	1.429	15,9	324	14,0	121	12,6	713	20,0	528	14,8	491	13,7	432	12,0
Poucos se apresentam	1.063	7,4	19	6,0	117	6,8	694	7,7	177	7,6	56	5,8	373	10,5	292	8,2	220	6,2	178	5,0
Não, nenhum	146	1,0	5	1,6	19	1,1	99	1,1	20	0,9	3	0,3	86	2,4	31	0,9	15	0,4	14	0,4

Fonte : MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela II.6 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de Respostas Válidas dos estudantes à Questão 6 “As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?” por Grande Região e Quarto de Desempenho, segundo a alternativa de resposta – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Região / Grupo	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO		1 quarto		2 quarto		3 quarto		4 quarto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	14.281	100,0	315	100,0	1.724	100,0	8.963	100,0	2.313	100,0	966	100,0	3.552	100,0	3.568	100,0	3.569	100,0	3.592	100,0
Sim, até excessivas	1.194	8,4	23	7,3	142	8,2	750	8,4	202	8,7	77	8,0	328	9,2	300	8,4	295	8,3	271	7,5
Sim, em todas elas	5.151	36,1	106	33,7	632	36,7	3.206	35,8	863	37,3	344	35,6	1.132	31,9	1.198	33,6	1.370	38,4	1.451	40,4
Sim, na maioria delas	6.286	44,0	148	47,0	731	42,4	3.997	44,6	962	41,6	448	46,4	1.478	41,6	1.622	45,5	1.578	44,2	1.608	44,8
Sim, somente em algumas	1.502	10,5	34	10,8	192	11,1	928	10,4	261	11,3	87	9,0	536	15,1	412	11,5	310	8,7	244	6,8
Não, em nenhuma delas	148	1,0	4	1,3	27	1,6	82	0,9	25	1,1	10	1,0	78	2,2	36	1,0	16	0,4	18	0,5

Fonte : MEC/Inep/Daes - Enade/2015

**Tabela II.7 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de Respostas Válidas dos estudantes à Questão 7 “Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova? Qual?”
por Grande Região e Quarto de Desempenho, segundo o tipo de dificuldade – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda**

Região / Grupo	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO		1 quarto		2 quarto		3 quarto		4 quarto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	14.229	100,0	314	100,0	1.713	100,0	8.933	100,0	2.308	100,0	961	100,0	3.540	100,0	3.554	100,0	3.561	100,0	3.574	100,0
Desconhecimento do conteúdo	1.774	12,5	29	9,2	181	10,6	1.154	12,9	297	12,9	113	11,8	453	12,8	440	12,4	437	12,3	444	12,4
Forma diferente de abordagem do conteúdo	5.963	41,9	145	46,2	722	42,1	3.677	41,2	1.002	43,4	417	43,4	1.407	39,7	1.570	44,2	1.517	42,6	1.469	41,1
Espaço insuficiente para responder às questões	514	3,6	19	6,1	76	4,4	325	3,6	63	2,7	31	3,2	186	5,3	123	3,5	110	3,1	95	2,7
Falta de motivação para fazer a prova	2.788	19,6	33	10,5	328	19,1	1.825	20,4	427	18,5	175	18,2	869	24,5	667	18,8	651	18,3	601	16,8
Não tive qualquer tipo de dificuldade para responder à prova	3.190	22,4	88	28,0	406	23,7	1.952	21,9	519	22,5	225	23,4	625	17,7	754	21,2	846	23,8	965	27,0

Fonte : MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela II.8 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de Respostas Válidas dos estudantes à Questão 8 “Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que:” por Grande Região e Quarto de Desempenho, segundo o grau de apreensão dos conteúdos – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Região / Grupo	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO		1 quarto		2 quarto		3 quarto		4 quarto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	14.236	100,0	313	100,0	1.720	100,0	8.938	100,0	2.311	100,0	954	100,0	3.541	100,0	3.552	100,0	3.560	100,0	3.583	100,0
não estudou ainda a maioria desses conteúdos	472	3,3	8	2,6	62	3,6	304	3,4	73	3,2	25	2,6	236	6,7	113	3,2	79	2,2	44	1,2
estudou alguns desses conteúdos, mas não os aprendeu	1.094	7,7	23	7,3	114	6,6	683	7,6	193	8,4	81	8,5	461	13,0	307	8,6	196	5,5	130	3,6
estudou a maioria desses conteúdos, mas não os aprendeu	1.397	9,8	34	10,9	163	9,5	864	9,7	241	10,4	95	10,0	532	15,0	401	11,3	284	8,0	180	5,0
estudou e aprendeu muitos desses conteúdos	9.136	64,2	214	68,4	1.203	69,9	5.621	62,9	1.462	63,3	636	66,7	1.839	51,9	2.251	63,4	2.441	68,6	2.605	72,7
estudou e aprendeu todos esses conteúdos	2.137	15,0	34	10,9	178	10,3	1.466	16,4	342	14,8	117	12,3	473	13,4	480	13,5	560	15,7	624	17,4

Fonte : MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela II.9- Distribuição absoluta e percentual na coluna de Respostas Válidas dos estudantes à Questão 9 “Qual foi o tempo gasto por você para concluir a prova?” por Grande Região e Quarto de Desempenho, segundo o tempo gasto – Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Região / Grupo	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		NO		NE		SE		SUL		CO		1 quarto		2 quarto		3 quarto		4 quarto	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Total	14.168	100,0	314	100,0	1.708	100,0	8.892	100,0	2.298	100,0	956	100,0	3.524	100,0	3.546	100,0	3.535	100,0	3.563	100,0
Menos de uma hora	376	2,7	5	1,6	39	2,3	248	2,8	59	2,6	25	2,6	221	6,3	78	2,2	46	1,3	31	0,9
Entre uma e duas horas	4.307	30,4	48	15,3	447	26,2	2.792	31,4	752	32,7	268	28,0	1.391	39,5	1.125	31,7	944	26,7	847	23,8
Entre duas e três horas	5.065	35,7	107	34,1	590	34,5	3.172	35,7	834	36,3	362	37,9	1.163	33,0	1.237	34,9	1.308	37,0	1.357	38,1
Entre três e quatro horas	3.946	27,9	130	41,4	535	31,3	2.422	27,2	592	25,8	267	27,9	617	17,5	980	27,6	1.112	31,5	1.237	34,7
Usei as quatro horas e não consegui terminar	474	3,3	24	7,6	97	5,7	258	2,9	61	2,7	34	3,6	132	3,7	126	3,6	125	3,5	91	2,6

Fonte : MEC/Inep/Daes - Enade/2015

**ANEXO III - TABULAÇÃO DAS
RESPOSTAS DO “QUESTIONÁRIO DO
ESTUDANTE” SEGUNDO SEXO E
QUARTOS DE DESEMPENHO DOS
ESTUDANTES**

Neste Anexo estão tabuladas as respostas válidas dadas às perguntas dos estudantes de Publicidade e Propaganda ao “Questionário do Estudante”. Os dados estão apresentados segundo sexo e quartos de desempenho dos Estudantes. O universo, considerado é o de regularmente inscritos e presentes à prova. As informações da Categoria Administrativa, Organização Acadêmica, Sexo e Idade foram tabuladas para o mesmo universo.

Tabela III.1 - Distribuição dos estudantes que participaram do Enade/2015, segundo Categoria Administrativa das IES, por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Pública	6,0%	6,0%	8,2%	15,3%	9,2%	5,2%	6,3%	8,3%	15,9%	8,7%
Privada	94,0%	94,0%	91,8%	84,7%	90,8%	94,8%	93,7%	91,7%	84,1%	91,3%
Total	1.531	1.395	1.577	1.739	6.242	2.156	2.272	2.085	1.927	8.440

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.2 - Distribuição dos estudantes que participaram do Enade/2015, segundo Organização Acadêmica das IES, por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Organização Acadêmica	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Universidades	49,2%	47,2%	50,9%	55,3%	50,9%	48,6%	48,9%	52,2%	52,6%	50,5%
Centros universitários	21,9%	20,7%	20,5%	14,8%	19,3%	23,0%	21,3%	19,3%	15,3%	19,8%
Faculdades	28,9%	32,0%	28,6%	29,8%	29,8%	28,5%	29,8%	28,5%	32,1%	29,7%
Total	1.531	1.395	1.577	1.739	6.242	2.156	2.272	2.085	1.927	8.440

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.3 - Distribuição dos estudantes que participaram do Enade/2015, segundo Sexo, segundo Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 – Publicidade e

Propaganda					
Sexo	Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Masculino	41,5%	38,0%	43,1%	47,4%	42,5%
Feminino	58,5%	62,0%	56,9%	52,6%	57,5%
Total	3.687	3.667	3.662	3.666	14.682

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.4 - Distribuição dos estudantes que participaram do Enade/2015, segundo Idade, por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 – Publicidade e Propaganda

Idade	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
até 24 anos	67,5%	70,1%	72,4%	77,2%	72,0%	80,1%	83,2%	85,6%	88,2%	84,2%
entre 25 anos e 29 anos	23,1%	21,0%	20,2%	16,5%	20,1%	14,1%	12,4%	10,2%	9,2%	11,6%
entre 30 anos e 34 anos	5,9%	5,7%	4,7%	4,5%	5,2%	3,8%	2,6%	3,1%	2,0%	2,9%
acima de 35 anos	3,5%	3,2%	2,7%	1,8%	2,7%	1,9%	1,7%	1,2%	0,6%	1,4%
Total	1.531	1.395	1.577	1.739	6.242	2.156	2.272	2.085	1.927	8.440
Média	24,1	23,9	23,6	23,1	23,6	23,0	22,5	22,3	22,0	22,4
Desvio padrão	4,5	4,5	4,2	3,8	4,2	4,0	3,6	3,4	3,1	3,6

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela III.5 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 1 (Qual o seu estado civil?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 -

Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Solteiro(a)	90,9%	90,9%	92,4%	93,0%	91,9%	92,0%	92,1%	93,8%	94,1%	92,9%
Casado(a)	7,1%	7,3%	5,2%	5,2%	6,1%	6,1%	6,1%	4,6%	4,3%	5,3%
Separado(a)	1,0%	0,7%	0,6%	0,5%	0,7%	0,7%	0,4%	0,7%	0,4%	0,6%
judicialmente/divorciado(a)										
Viúvo(a)	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro	1,1%	1,1%	1,7%	1,2%	1,3%	1,0%	1,4%	0,9%	1,2%	1,1%
Total	1.522	1.389	1.572	1.732	6.215	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.6 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 2 (Como você se considera?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 -

Publicidade e Propaganda										
Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Branco(a)	69,0%	68,3%	65,8%	70,9%	68,5%	69,0%	70,2%	71,8%	73,7%	71,1%
Negro(a)	7,6%	8,1%	7,8%	6,0%	7,3%	6,6%	6,0%	5,8%	4,8%	5,8%
Pardo(a)/mulato(a)	21,7%	21,2%	24,4%	21,2%	22,1%	22,0%	21,8%	20,4%	19,0%	20,9%
Amarelo(a) (de origem oriental)	1,3%	1,5%	1,6%	1,4%	1,4%	1,6%	1,7%	1,7%	1,8%	1,7%
Indígena ou de origem indígena	0,4%	1,0%	0,4%	0,5%	0,6%	0,7%	0,3%	0,3%	0,8%	0,5%
Total	1.522	1.389	1.572	1.732	6.215	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.7 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 3 (Qual a sua nacionalidade?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015

- Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Brasileira	98,7%	99,1%	99,4%	99,5%	99,2%	98,4%	98,7%	99,2%	99,4%	98,9%
Brasileira naturalizada	1,1%	0,8%	0,4%	0,3%	0,6%	1,3%	1,1%	0,7%	0,5%	0,9%
Estrangeira	0,3%	0,1%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,1%	0,1%	0,2%
Total	1.522	1.389	1.572	1.732	6.215	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.8 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 4 (Até que etapa de escolarização seu pai concluiu?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Nenhuma	2,6%	2,7%	1,5%	2,3%	2,3%	2,1%	1,6%	1,6%	1,4%	1,7%
Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série)	11,0%	14,3%	13,4%	11,2%	12,4%	14,3%	14,3%	12,2%	8,6%	12,5%
Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série)	13,3%	12,0%	12,8%	11,5%	12,4%	12,2%	12,5%	12,7%	10,0%	11,9%
Ensino Médio	37,9%	37,3%	35,2%	33,4%	35,8%	37,4%	37,0%	35,7%	33,4%	36,0%
Educação Superior - Graduação	25,0%	24,0%	27,9%	28,7%	26,5%	25,2%	25,8%	26,8%	31,2%	27,1%
Pós-graduação	10,1%	9,8%	9,2%	12,9%	10,6%	8,8%	8,7%	10,9%	15,4%	10,8%
Total	1.522	1.389	1.572	1.732	6.215	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.9 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 5 (Até que etapa de escolarização sua mãe concluiu?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Nenhuma	1,3%	1,0%	0,9%	1,0%	1,0%	0,8%	0,6%	0,8%	0,5%	0,7%
Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série)	10,3%	10,8%	9,7%	7,2%	9,4%	11,2%	11,0%	8,5%	5,7%	9,2%
Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série)	13,3%	12,7%	12,5%	11,0%	12,3%	12,2%	13,1%	11,0%	8,6%	11,3%
Ensino médio	35,7%	36,3%	36,7%	33,4%	35,4%	37,5%	36,6%	36,1%	35,3%	36,4%
Educação Superior - Graduação	26,9%	26,4%	27,6%	32,0%	28,4%	27,7%	26,7%	28,5%	32,7%	28,8%
Pós-graduação	12,5%	12,7%	12,6%	15,5%	13,4%	10,7%	12,0%	15,1%	17,2%	13,6%
Total	1.522	1.389	1.572	1.732	6.215	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.10 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 6 (Onde e com quem você mora atualmente?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Em casa ou apartamento, sozinho	8,7%	7,8%	6,4%	8,1%	7,8%	6,6%	5,1%	4,8%	6,3%	5,7%
Em casa ou apartamento, com pais e/ou parentes	77,8%	77,1%	79,7%	76,0%	77,6%	79,6%	80,9%	81,2%	78,3%	80,0%
Em casa ou apartamento, com cônjuge e/ou filhos	9,1%	9,1%	7,7%	7,0%	8,2%	9,1%	9,1%	7,4%	6,3%	8,1%
Em casa ou apartamento, com outras pessoas (incluindo república)	3,8%	5,3%	5,9%	8,6%	6,0%	4,1%	4,5%	6,3%	8,6%	5,8%
Em alojamento universitário da própria instituição	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,3%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%
Em outros tipos de habitação individual ou coletiva (hotel, hospedaria, pensão ou outro)	0,3%	0,5%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	0,4%	0,1%	0,3%	0,2%
Total	1.522	1.389	1.572	1.732	6.215	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.11 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 7 (Quantas pessoas da sua família moram com você? Considere seus pais, irmãos, cônjuge, filhos e outros parentes que moram na mesma casa com você.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Nenhuma	10,4%	11,2%	10,2%	14,6%	11,7%	8,9%	7,6%	8,5%	12,4%	9,3%
Uma	13,9%	13,8%	15,1%	16,9%	15,0%	13,4%	16,0%	15,4%	18,5%	15,8%
Duas	24,0%	22,8%	24,9%	23,8%	23,9%	23,0%	24,4%	26,1%	23,7%	24,3%
Três	28,2%	29,9%	26,8%	27,5%	28,0%	29,2%	28,8%	29,5%	28,2%	28,9%
Quatro	14,8%	15,3%	14,6%	11,8%	14,0%	16,1%	14,8%	13,1%	11,1%	13,9%
Cinco	5,9%	3,5%	4,8%	3,5%	4,4%	5,5%	5,5%	4,9%	4,7%	5,2%
Seis	2,0%	2,3%	2,1%	1,4%	1,9%	2,6%	1,8%	1,5%	0,9%	1,7%
Sete ou mais	0,8%	1,3%	1,5%	0,5%	1,0%	1,1%	1,1%	1,0%	0,5%	0,9%
Total	1.522	1.389	1.572	1.732	6.215	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.12 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 8 (Qual a renda total de sua família, incluindo seus rendimentos?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Até 1,5 salário mínimo (até R\$ 1086,00)	7,2%	6,9%	5,3%	4,7%	5,9%	8,2%	6,3%	4,9%	3,8%	5,9%
De 1,5 a 3 salários mínimos (R\$ 1086,01 a R\$ 2172,00)	15,3%	17,5%	16,9%	15,0%	16,1%	19,8%	20,1%	18,6%	14,2%	18,3%
De 3 a 4,5 salários mínimos (R\$ 2172,01 a R\$ 3258,00)	18,9%	17,7%	18,1%	15,8%	17,5%	19,1%	18,6%	19,2%	16,4%	18,4%
De 4,5 a 6 salários mínimos (R\$ 3258,01 a R\$ 4344,00)	14,9%	15,6%	14,9%	13,3%	14,6%	14,6%	16,3%	13,6%	14,0%	14,7%
De 6 a 10 salários mínimos (R\$ 4344,01 a R\$ 7240,00)	19,7%	21,3%	20,2%	21,2%	20,6%	17,7%	18,3%	17,9%	21,0%	18,7%
De 10 a 30 salários mínimos (R\$ 7240,01 a R\$ 21720,00)	17,9%	16,5%	18,4%	22,5%	19,0%	14,4%	15,5%	20,1%	22,8%	18,0%
Acima de 30 salários mínimos (mais de R\$ 21720,01)	6,2%	4,5%	6,3%	7,4%	6,2%	6,1%	4,8%	5,6%	7,8%	6,0%
Total	1.522	1.388	1.572	1.732	6.214	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.13 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 9 (Qual alternativa abaixo melhor descreve sua situação financeira (incluindo bolsas)?), por Sexo dos

Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Não tenho renda e meus gastos são financiados por programas governamentais	4,2%	4,6%	4,6%	3,3%	4,1%	4,7%	4,9%	3,5%	3,3%	4,1%
Não tenho renda e meus gastos são financiados pela minha família ou por outras pessoas	19,4%	18,4%	17,6%	18,1%	18,3%	25,9%	26,4%	25,5%	23,6%	25,4%
Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos	43,4%	44,2%	48,3%	48,8%	46,3%	43,3%	45,3%	48,2%	54,5%	47,6%
Tenho renda e não preciso de ajuda para financiar meus gastos	16,4%	16,4%	13,9%	14,1%	15,1%	12,3%	9,7%	9,8%	8,7%	10,1%
Tenho renda e contribuo com o sustento da família	12,4%	12,8%	11,8%	12,1%	12,2%	12,4%	12,4%	11,6%	8,6%	11,4%
Sou o principal responsável pelo sustento da família	4,1%	3,7%	3,9%	3,6%	3,8%	1,5%	1,4%	1,4%	1,2%	1,4%
Total	1.522	1.388	1.572	1.732	6.214	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.14 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 10 (Qual alternativa abaixo melhor descreve sua situação de trabalho (exceto estágio ou bolsas)?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Não estou trabalhando	24,5%	23,1%	24,6%	26,7%	24,8%	31,2%	33,4%	33,9%	36,5%	33,6%
Trabalho eventualmente	8,8%	10,1%	9,5%	9,8%	9,5%	8,6%	7,4%	7,5%	6,8%	7,6%
Trabalho até 20 horas semanais	8,6%	6,6%	6,9%	6,2%	7,0%	9,8%	7,2%	6,7%	6,8%	7,7%
Trabalho de 21 a 39 horas semanais	17,1%	19,1%	18,6%	19,6%	18,6%	18,8%	20,5%	20,1%	20,9%	20,1%
Trabalho 40 horas semanais ou mais	40,9%	41,1%	40,5%	37,7%	40,0%	31,6%	31,5%	31,7%	29,1%	31,0%
Total	1.522	1.388	1.572	1.732	6.214	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.15 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 11 (Que tipo de bolsa de estudos ou financiamento do curso você recebeu para custear todas ou a maior parte das mensalidades? (No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração)), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) -

Enade/2015 - Publicidade e Propaganda										
Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Nenhum, pois meu curso é gratuito	3,2%	3,5%	6,4%	13,5%	6,9%	2,8%	3,6%	5,8%	14,1%	6,3%
Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	52,0%	47,3%	44,5%	41,9%	46,3%	52,6%	48,9%	46,7%	41,5%	47,6%
ProUni integral	3,4%	6,2%	11,4%	15,1%	9,3%	3,8%	6,0%	10,0%	14,3%	8,3%
ProUni parcial, apenas	1,6%	1,9%	2,0%	2,3%	2,0%	1,9%	2,2%	2,8%	2,1%	2,3%
FIES, apenas	18,7%	21,2%	17,8%	12,2%	17,2%	17,7%	17,8%	16,2%	11,6%	16,0%
ProUni Parcial e FIES	1,1%	1,7%	1,7%	1,3%	1,4%	0,9%	2,1%	1,2%	1,3%	1,4%
Bolsa oferecida por governo estadual, distrital ou municipal	3,0%	3,0%	1,6%	1,4%	2,2%	3,1%	3,0%	2,3%	1,5%	2,5%
Bolsa oferecida pela própria instituição	11,0%	11,3%	10,2%	9,0%	10,3%	11,5%	10,7%	11,5%	10,1%	11,0%
Bolsa oferecida por outra entidade (empresa, ONG, outra)	2,3%	2,4%	2,5%	2,1%	2,3%	2,5%	3,5%	2,2%	1,8%	2,5%
Financiamento oferecido pela própria instituição	2,2%	1,2%	1,1%	0,9%	1,3%	1,7%	1,2%	0,8%	1,5%	1,3%
Financiamento bancário	1,4%	0,4%	0,8%	0,2%	0,7%	1,5%	0,9%	0,4%	0,4%	0,8%
Total	1.522	1.389	1.572	1.732	6.215	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.16 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 12 (Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de auxílio permanência? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Nenhum	97,0%	96,6%	97,2%	96,5%	96,8%	97,3%	97,0%	97,2%	96,8%	97,1%
Auxílio moradia	0,1%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%
Auxílio alimentação	0,4%	0,4%	0,1%	0,6%	0,4%	0,2%	0,6%	0,3%	0,5%	0,4%
Auxílio moradia e alimentação	0,1%	0,2%	0,3%	0,1%	0,2%	0,3%	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%
Bolsa Auxílio Permanência	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,7%	0,8%	0,6%
Outro tipo de auxílio	2,0%	2,0%	1,8%	2,0%	1,9%	1,6%	1,7%	1,6%	1,7%	1,7%
Total	1.522	1.389	1.572	1.732	6.215	2.148	2.269	2.080	1.925	8.422

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.17 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 13 (Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de bolsa acadêmica? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Nenhum	90,2%	89,5%	88,4%	84,6%	88,0%	89,4%	89,7%	86,7%	82,1%	87,2%
Bolsa de iniciação científica	1,2%	1,5%	1,7%	2,5%	1,8%	0,8%	1,3%	2,0%	4,7%	2,1%
Bolsa de extensão	1,8%	1,9%	1,9%	3,6%	2,4%	2,0%	1,8%	2,1%	3,0%	2,2%
Bolsa de monitoria/tutoria	0,9%	1,2%	2,2%	2,4%	1,7%	1,2%	1,0%	1,9%	3,0%	1,7%
Bolsa PET	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,1%
Outro tipo de bolsa acadêmica	6,0%	5,8%	5,7%	6,5%	6,0%	6,6%	6,2%	7,2%	7,1%	6,7%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.18 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 14 (Durante o curso de graduação, você participou de programas e/ou atividades curriculares no exterior?), por

Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Não participei	93,0%	95,2%	94,1%	90,9%	93,2%	93,2%	93,6%	92,2%	86,2%	91,4%
Sim, Programa Ciência sem Fronteiras	0,1%	0,2%	0,5%	0,8%	0,4%	0,1%	0,0%	0,2%	0,8%	0,3%
Sim, programa de intercâmbio financiado pelo Governo Federal (Marca; Brafitec; PLI; outro)	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sim, programa de intercâmbio financiado pelo Governo Estadual	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
Sim, programa de intercâmbio da minha instituição	1,1%	1,1%	1,7%	2,8%	1,7%	1,1%	1,5%	2,2%	4,2%	2,2%
Sim, outro intercâmbio não institucional	5,5%	3,3%	3,5%	5,5%	4,5%	5,5%	4,8%	5,3%	8,7%	6,0%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.19 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 15 (Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Não	86,0%	86,9%	84,3%	81,7%	84,6%	83,5%	84,8%	82,3%	81,9%	83,2%
Sim, por critério étnico-racial	0,3%	1,2%	1,2%	0,9%	0,9%	1,1%	0,6%	1,0%	0,9%	0,9%
Sim, por critério de renda	5,8%	4,2%	3,4%	4,8%	4,6%	6,2%	5,5%	5,0%	4,1%	5,2%
Sim, por ter estudado em escola pública ou particular com bolsa de estudos	3,7%	4,0%	5,3%	5,9%	4,8%	4,4%	4,5%	5,3%	5,9%	5,0%
Sim, por sistema que combina dois ou mais critérios anteriores	1,5%	2,1%	4,6%	5,6%	3,6%	2,1%	3,0%	4,6%	6,4%	3,9%
Sim, por sistema diferente dos anteriores	2,6%	1,7%	1,1%	1,0%	1,6%	2,7%	1,7%	1,9%	0,8%	1,8%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.20 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 16 (Em que Unidade da Federação você concluiu o ensino médio?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
AC	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
AL	1,4%	1,2%	0,8%	0,9%	1,0%	1,3%	0,5%	0,7%	0,3%	0,7%
AM	1,4%	0,9%	0,8%	0,5%	0,9%	1,2%	1,1%	1,0%	0,4%	0,9%
AP	0,2%	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%
BA	2,8%	2,7%	2,3%	2,2%	2,5%	2,4%	2,1%	2,2%	2,0%	2,2%
CE	1,6%	2,7%	4,5%	3,1%	3,0%	2,6%	2,8%	3,1%	2,9%	2,8%
DF	3,0%	2,4%	2,2%	1,8%	2,3%	2,9%	2,9%	2,2%	2,8%	2,7%
ES	0,3%	1,0%	1,1%	1,9%	1,1%	1,1%	1,0%	1,5%	1,9%	1,3%
GO	3,1%	2,0%	1,5%	2,8%	2,4%	2,7%	2,5%	2,4%	2,3%	2,5%
MA	1,1%	1,3%	1,1%	1,1%	1,1%	0,9%	0,9%	0,9%	0,4%	0,8%
MG	7,6%	8,9%	7,1%	9,2%	8,2%	7,0%	9,0%	9,5%	10,8%	9,0%
MS	0,9%	1,0%	1,5%	0,7%	1,0%	0,9%	1,3%	1,1%	0,7%	1,0%
MT	1,1%	0,4%	0,9%	0,3%	0,7%	0,7%	0,7%	0,3%	0,7%	0,6%
PA	0,8%	0,9%	1,4%	1,2%	1,1%	0,9%	1,4%	0,7%	1,5%	1,1%
PB	0,5%	0,3%	0,8%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,1%	0,3%
PE	2,8%	4,0%	2,6%	2,8%	3,0%	3,3%	2,6%	2,6%	4,1%	3,1%
PI	0,5%	0,4%	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,1%	0,2%	0,3%	0,2%
PR	6,1%	5,8%	6,2%	7,0%	6,3%	4,5%	6,0%	5,8%	5,8%	5,5%
RJ	9,7%	9,2%	11,3%	10,2%	10,1%	11,8%	12,3%	12,9%	12,5%	12,4%
RN	0,5%	0,7%	1,1%	1,6%	1,0%	0,7%	0,7%	1,0%	0,9%	0,8%
RO	0,1%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
RR	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
RS	6,1%	5,8%	8,5%	8,5%	7,3%	4,4%	5,5%	7,5%	8,3%	6,3%
SC	2,4%	3,7%	3,5%	2,6%	3,0%	3,9%	3,9%	3,4%	3,3%	3,6%
SE	0,9%	0,6%	1,1%	1,3%	1,0%	0,6%	1,0%	0,8%	0,8%	0,8%
SP	44,6%	43,5%	38,7%	39,0%	41,3%	44,4%	40,5%	39,0%	37,0%	40,3%
TO	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,4%	0,2%	0,1%	0,2%
Não se aplica	0,3%	0,1%	0,4%	0,2%	0,3%	0,7%	0,3%	0,2%	0,1%	0,3%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.21 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 17 (Em que tipo de escola você cursou o ensino médio?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho

(% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Todo em escola pública	43,0%	46,6%	44,8%	40,4%	43,6%	45,4%	47,4%	43,1%	35,7%	43,2%
Todo em escola privada (particular)	41,7%	41,5%	43,8%	50,2%	44,6%	41,5%	42,2%	48,7%	57,1%	47,0%
Todo no exterior	0,3%	0,2%	0,3%	0,0%	0,2%	0,4%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
A maior parte em escola pública	7,0%	5,7%	4,8%	2,9%	5,0%	5,4%	4,1%	3,1%	2,6%	3,8%
A maior parte em escola privada (particular)	7,4%	5,6%	5,7%	5,2%	5,9%	6,3%	5,4%	4,0%	3,2%	4,8%
Parte no Brasil e parte no exterior	0,7%	0,4%	0,6%	1,2%	0,8%	1,0%	0,8%	1,1%	1,3%	1,0%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.22 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 18 (Qual modalidade de ensino médio você concluiu?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Ensino médio tradicional	86,7%	85,9%	88,2%	88,7%	87,5%	90,4%	90,7%	91,3%	90,4%	90,7%
Profissionalizante técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro)	5,7%	7,9%	6,7%	8,5%	7,2%	4,7%	5,6%	5,7%	7,2%	5,8%
Profissionalizante magistério (Curso Normal)	0,9%	0,3%	0,2%	0,2%	0,4%	0,9%	1,0%	0,7%	0,5%	0,8%
Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo	5,6%	4,8%	4,1%	2,0%	4,0%	3,5%	2,1%	1,9%	1,4%	2,2%
Outra modalidade	1,2%	1,1%	0,8%	0,6%	0,9%	0,5%	0,6%	0,4%	0,5%	0,5%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.23 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 19 (Quem lhe deu maior incentivo para cursar a graduação?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Ninguém	23,9%	22,3%	20,7%	21,9%	22,2%	16,5%	14,9%	14,0%	12,6%	14,6%
Pais	62,4%	64,3%	67,4%	66,5%	65,2%	73,0%	74,8%	75,9%	78,4%	75,4%
Outros membros da família que não os pais	3,7%	4,0%	3,4%	3,5%	3,7%	3,9%	3,6%	4,3%	2,9%	3,7%
Professores	2,0%	1,6%	1,6%	2,5%	1,9%	1,7%	1,4%	1,8%	2,3%	1,8%
Líder ou representante religioso	0,3%	0,4%	0,4%	0,2%	0,4%	0,1%	0,4%	0,0%	0,1%	0,2%
Colegas/Amigos	5,5%	4,9%	4,5%	3,6%	4,6%	3,4%	3,4%	3,2%	2,8%	3,2%
Outras pessoas	2,2%	2,5%	2,0%	1,8%	2,1%	1,4%	1,4%	0,7%	1,0%	1,1%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.24 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 20 (Algum dos grupos abaixo foi determinante para você enfrentar dificuldades durante seu curso superior e conclui-lo?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Não tive dificuldade	43,6%	43,3%	41,3%	42,4%	42,6%	42,4%	38,5%	38,6%	37,9%	39,4%
Não recebi apoio para enfrentar dificuldades	5,2%	5,4%	4,2%	4,7%	4,8%	3,7%	3,2%	3,4%	2,8%	3,3%
Pais	32,1%	32,7%	33,8%	32,1%	32,7%	36,3%	41,5%	39,3%	38,8%	39,0%
Avós	1,8%	1,1%	1,2%	1,1%	1,3%	1,4%	1,5%	1,8%	0,9%	1,4%
Irmãos, primos ou tios	1,6%	1,4%	1,6%	1,4%	1,5%	1,6%	1,1%	2,2%	1,5%	1,6%
Líder ou representante religioso	0,5%	0,5%	0,1%	0,6%	0,4%	0,1%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%
Colegas de curso ou amigos	6,3%	6,8%	9,2%	10,3%	8,3%	5,6%	6,8%	7,0%	10,4%	7,4%
Professores do curso	4,1%	4,9%	4,1%	3,9%	4,2%	4,6%	3,7%	4,0%	3,9%	4,0%
Profissionais do serviço de apoio ao estudante da IES	0,4%	0,1%	0,6%	0,3%	0,4%	0,3%	0,2%	0,4%	0,6%	0,4%
Colegas de trabalho	1,0%	1,0%	1,1%	0,7%	0,9%	0,7%	0,4%	0,6%	0,5%	0,6%
Outro grupo	3,4%	2,8%	2,6%	2,5%	2,8%	3,2%	2,7%	2,5%	2,4%	2,7%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.25 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 21 (Alguém em sua família concluiu um curso superior?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Sim	75,5%	74,3%	76,2%	79,3%	76,5%	76,3%	75,7%	78,1%	81,6%	77,8%
Não	24,5%	25,7%	23,8%	20,7%	23,5%	23,7%	24,3%	21,9%	18,4%	22,2%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.26 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 22 (Excetuando-se os livros indicados na bibliografia do seu curso, quantos livros você leu neste ano?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Nenhum	13,5%	11,6%	10,8%	8,5%	11,0%	9,5%	8,0%	7,0%	6,6%	7,8%
Um ou dois	35,8%	35,5%	31,9%	25,9%	32,0%	37,9%	34,8%	32,2%	28,1%	33,4%
De três a cinco	31,3%	32,5%	31,8%	36,6%	33,2%	32,8%	35,0%	35,1%	36,2%	34,8%
De seis a oito	8,9%	10,2%	11,1%	12,7%	10,8%	10,0%	11,0%	12,0%	12,1%	11,2%
Mais de oito	10,5%	10,2%	14,3%	16,3%	13,0%	9,8%	11,2%	13,7%	17,0%	12,8%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.27 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 23 (Quantas horas por semana, aproximadamente, você dedicou aos estudos, excetuando as horas de aula?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Nenhuma, apenas assisto às aulas	14,8%	9,9%	10,0%	11,0%	11,4%	8,4%	6,8%	5,4%	5,5%	6,6%
De uma a três	48,3%	50,9%	48,0%	41,1%	46,8%	52,4%	49,3%	47,1%	43,4%	48,2%
De quatro a sete	23,8%	26,4%	26,6%	28,5%	26,4%	26,9%	28,2%	29,5%	30,0%	28,6%
De oito a doze	6,5%	6,3%	8,6%	11,7%	8,4%	6,2%	8,7%	9,5%	12,6%	9,2%
Mais de doze	6,6%	6,6%	6,8%	7,7%	7,0%	6,1%	7,0%	8,5%	8,5%	7,5%
Total	1.522	1.387	1.572	1.732	6.213	2.147	2.268	2.080	1.925	8.420

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.28 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 24 (Você teve oportunidade de aprendizado de idioma estrangeiro na Instituição?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Sim, somente na modalidade presencial	24,9%	21,7%	22,3%	26,4%	23,9%	19,2%	20,2%	20,3%	24,5%	21,0%
Sim, somente na modalidade semipresencial	1,7%	1,5%	1,5%	0,8%	1,4%	1,7%	1,3%	1,2%	0,8%	1,3%
Sim, parte na modalidade presencial e parte na modalidade semipresencial	3,7%	3,5%	4,1%	4,8%	4,1%	2,6%	3,0%	3,1%	3,9%	3,1%
Sim, na modalidade a distância	3,4%	4,2%	5,3%	5,1%	4,5%	5,4%	4,9%	4,6%	5,1%	5,0%
Não	66,2%	69,2%	66,8%	62,9%	66,1%	71,1%	70,8%	70,9%	65,6%	69,7%
Total	1.521	1.385	1.572	1.732	6.210	2.146	2.267	2.080	1.925	8.418

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.29 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 25 (Qual o principal motivo para você ter escolhido este curso?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Inserção no mercado de trabalho	18,3%	15,8%	13,9%	14,8%	15,7%	17,8%	16,7%	14,7%	14,0%	15,9%
Influência familiar	5,1%	3,0%	2,9%	2,2%	3,3%	5,9%	3,7%	2,3%	2,1%	3,6%
Valorização profissional	8,9%	9,5%	7,2%	5,9%	7,7%	6,5%	6,1%	4,9%	4,4%	5,5%
Prestígio Social	2,5%	2,5%	1,7%	1,2%	1,9%	1,4%	1,5%	0,6%	0,5%	1,0%
Vocação	44,6%	48,7%	56,1%	57,2%	51,9%	44,6%	48,8%	55,6%	60,1%	52,0%
Oferecido na modalidade a distância	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
Baixa concorrência para ingresso	0,8%	0,5%	0,4%	0,6%	0,6%	0,5%	0,4%	0,6%	0,5%	0,5%
Outro motivo	19,9%	19,9%	17,7%	18,1%	18,9%	23,2%	22,8%	21,2%	18,4%	21,5%
Total	1.521	1.385	1.572	1.732	6.210	2.146	2.267	2.080	1.925	8.418

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.30 - Distribuição das respostas dos estudantes à questão 26 (Qual a principal razão para você ter escolhido a sua instituição de educação superior?), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Gratuidade	4,6%	4,5%	3,5%	7,9%	5,2%	2,8%	3,9%	3,8%	5,8%	4,0%
Preço da mensalidade	11,7%	10,0%	8,4%	5,4%	8,7%	13,6%	11,4%	8,6%	5,9%	10,0%
Proximidade da minha residência	17,1%	16,6%	16,7%	13,9%	16,0%	17,0%	17,7%	15,4%	12,1%	15,7%
Proximidade do meu trabalho	2,1%	1,6%	1,6%	1,1%	1,6%	1,6%	1,1%	0,8%	0,5%	1,0%
Facilidade de acesso	6,0%	6,3%	4,4%	2,9%	4,8%	6,0%	5,4%	4,3%	3,3%	4,8%
Qualidade/reputação	41,9%	44,9%	49,4%	54,8%	48,1%	43,5%	44,1%	51,2%	57,0%	48,7%
Foi a única onde tive aprovação	1,8%	1,2%	1,0%	1,3%	1,3%	1,3%	1,4%	1,2%	1,1%	1,2%
Possibilidade de ter bolsa de estudo	4,8%	5,3%	6,9%	6,2%	5,8%	5,8%	6,7%	6,9%	8,2%	6,9%
Outro motivo	9,9%	9,5%	8,1%	6,5%	8,4%	8,4%	8,2%	7,7%	6,1%	7,7%
Total	1.521	1.385	1.572	1.732	6.210	2.146	2.267	2.080	1.925	8.418

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.31 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 27 (As disciplinas cursadas contribuíram para sua formação integral, como cidadão e profissional.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	1,9%	1,3%	0,7%	0,5%	1,1%	1,0%	0,4%	0,5%	0,2%	0,5%
Discordo	3,0%	1,6%	2,0%	2,0%	2,1%	1,6%	1,1%	0,9%	0,9%	1,1%
Discordo parcialmente	6,1%	5,1%	4,8%	4,5%	5,1%	5,3%	4,4%	4,1%	3,0%	4,2%
Concordo parcialmente	17,7%	17,4%	18,0%	18,1%	17,8%	15,8%	14,1%	15,9%	14,0%	14,9%
Concordo	27,6%	27,8%	28,7%	28,9%	28,3%	25,6%	29,7%	28,0%	31,7%	28,7%
Concordo totalmente	43,7%	46,8%	45,9%	46,0%	45,6%	50,8%	50,4%	50,5%	50,3%	50,5%
Total	1.490	1.364	1.556	1.719	6.129	2.113	2.249	2.069	1.920	8.351

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.32 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 28 (Os conteúdos abordados nas disciplinas do curso favoreceram sua atuação em estágios ou em atividades de iniciação profissional.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,0%	2,6%	1,9%	1,3%	2,2%	2,8%	1,1%	1,4%	1,0%	1,6%
Discordo	4,8%	3,5%	3,9%	3,6%	4,0%	4,0%	3,1%	2,3%	2,5%	3,0%
Discordo parcialmente	8,5%	7,7%	6,9%	7,9%	7,8%	6,6%	6,9%	6,3%	6,2%	6,5%
Concordo parcialmente	17,2%	16,6%	18,8%	18,4%	17,8%	16,0%	15,7%	16,1%	16,6%	16,1%
Concordo	25,6%	27,6%	25,8%	26,5%	26,3%	24,0%	27,3%	28,6%	27,3%	26,8%
Concordo totalmente	40,9%	42,0%	42,6%	42,2%	41,9%	46,4%	45,9%	45,4%	46,2%	46,0%
Total	1.470	1.352	1.541	1.702	6.065	2.076	2.224	2.052	1.905	8.257

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.33 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 29 (As metodologias de ensino utilizadas no curso desafiaram você a aprofundar conhecimentos e desenvolver competências reflexivas e críticas.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	2,6%	1,7%	2,5%	1,7%	2,1%	2,0%	1,0%	1,1%	0,7%	1,2%
Discordo	4,0%	3,9%	2,9%	3,4%	3,5%	3,7%	3,3%	3,2%	2,8%	3,3%
Discordo parcialmente	8,2%	7,7%	7,7%	7,8%	7,8%	6,7%	6,2%	7,5%	7,7%	7,0%
Concordo parcialmente	18,1%	17,9%	19,1%	19,4%	18,6%	16,9%	16,2%	16,2%	15,5%	16,2%
Concordo	26,5%	27,6%	27,1%	25,2%	26,5%	24,7%	26,6%	26,8%	27,7%	26,4%
Concordo totalmente	40,7%	41,3%	40,8%	42,5%	41,4%	46,1%	46,7%	45,3%	45,7%	46,0%
Total	1.492	1.371	1.563	1.726	6.152	2.114	2.244	2.072	1.920	8.350

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.34 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 30 (O curso propiciou experiências de aprendizagem inovadoras.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,9%	3,2%	2,8%	2,8%	3,2%	2,9%	1,7%	2,2%	1,3%	2,0%
Discordo	5,4%	4,4%	3,9%	4,5%	4,6%	3,7%	3,4%	3,8%	3,7%	3,6%
Discordo parcialmente	9,0%	8,2%	9,0%	8,9%	8,8%	7,2%	7,6%	8,0%	8,0%	7,7%
Concordo parcialmente	16,9%	19,2%	20,1%	20,9%	19,3%	16,4%	15,1%	16,5%	17,2%	16,3%
Concordo	23,3%	22,8%	24,4%	25,4%	24,1%	22,5%	25,6%	25,7%	27,0%	25,2%
Concordo totalmente	41,4%	42,3%	39,9%	37,4%	40,1%	47,3%	46,6%	43,7%	42,8%	45,2%
Total	1.495	1.371	1.560	1.725	6.151	2.120	2.247	2.070	1.922	8.359

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.35 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 31 (O curso contribuiu para o desenvolvimento da sua consciência ética para o exercício profissional.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	2,0%	1,5%	1,5%	1,0%	1,5%	1,7%	0,7%	0,6%	0,6%	0,9%
Discordo	3,6%	2,5%	2,9%	2,3%	2,8%	2,8%	2,3%	1,7%	1,4%	2,1%
Discordo parcialmente	5,7%	4,8%	5,7%	4,8%	5,2%	5,0%	4,2%	5,1%	4,4%	4,7%
Concordo parcialmente	16,4%	15,1%	14,1%	13,2%	14,6%	13,5%	11,7%	11,3%	11,9%	12,1%
Concordo	25,3%	27,0%	27,5%	27,6%	26,9%	23,8%	25,6%	26,2%	25,9%	25,4%
Concordo totalmente	47,1%	49,1%	48,3%	51,1%	49,0%	53,1%	55,5%	55,0%	55,7%	54,8%
Total	1.485	1.368	1.556	1.719	6.128	2.121	2.247	2.069	1.918	8.355

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.36 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 32 (No curso você teve oportunidade de aprender a trabalhar em equipe.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	1,7%	1,2%	0,8%	0,4%	1,0%	0,8%	0,4%	0,4%	0,3%	0,5%
Discordo	2,3%	1,1%	1,7%	0,8%	1,4%	1,3%	0,9%	0,8%	0,8%	1,0%
Discordo parcialmente	3,5%	3,1%	2,7%	3,1%	3,1%	3,6%	2,2%	2,7%	2,0%	2,6%
Concordo parcialmente	11,7%	9,6%	9,8%	9,3%	10,1%	9,3%	7,0%	6,9%	7,4%	7,7%
Concordo	19,9%	21,4%	20,8%	22,8%	21,3%	17,2%	16,8%	19,2%	18,5%	17,9%
Concordo totalmente	60,9%	63,6%	64,2%	63,5%	63,1%	67,8%	72,8%	70,0%	71,0%	70,4%
Total	1.498	1.372	1.565	1.720	6.155	2.122	2.260	2.073	1.914	8.369

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.37 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 33 (O curso possibilitou aumentar sua capacidade de reflexão e argumentação.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	1,5%	1,2%	1,0%	0,6%	1,0%	0,8%	0,6%	0,3%	0,2%	0,5%
Discordo	1,7%	1,3%	2,2%	1,4%	1,7%	2,0%	1,2%	1,3%	1,1%	1,4%
Discordo parcialmente	4,6%	3,6%	3,5%	3,9%	3,9%	3,7%	2,8%	3,0%	2,6%	3,0%
Concordo parcialmente	13,0%	10,3%	10,1%	9,0%	10,5%	11,8%	9,4%	9,9%	9,4%	10,1%
Concordo	26,2%	25,8%	25,2%	24,4%	25,4%	23,6%	24,8%	24,8%	24,1%	24,3%
Concordo totalmente	53,0%	57,8%	58,0%	60,6%	57,5%	58,1%	61,2%	60,7%	62,7%	60,6%
Total	1.497	1.376	1.561	1.725	6.159	2.125	2.257	2.073	1.917	8.372

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.38 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 34 (O curso promoveu o desenvolvimento da sua capacidade de pensar criticamente, analisar e refletir sobre soluções para problemas da sociedade.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e

Propaganda										
Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	2,2%	1,5%	1,3%	1,2%	1,5%	1,3%	0,5%	0,8%	0,7%	0,8%
Discordo	2,8%	2,4%	2,8%	2,6%	2,7%	2,8%	1,9%	1,4%	1,7%	2,0%
Discordo parcialmente	5,7%	4,9%	4,3%	4,5%	4,8%	4,5%	4,4%	4,1%	4,0%	4,3%
Concordo parcialmente	13,9%	12,6%	14,0%	12,5%	13,3%	13,7%	11,4%	12,7%	11,7%	12,4%
Concordo	26,0%	26,2%	26,1%	24,1%	25,5%	23,1%	26,4%	25,4%	24,8%	24,9%
Concordo totalmente	49,3%	52,3%	51,5%	55,1%	52,2%	54,6%	55,3%	55,5%	57,2%	55,6%
Total	1.488	1.370	1.556	1.724	6.138	2.119	2.250	2.069	1.915	8.353

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.39 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 35 (O curso contribuiu para você ampliar sua capacidade de comunicação nas formas oral e escrita.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	1,8%	0,9%	0,6%	0,5%	0,9%	1,0%	0,4%	0,5%	0,2%	0,5%
Discordo	1,9%	1,6%	1,7%	1,1%	1,6%	1,8%	1,3%	1,2%	0,9%	1,3%
Discordo parcialmente	4,6%	4,2%	3,9%	3,9%	4,2%	3,6%	3,1%	2,9%	2,5%	3,0%
Concordo parcialmente	12,0%	11,3%	12,5%	10,1%	11,4%	11,5%	9,5%	9,6%	8,3%	9,7%
Concordo	26,5%	25,1%	25,0%	26,9%	25,9%	23,5%	22,6%	22,6%	24,2%	23,2%
Concordo totalmente	53,2%	56,9%	56,3%	57,4%	56,0%	58,7%	63,1%	63,2%	63,9%	62,2%
Total	1.497	1.375	1.565	1.725	6.162	2.122	2.258	2.075	1.919	8.374

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.40 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 36 (O curso contribuiu para o desenvolvimento da sua capacidade de aprender e atualizar-se permanentemente.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	2,2%	2,0%	1,5%	0,8%	1,6%	1,2%	0,3%	0,7%	0,4%	0,6%
Discordo	2,0%	1,9%	2,1%	2,0%	2,0%	2,0%	1,7%	1,3%	1,6%	1,7%
Discordo parcialmente	5,8%	4,8%	4,3%	5,5%	5,1%	5,1%	3,8%	4,9%	4,0%	4,4%
Concordo parcialmente	16,7%	15,1%	15,7%	15,0%	15,6%	14,8%	13,7%	13,0%	14,0%	13,9%
Concordo	29,7%	29,1%	31,0%	31,4%	30,4%	27,0%	29,6%	30,0%	29,2%	28,9%
Concordo totalmente	43,6%	47,2%	45,5%	45,2%	45,3%	49,9%	50,8%	50,1%	50,8%	50,4%
Total	1.493	1.376	1.562	1.722	6.153	2.129	2.251	2.066	1.916	8.362

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.41 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 37 (As relações professor-aluno ao longo do curso estimularam você a estudar e aprender.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,9%	2,5%	1,8%	2,0%	2,5%	2,2%	1,0%	1,1%	1,2%	1,4%
Discordo	4,4%	3,3%	4,6%	3,4%	3,9%	4,5%	3,2%	3,3%	3,6%	3,7%
Discordo parcialmente	7,8%	6,8%	7,4%	8,2%	7,6%	6,9%	6,5%	7,6%	8,3%	7,3%
Concordo parcialmente	18,9%	18,9%	18,8%	19,5%	19,0%	17,8%	19,0%	17,7%	18,4%	18,2%
Concordo	26,1%	27,9%	27,8%	28,7%	27,7%	25,6%	27,6%	28,6%	28,8%	27,6%
Concordo totalmente	38,9%	40,5%	39,6%	38,2%	39,3%	43,1%	42,6%	41,7%	39,8%	41,9%
Total	1.503	1.374	1.563	1.722	6.162	2.128	2.250	2.070	1.921	8.369

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.42 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 38 (Os planos de ensino apresentados pelos professores contribuíram para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e para seus estudos.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	2,9%	1,6%	1,3%	1,2%	1,7%	1,4%	1,1%	1,1%	1,1%	1,2%
Discordo	4,0%	3,6%	4,3%	4,3%	4,1%	3,7%	3,0%	2,6%	3,8%	3,3%
Discordo parcialmente	9,3%	7,3%	9,0%	9,7%	8,9%	7,1%	6,5%	7,8%	7,5%	7,2%
Concordo parcialmente	21,0%	20,4%	20,8%	22,8%	21,3%	18,2%	19,0%	20,6%	22,5%	20,0%
Concordo	26,7%	29,6%	30,5%	29,4%	29,1%	27,9%	31,1%	31,7%	29,0%	30,0%
Concordo totalmente	36,2%	37,5%	34,0%	32,6%	34,9%	41,7%	39,3%	36,3%	36,0%	38,4%
Total	1.496	1.363	1.564	1.720	6.143	2.123	2.252	2.068	1.918	8.361

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.43 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 39 (As referências bibliográficas indicadas pelos professores nos planos de ensino contribuíram para seus estudos e aprendizagens.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	2,3%	1,5%	1,5%	1,3%	1,6%	1,6%	1,2%	0,9%	1,1%	1,2%
Discordo	4,4%	3,3%	4,3%	3,3%	3,8%	3,4%	2,8%	2,6%	3,2%	3,0%
Discordo parcialmente	9,0%	8,3%	7,4%	8,0%	8,2%	6,9%	6,7%	8,1%	6,9%	7,1%
Concordo parcialmente	19,4%	18,0%	17,4%	18,6%	18,4%	17,7%	18,1%	17,0%	17,8%	17,7%
Concordo	25,4%	28,2%	28,7%	30,6%	28,3%	25,3%	25,9%	27,7%	29,0%	26,9%
Concordo totalmente	39,5%	40,7%	40,7%	38,2%	39,7%	45,1%	45,3%	43,6%	41,9%	44,0%
Total	1.487	1.352	1.549	1.697	6.085	2.114	2.243	2.047	1.912	8.316

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.44 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 40 (Foram oferecidas oportunidades para os estudantes superarem dificuldades relacionados ao processo de formação.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	5,8%	4,6%	4,4%	3,0%	4,4%	5,2%	3,6%	4,8%	3,5%	4,3%
Discordo	5,7%	5,2%	5,8%	6,5%	5,8%	5,3%	6,0%	5,8%	6,5%	5,9%
Discordo parcialmente	11,1%	11,5%	11,0%	9,9%	10,8%	9,8%	10,1%	11,2%	10,6%	10,4%
Concordo parcialmente	19,1%	20,8%	20,7%	21,4%	20,5%	19,8%	20,9%	20,3%	20,1%	20,3%
Concordo	24,9%	24,6%	24,7%	26,6%	25,3%	23,8%	24,5%	23,9%	24,6%	24,2%
Concordo totalmente	33,3%	33,2%	33,5%	32,6%	33,1%	36,1%	34,8%	34,1%	34,7%	34,9%
Total	1.453	1.327	1.509	1.642	5.931	2.035	2.153	1.982	1.831	8.001

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.45 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 41 (A coordenação do curso promoveu ações de mediação em situações eventuais de conflito ocorridas na relação professor-aluno.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	6,4%	5,0%	4,0%	3,9%	4,8%	4,9%	4,8%	4,3%	3,1%	4,3%
Discordo	5,8%	5,0%	6,5%	6,5%	6,0%	6,0%	6,1%	6,0%	6,2%	6,1%
Discordo parcialmente	8,8%	9,1%	8,6%	8,3%	8,7%	8,2%	8,4%	9,4%	9,7%	8,9%
Concordo parcialmente	15,7%	14,2%	16,2%	15,0%	15,3%	15,7%	14,8%	13,8%	14,1%	14,6%
Concordo	22,0%	22,3%	20,6%	21,6%	21,6%	19,3%	21,1%	20,3%	21,1%	20,4%
Concordo totalmente	41,4%	44,3%	44,1%	44,8%	43,7%	45,9%	44,7%	46,2%	45,7%	45,6%
Total	1.492	1.367	1.556	1.704	6.119	2.124	2.245	2.061	1.906	8.336

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.46 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 42 (O curso exigiu de você organização e dedicação frequente aos estudos.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,9%	2,4%	2,6%	2,7%	2,9%	2,4%	1,4%	1,7%	1,0%	1,6%
Discordo	5,3%	4,8%	4,7%	5,6%	5,1%	3,9%	3,1%	4,2%	4,6%	3,9%
Discordo parcialmente	8,2%	6,5%	8,4%	10,1%	8,4%	7,0%	6,4%	6,3%	9,1%	7,2%
Concordo parcialmente	16,6%	19,0%	17,7%	19,8%	18,3%	16,0%	15,7%	16,9%	16,7%	16,3%
Concordo	25,3%	25,7%	26,3%	25,3%	25,6%	25,3%	27,5%	26,7%	26,3%	26,4%
Concordo totalmente	40,8%	41,7%	40,3%	36,6%	39,7%	45,4%	45,8%	44,2%	42,3%	44,5%
Total	1.492	1.366	1.562	1.726	6.146	2.131	2.256	2.071	1.920	8.378

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.47 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 43 (Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	5,9%	5,4%	4,5%	3,6%	4,8%	5,6%	5,3%	5,2%	4,2%	5,1%
Discordo	6,7%	6,1%	6,2%	5,1%	6,0%	6,3%	6,4%	6,7%	5,8%	6,3%
Discordo parcialmente	10,1%	9,5%	8,9%	9,0%	9,3%	9,1%	7,6%	9,8%	7,6%	8,5%
Concordo parcialmente	16,2%	16,2%	14,8%	16,0%	15,8%	16,0%	17,0%	14,8%	14,6%	15,7%
Concordo	22,8%	21,6%	22,1%	22,9%	22,4%	20,6%	20,2%	20,0%	20,7%	20,4%
Concordo totalmente	38,4%	41,2%	43,4%	43,6%	41,7%	42,4%	43,5%	43,7%	47,0%	44,1%
Total	1.467	1.349	1.539	1.698	6.053	2.081	2.191	2.018	1.891	8.181

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.48 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 44 (Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimularam a investigação acadêmica.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e

Propaganda										
Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	7,6%	7,2%	7,1%	7,0%	7,2%	7,3%	6,3%	7,6%	7,3%	7,1%
Discordo	6,3%	7,4%	7,5%	6,2%	6,8%	6,3%	7,0%	7,7%	6,9%	7,0%
Discordo parcialmente	10,6%	9,7%	9,1%	10,1%	9,9%	9,9%	8,9%	10,7%	9,2%	9,7%
Concordo parcialmente	17,2%	16,1%	18,1%	17,8%	17,3%	14,1%	17,5%	16,2%	14,0%	15,5%
Concordo	22,3%	21,3%	21,1%	21,3%	21,5%	20,4%	18,3%	18,3%	20,2%	19,3%
Concordo totalmente	35,9%	38,3%	37,1%	37,6%	37,2%	41,9%	42,0%	39,6%	42,4%	41,5%
Total	1.455	1.314	1.500	1.677	5.946	2.032	2.157	1.996	1.864	8.049

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.49 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 45 (O curso ofereceu condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	4,3%	2,6%	2,4%	1,6%	2,7%	3,6%	2,7%	2,5%	2,2%	2,8%
Discordo	4,4%	5,8%	4,3%	3,4%	4,4%	5,7%	5,0%	5,8%	4,5%	5,2%
Discordo parcialmente	9,0%	7,3%	7,0%	7,8%	7,8%	7,8%	7,2%	7,8%	6,9%	7,4%
Concordo parcialmente	18,2%	14,9%	17,2%	14,4%	16,1%	14,3%	14,7%	13,8%	13,4%	14,1%
Concordo	22,4%	22,5%	22,0%	22,7%	22,4%	20,6%	21,2%	21,7%	20,8%	21,1%
Concordo totalmente	41,7%	47,0%	47,2%	50,1%	46,6%	48,1%	49,2%	48,4%	52,2%	49,4%
Total	1.485	1.363	1.545	1.711	6.104	2.087	2.237	2.059	1.905	8.288

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.50 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 46 (A instituição ofereceu oportunidades para os estudantes atuarem como representantes em órgãos colegiados.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	10,4%	10,3%	11,2%	10,1%	10,5%	9,9%	9,9%	10,6%	9,9%	10,1%
Discordo	9,1%	8,3%	9,5%	7,8%	8,7%	9,3%	8,5%	9,6%	9,7%	9,2%
Discordo parcialmente	11,7%	10,4%	12,3%	12,0%	11,6%	11,1%	11,9%	12,4%	10,9%	11,6%
Concordo parcialmente	17,4%	17,6%	18,6%	18,4%	18,0%	16,6%	17,9%	17,4%	17,4%	17,3%
Concordo	20,0%	19,9%	16,4%	17,8%	18,5%	18,3%	19,0%	18,3%	18,3%	18,5%
Concordo totalmente	31,4%	33,5%	32,0%	34,0%	32,7%	34,7%	32,8%	31,7%	33,8%	33,2%
Total	1.376	1.242	1.363	1.480	5.461	1.870	1.962	1.784	1.609	7.225

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.51 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 47 (O curso favoreceu a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,2%	2,5%	2,0%	1,7%	2,4%	2,6%	1,4%	1,2%	1,6%	1,7%
Discordo	4,1%	3,9%	3,5%	3,7%	3,8%	4,4%	3,7%	4,2%	3,1%	3,9%
Discordo parcialmente	8,3%	7,9%	7,9%	8,2%	8,1%	6,9%	5,6%	6,5%	8,2%	6,7%
Concordo parcialmente	17,5%	16,0%	15,9%	17,3%	16,7%	17,5%	17,0%	16,1%	14,6%	16,4%
Concordo	26,5%	27,5%	27,7%	27,2%	27,3%	24,8%	26,2%	25,7%	25,5%	25,6%
Concordo totalmente	40,4%	42,0%	42,9%	41,8%	41,8%	43,9%	46,0%	46,3%	47,0%	45,8%
Total	1.489	1.373	1.565	1.722	6.149	2.113	2.248	2.066	1.920	8.347

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.52 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 48 (As atividades práticas foram suficientes para relacionar os conteúdos do curso com a prática, contribuindo para sua formação profissional.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	5,4%	4,5%	3,6%	4,9%	4,6%	5,0%	4,3%	4,1%	3,7%	4,3%
Discordo	4,3%	6,8%	6,5%	6,0%	5,9%	6,0%	4,8%	5,3%	7,4%	5,8%
Discordo parcialmente	10,3%	8,7%	9,7%	11,0%	10,0%	9,4%	9,3%	10,2%	10,7%	9,9%
Concordo parcialmente	18,7%	18,5%	19,6%	19,2%	19,0%	18,0%	18,8%	17,8%	17,2%	18,0%
Concordo	25,7%	26,7%	24,0%	24,1%	25,0%	23,1%	25,2%	25,8%	25,6%	24,9%
Concordo totalmente	35,6%	34,9%	36,6%	34,7%	35,4%	38,6%	37,6%	36,8%	35,3%	37,2%
Total	1.488	1.371	1.565	1.722	6.146	2.111	2.248	2.068	1.920	8.347

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.53 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 49 (O curso propiciou acesso a conhecimentos atualizados e/ou contemporâneos em sua área de formação.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,1%	2,3%	1,6%	2,0%	2,2%	2,0%	1,4%	1,4%	0,8%	1,4%
Discordo	4,0%	4,2%	3,6%	4,1%	4,0%	3,9%	2,9%	2,9%	3,7%	3,4%
Discordo parcialmente	8,7%	7,0%	7,7%	7,3%	7,7%	6,9%	5,4%	7,3%	6,6%	6,5%
Concordo parcialmente	16,7%	15,2%	16,8%	15,6%	16,1%	16,9%	15,8%	13,9%	14,3%	15,3%
Concordo	27,5%	28,6%	27,1%	28,8%	28,0%	25,8%	28,5%	27,9%	27,8%	27,5%
Concordo totalmente	40,0%	42,8%	43,2%	42,1%	42,0%	44,5%	46,0%	46,6%	46,8%	46,0%
Total	1.481	1.369	1.566	1.724	6.140	2.129	2.253	2.072	1.922	8.376

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.54 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 50 (O estágio supervisionado proporcionou experiências diversificadas para a sua formação.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	6,2%	6,1%	4,8%	4,0%	5,2%	5,4%	3,4%	4,0%	3,2%	4,1%
Discordo	3,9%	4,5%	3,2%	3,3%	3,7%	3,3%	3,8%	3,9%	3,2%	3,6%
Discordo parcialmente	8,1%	6,8%	6,0%	6,3%	6,8%	6,2%	5,2%	5,7%	3,2%	5,1%
Concordo parcialmente	17,1%	14,3%	15,3%	13,9%	15,2%	13,4%	14,0%	12,1%	11,0%	12,7%
Concordo	23,1%	23,7%	24,5%	21,1%	23,0%	22,0%	21,1%	19,7%	21,1%	21,0%
Concordo totalmente	41,7%	44,7%	46,3%	51,4%	46,1%	49,8%	52,4%	54,6%	58,2%	53,5%
Total	1.279	1.101	1.238	1.322	4.940	1.784	1.808	1.634	1.448	6.674

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.55 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 51 (As atividades realizadas durante seu trabalho de conclusão de curso contribuíram para qualificar sua formação profissional.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,7%	2,2%	2,3%	1,9%	2,5%	2,0%	1,6%	1,4%	1,3%	1,6%
Discordo	2,8%	2,4%	2,4%	2,4%	2,5%	2,3%	2,0%	2,2%	2,1%	2,1%
Discordo parcialmente	6,5%	5,4%	5,0%	4,5%	5,3%	5,2%	3,6%	4,2%	3,7%	4,2%
Concordo parcialmente	14,5%	11,0%	12,2%	11,7%	12,4%	11,9%	11,5%	10,7%	9,8%	11,0%
Concordo	24,9%	24,2%	25,1%	25,3%	24,9%	23,8%	22,0%	22,8%	22,5%	22,8%
Concordo totalmente	47,6%	54,8%	53,0%	54,1%	52,4%	54,8%	59,3%	58,8%	60,6%	58,3%
Total	1.452	1.329	1.492	1.606	5.879	2.069	2.192	1.971	1.816	8.048

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.56 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 52 (Foram oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no país.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	18,2%	19,0%	18,3%	14,9%	17,5%	20,3%	18,9%	18,2%	15,7%	18,3%
Discordo	9,4%	9,7%	8,5%	10,6%	9,6%	7,5%	9,7%	9,4%	9,2%	8,9%
Discordo parcialmente	9,0%	8,5%	10,6%	9,9%	9,6%	8,3%	9,2%	10,2%	7,7%	8,8%
Concordo parcialmente	15,3%	13,9%	15,3%	15,4%	15,0%	14,2%	13,1%	12,8%	13,8%	13,5%
Concordo	17,1%	16,9%	16,1%	16,0%	16,5%	16,1%	15,2%	15,1%	16,8%	15,8%
Concordo totalmente	31,1%	32,0%	31,1%	33,1%	31,9%	33,7%	33,9%	34,3%	36,8%	34,6%
Total	1.363	1.211	1.394	1.580	5.548	1.866	2.008	1.847	1.722	7.443

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.57 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 53 (Foram oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios fora do país.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	22,1%	24,6%	22,3%	20,3%	22,2%	24,1%	22,4%	23,1%	19,6%	22,3%
Discordo	8,4%	9,4%	10,3%	10,9%	9,8%	7,4%	10,0%	9,9%	9,8%	9,3%
Discordo parcialmente	8,5%	7,6%	10,0%	9,4%	8,9%	7,9%	8,9%	8,3%	8,0%	8,3%
Concordo parcialmente	15,0%	13,3%	13,1%	11,8%	13,2%	12,4%	12,2%	12,2%	11,3%	12,0%
Concordo	17,9%	15,7%	13,5%	15,2%	15,5%	15,1%	14,1%	13,2%	15,3%	14,4%
Concordo totalmente	28,2%	29,4%	30,8%	32,4%	30,3%	33,1%	32,5%	33,4%	36,1%	33,7%
Total	1.335	1.199	1.394	1.588	5.516	1.844	1.966	1.852	1.731	7.393

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.58 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 54 (Os estudantes participaram de avaliações periódicas do curso (disciplinas, atuação dos professores, infraestrutura).), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	4,4%	3,7%	2,9%	2,6%	3,4%	3,0%	2,8%	2,7%	2,0%	2,6%
Discordo	4,0%	3,8%	3,6%	4,6%	4,0%	3,7%	4,0%	3,5%	3,3%	3,6%
Discordo parcialmente	8,6%	5,5%	6,2%	6,3%	6,6%	6,5%	6,0%	6,2%	4,7%	5,9%
Concordo parcialmente	16,1%	13,0%	13,8%	12,3%	13,8%	14,1%	12,7%	11,2%	10,5%	12,2%
Concordo	23,2%	21,2%	20,6%	20,2%	21,3%	20,3%	20,4%	18,4%	17,5%	19,2%
Concordo totalmente	43,7%	52,8%	52,8%	54,1%	51,0%	52,3%	54,2%	58,0%	61,9%	56,5%
Total	1.478	1.356	1.546	1.708	6.088	2.073	2.211	2.042	1.906	8.232

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.59 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 55 (As avaliações da aprendizagem realizadas durante o curso foram compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados pelos professores.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	2,5%	1,2%	1,0%	0,8%	1,4%	1,1%	1,1%	0,5%	0,9%	0,9%
Discordo	2,8%	2,8%	2,1%	1,9%	2,4%	2,5%	2,2%	1,9%	1,5%	2,1%
Discordo parcialmente	7,9%	5,6%	6,5%	6,4%	6,6%	6,1%	4,8%	5,2%	3,6%	5,0%
Concordo parcialmente	18,8%	15,4%	17,5%	16,2%	17,0%	16,0%	15,1%	14,1%	13,6%	14,7%
Concordo	27,1%	31,2%	30,0%	29,7%	29,5%	25,5%	28,5%	28,4%	30,8%	28,2%
Concordo totalmente	40,9%	43,8%	42,9%	45,0%	43,2%	48,7%	48,4%	50,0%	49,6%	49,1%
Total	1.485	1.364	1.554	1.700	6.103	2.119	2.248	2.059	1.904	8.330

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.60 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 56 (Os professores apresentaram disponibilidade para atender os estudantes fora do horário das aulas.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,8%	2,0%	2,6%	1,4%	2,4%	2,9%	2,3%	1,4%	1,0%	1,9%
Discordo	5,9%	4,7%	3,4%	3,7%	4,4%	5,0%	4,4%	4,4%	3,7%	4,4%
Discordo parcialmente	8,0%	5,7%	7,8%	7,0%	7,1%	7,4%	6,9%	6,2%	7,3%	6,9%
Concordo parcialmente	17,7%	16,5%	15,6%	17,5%	16,8%	15,9%	15,7%	16,0%	14,9%	15,6%
Concordo	23,4%	26,3%	27,2%	26,8%	25,9%	23,2%	23,3%	25,5%	26,4%	24,6%
Concordo totalmente	41,3%	44,7%	43,5%	43,7%	43,3%	45,7%	47,4%	46,5%	46,6%	46,6%
Total	1.482	1.361	1.558	1.715	6.116	2.103	2.245	2.051	1.906	8.305

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.61 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 57 (Os professores demonstraram domínio dos conteúdos abordados nas disciplinas.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	1,8%	1,2%	0,8%	0,5%	1,0%	0,9%	0,4%	0,4%	0,2%	0,5%
Discordo	3,8%	2,6%	1,9%	2,3%	2,6%	2,4%	1,8%	1,6%	1,4%	1,8%
Discordo parcialmente	6,0%	5,8%	5,2%	6,3%	5,8%	5,6%	5,1%	4,3%	4,3%	4,8%
Concordo parcialmente	16,6%	15,8%	15,1%	14,7%	15,5%	14,1%	13,3%	14,2%	14,4%	14,0%
Concordo	27,4%	27,1%	31,8%	32,6%	29,9%	26,1%	27,1%	29,9%	31,5%	28,5%
Concordo totalmente	44,5%	47,6%	45,2%	43,6%	45,1%	50,9%	52,3%	49,6%	48,3%	50,3%
Total	1.491	1.371	1.565	1.725	6.152	2.127	2.260	2.073	1.920	8.380

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.62 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 58 (Os professores utilizaram tecnologias da informação e comunicação (TICs) como estratégia de ensino (projeter multimídia, laboratório de informática, ambiente virtual de aprendizagem)), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	2,2%	1,7%	1,2%	0,6%	1,4%	1,4%	0,8%	0,9%	0,2%	0,8%
Discordo	3,4%	2,3%	1,7%	2,0%	2,3%	2,5%	2,2%	2,2%	1,7%	2,2%
Discordo parcialmente	6,1%	4,9%	5,9%	4,5%	5,3%	6,0%	4,7%	4,2%	3,2%	4,6%
Concordo parcialmente	15,6%	13,5%	10,4%	10,9%	12,5%	13,6%	11,6%	8,7%	9,7%	10,9%
Concordo	22,3%	23,9%	23,8%	22,1%	23,0%	18,3%	20,6%	19,6%	19,2%	19,4%
Concordo totalmente	50,2%	53,6%	57,0%	60,0%	55,4%	58,2%	60,1%	64,5%	66,1%	62,0%
Total	1.483	1.367	1.560	1.723	6.133	2.116	2.258	2.069	1.918	8.361

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.63 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 59 (A instituição dispôs de quantidade suficiente de funcionários para o apoio administrativo e acadêmico.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	4,5%	4,5%	4,1%	3,2%	4,0%	4,4%	3,7%	3,8%	3,2%	3,8%
Discordo	4,7%	4,1%	4,7%	4,0%	4,4%	4,6%	4,6%	4,2%	3,8%	4,3%
Discordo parcialmente	8,1%	7,9%	6,4%	7,7%	7,5%	7,6%	8,1%	7,6%	7,9%	7,8%
Concordo parcialmente	16,9%	14,8%	16,5%	14,9%	15,8%	17,1%	15,9%	14,7%	14,1%	15,5%
Concordo	24,7%	26,3%	23,9%	23,8%	24,6%	21,9%	22,6%	23,0%	22,8%	22,6%
Concordo totalmente	41,1%	42,4%	44,4%	46,3%	43,7%	44,4%	45,2%	46,8%	48,2%	46,1%
Total	1.480	1.362	1.554	1.711	6.107	2.105	2.236	2.051	1.904	8.296

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.64 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 60 (O curso disponibilizou monitores ou tutores para auxiliar os estudantes.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	9,5%	9,6%	9,1%	10,1%	9,6%	9,4%	8,9%	10,3%	10,4%	9,7%
Discordo	6,8%	5,7%	7,3%	7,0%	6,7%	6,7%	8,3%	8,3%	8,6%	8,0%
Discordo parcialmente	10,7%	10,6%	11,8%	10,9%	11,0%	10,4%	10,0%	10,7%	10,5%	10,4%
Concordo parcialmente	17,4%	16,8%	17,1%	18,6%	17,5%	14,8%	17,1%	14,9%	16,6%	15,9%
Concordo	20,3%	21,0%	19,5%	19,8%	20,1%	20,3%	18,4%	19,8%	19,5%	19,5%
Concordo totalmente	35,3%	36,3%	35,2%	33,5%	35,0%	38,4%	37,3%	36,0%	34,4%	36,6%
Total	1.448	1.317	1.493	1.637	5.895	2.016	2.161	1.938	1.803	7.918

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.65 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 61 (As condições de infraestrutura das salas de aula foram adequadas.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	6,2%	5,4%	4,6%	3,4%	4,8%	5,9%	5,1%	4,6%	3,6%	4,9%
Discordo	6,3%	6,3%	6,3%	5,8%	6,2%	6,4%	7,0%	5,6%	6,1%	6,3%
Discordo parcialmente	9,9%	8,0%	9,4%	9,8%	9,3%	8,4%	8,9%	9,6%	9,1%	9,0%
Concordo parcialmente	17,0%	15,5%	15,3%	15,8%	15,9%	15,6%	14,9%	15,1%	15,9%	15,4%
Concordo	23,0%	24,0%	24,7%	23,1%	23,7%	21,6%	22,8%	22,4%	22,1%	22,2%
Concordo totalmente	37,6%	40,7%	39,7%	42,2%	40,1%	42,2%	41,3%	42,6%	43,1%	42,2%
Total	1.491	1.371	1.565	1.724	6.151	2.120	2.251	2.075	1.922	8.368

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.66 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 62 (Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas foram adequados para a quantidade de estudantes.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	8,1%	7,7%	6,6%	6,7%	7,2%	8,4%	7,7%	7,2%	6,8%	7,5%
Discordo	7,0%	6,4%	6,2%	7,5%	6,8%	6,9%	6,9%	6,2%	7,3%	6,8%
Discordo parcialmente	10,0%	8,8%	10,5%	8,4%	9,4%	7,4%	8,7%	9,7%	10,2%	9,0%
Concordo parcialmente	15,5%	15,4%	16,7%	15,6%	15,8%	16,0%	16,4%	16,5%	14,7%	15,9%
Concordo	22,3%	23,0%	21,2%	21,6%	22,0%	21,4%	20,1%	19,7%	20,4%	20,4%
Concordo totalmente	37,2%	38,6%	38,7%	40,2%	38,7%	39,9%	40,3%	40,7%	40,6%	40,3%
Total	1.490	1.369	1.560	1.720	6.139	2.110	2.243	2.065	1.911	8.329

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.67 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 63 (Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas foram adequados ao curso.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	7,7%	5,9%	5,6%	5,1%	6,1%	6,5%	6,1%	5,5%	5,5%	5,9%
Discordo	6,1%	8,0%	5,5%	6,6%	6,5%	6,5%	6,1%	5,8%	6,5%	6,2%
Discordo parcialmente	9,6%	7,9%	10,6%	8,8%	9,3%	7,7%	8,5%	8,9%	9,0%	8,5%
Concordo parcialmente	16,5%	15,0%	15,8%	15,9%	15,8%	15,2%	15,8%	15,2%	13,8%	15,0%
Concordo	21,9%	23,0%	22,1%	21,0%	21,9%	21,6%	21,1%	20,9%	21,2%	21,2%
Concordo totalmente	38,2%	40,2%	40,4%	42,6%	40,4%	42,5%	42,5%	43,7%	44,0%	43,1%
Total	1.491	1.368	1.563	1.718	6.140	2.109	2.247	2.063	1.913	8.332

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.68 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 64 (A biblioteca dispôs das referências bibliográficas que os estudantes necessitaram.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	2,6%	1,4%	1,6%	1,3%	1,7%	2,6%	1,4%	2,0%	1,7%	1,9%
Discordo	3,7%	3,1%	2,7%	3,4%	3,3%	3,3%	3,8%	3,1%	3,1%	3,4%
Discordo parcialmente	6,8%	5,5%	6,7%	5,5%	6,1%	5,9%	5,4%	5,7%	5,9%	5,7%
Concordo parcialmente	14,6%	12,3%	13,3%	11,8%	13,0%	13,1%	13,2%	11,7%	12,4%	12,6%
Concordo	24,4%	24,4%	23,7%	23,6%	24,0%	21,7%	22,8%	22,6%	23,5%	22,7%
Concordo totalmente	47,8%	53,4%	51,9%	54,4%	51,9%	53,4%	53,3%	54,8%	53,4%	53,7%
Total	1.475	1.354	1.537	1.685	6.051	2.108	2.241	2.056	1.893	8.298

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.69 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 65 (A instituição contou com biblioteca virtual ou conferiu acesso a obras disponíveis em acervos virtuais.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	7,3%	7,5%	7,6%	7,1%	7,4%	6,2%	5,9%	6,1%	7,5%	6,4%
Discordo	5,2%	5,4%	5,1%	5,3%	5,2%	5,8%	5,4%	4,7%	5,6%	5,4%
Discordo parcialmente	9,1%	5,4%	6,2%	7,4%	7,1%	7,0%	6,9%	6,6%	5,6%	6,5%
Concordo parcialmente	16,3%	14,2%	13,3%	13,0%	14,1%	14,1%	13,8%	12,2%	12,2%	13,1%
Concordo	21,1%	21,9%	21,2%	18,5%	20,6%	18,8%	19,2%	18,9%	18,5%	18,9%
Concordo totalmente	41,1%	45,7%	46,7%	48,7%	45,6%	48,2%	48,8%	51,5%	50,7%	49,8%
Total	1.401	1.243	1.441	1.574	5.659	1.964	2.086	1.892	1.744	7.686

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.70 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 66 (As atividades acadêmicas desenvolvidas dentro e fora da sala de aula possibilitaram reflexão, convivência e respeito à diversidade.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,2%	2,1%	1,6%	1,4%	2,1%	2,0%	1,0%	1,0%	0,9%	1,3%
Discordo	3,5%	2,3%	2,7%	3,2%	2,9%	3,0%	2,6%	2,9%	1,8%	2,6%
Discordo parcialmente	7,2%	5,5%	6,0%	5,1%	5,9%	6,2%	5,8%	5,6%	4,9%	5,6%
Concordo parcialmente	16,7%	15,9%	15,6%	13,8%	15,4%	15,1%	13,2%	11,5%	11,4%	12,9%
Concordo	24,8%	25,3%	25,5%	24,4%	25,0%	23,4%	23,3%	25,8%	23,5%	23,9%
Concordo totalmente	44,6%	48,9%	48,6%	52,0%	48,6%	50,2%	54,2%	53,2%	57,5%	53,7%
Total	1.476	1.352	1.553	1.697	6.078	2.102	2.232	2.053	1.910	8.297

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.71 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 67 (A instituição promoveu atividades de cultura, de lazer e de interação social.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	6,0%	5,3%	5,2%	5,3%	5,4%	6,2%	4,7%	4,5%	4,4%	5,0%
Discordo	6,9%	6,7%	7,3%	7,0%	7,0%	6,0%	6,3%	5,4%	6,5%	6,1%
Discordo parcialmente	8,4%	10,1%	9,3%	8,9%	9,2%	7,9%	9,0%	9,8%	8,8%	8,9%
Concordo parcialmente	17,7%	15,2%	15,7%	17,2%	16,5%	16,3%	15,1%	16,9%	14,7%	15,8%
Concordo	21,8%	23,3%	23,7%	20,0%	22,1%	21,2%	20,0%	20,9%	21,6%	20,9%
Concordo totalmente	39,2%	39,3%	38,8%	41,6%	39,8%	42,4%	44,9%	42,5%	43,9%	43,4%
Total	1.471	1.351	1.543	1.696	6.061	2.076	2.212	2.047	1.889	8.224

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

Tabela III.72 - Distribuição do nível de Discordância/Concordância dos estudantes à assertiva 68 (A instituição dispôs de refeitório, cantina e banheiros em condições adequadas que atenderam as necessidades dos seus usuários.), por Sexo dos Estudantes e Quartos de Desempenho (% da coluna) - Enade/2015 - Publicidade e Propaganda

Categoria de Respostas	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	Total
Discordo totalmente	3,4%	3,4%	2,4%	2,9%	3,0%	4,2%	3,8%	3,6%	3,5%	3,8%
Discordo	4,0%	3,4%	4,0%	4,8%	4,1%	5,3%	4,0%	5,5%	5,9%	5,1%
Discordo parcialmente	6,7%	7,2%	6,9%	7,2%	7,0%	7,4%	7,9%	7,0%	7,6%	7,5%
Concordo parcialmente	16,4%	13,0%	11,9%	12,2%	13,3%	14,3%	13,8%	12,1%	12,5%	13,2%
Concordo	21,3%	22,7%	22,7%	20,4%	21,7%	18,8%	18,2%	20,1%	20,6%	19,4%
Concordo totalmente	48,2%	50,3%	52,1%	52,6%	50,9%	50,0%	52,3%	51,7%	49,9%	51,0%
Total	1.487	1.369	1.561	1.718	6.135	2.129	2.253	2.072	1.918	8.372

Fonte: MEC / Inep / Daes - Enade/2015

**ANEXO IV – COMPARAÇÃO DA OPINIÃO
DOS ESTUDANTES E COORDENADORES
COM RESPEITO ÀS ATIVIDADES
ACADÊMICAS E EXTRACLASSES**

Neste Anexo estão tabuladas comparações das respostas de estudantes e coordenadores a quesitos sobre o ambiente acadêmico, bem como sobre atividades acadêmicas e extraclasse.

Tabela IV.1 - Distribuição das respostas dos coordenadores e estudantes à questão: "As disciplinas cursadas contribuíram para a formação integral do Estudante, como cidadão e profissional - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente			
Estudante						
Discordo totalmente	0	0	0	0	2	107
Discordo	0	0	0	3	14	211
Discordo parcialmente	0	0	0	3	49	622
Concordo parcialmente	0	0	0	17	101	2.167
Concordo	0	0	0	33	159	3.808
Concordo totalmente	0	0	0	12	339	6.682
Total	0	0	0	68	664	13.597

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.2 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Os conteúdos abordados nas disciplinas do curso favorecem a atuação dos estudantes em estágios ou em atividades de iniciação profissional - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	1	32	230	263
Discordo	0	0	0	3	60	393	456
Discordo parcialmente	0	0	0	7	103	805	915
Concordo parcialmente	0	0	0	9	241	1.975	2.225
Concordo	0	0	0	13	269	3.227	3.509
Concordo totalmente	0	0	0	16	441	5.624	6.081
Total	0	0	0	49	1.146	12.254	13.449

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.3 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "As metodologias de ensino utilizadas no curso desafiam os estudantes a aprofundar conhecimentos e a desenvolver competências reflexivas e críticas - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudiante							
Discordo totalmente	0	0	0	1	48	171	220
Discordo	0	0	0	6	98	359	463
Discordo parcialmente	0	0	0	20	198	746	964
Concordo parcialmente	0	0	0	22	430	1.867	2.319
Concordo	0	0	0	26	551	3.015	3.592
Concordo totalmente	0	0	0	34	762	5.260	6.056
Total	0	0	0	109	2.087	11.418	13.614

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.4 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso propicia experiências de aprendizagem inovadoras - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Comunicação Social - Publicidade e Propaganda:							
Coordenador	Discordo			Concordo		Total	
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	18	94	246	358
Discordo	0	0	0	28	129	367	524
Discordo parcialmente	0	0	0	41	277	760	1.078
Concordo parcialmente	0	0	0	44	580	1.734	2.358
Concordo	0	0	0	68	715	2.587	3.370
Concordo totalmente	0	0	0	56	974	4.905	5.935
Total	0	0	0	255	2.769	10.599	13.623

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.5 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso contribui para os estudantes desenvolverem consciência ética para o exercício profissional - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente			
Estudante						
Discordo totalmente	0	0	0	0	10	157
Discordo	0	0	0	3	38	322
Discordo parcialmente	0	0	0	5	54	666
Concordo parcialmente	0	0	0	9	123	1.806
Concordo	0	0	0	21	247	3.508
Concordo totalmente	0	0	0	30	475	7.136
Total	0	0	0	68	947	13.595

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.6 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso propicia oportunidades aos estudantes para aprender a trabalhar em equipe - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

em equipe - Etapa 2015 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.							
Coordenador	Discordo			Concordo		Total	
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	0	7	91	98
Discordo	0	0	0	0	16	144	160
Discordo parcialmente	0	0	0	1	31	345	377
Concordo parcialmente	0	0	0	4	86	1.082	1.172
Concordo	0	0	0	3	208	2.404	2.615
Concordo totalmente	0	0	0	2	608	8.602	9.212
Total	0	0	0	10	956	12.668	13.634

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.7 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso favorece o desenvolvimento da capacidade de pensar criticamente, analisar e refletir sobre soluções para problemas da sociedade - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	0	35	123	158
Discordo	0	0	0	0	78	233	311
Discordo parcialmente	0	0	0	6	128	476	610
Concordo parcialmente	0	0	0	3	338	1.402	1.743
Concordo	0	0	0	11	590	2.794	3.395
Concordo totalmente	0	0	0	16	953	6.408	7.377
Total	0	0	0	36	2.122	11.436	13.594

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.8 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso contribui para ampliar a capacidade de comunicação oral e escrita dos estudantes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo		
Estudante						
Discordo totalmente	0	0	0	0	11	101
Discordo	0	0	0	6	35	206
Discordo parcialmente	0	0	0	7	65	466
Concordo parcialmente	0	0	0	21	201	1.445
Concordo	0	0	0	43	389	3.291
Concordo totalmente	0	0	0	72	821	8.131
Total	0	0	0	149	1.522	13.640

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.9 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso propicia acesso a conhecimentos atualizados e/ou contemporâneos na área de formação - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo		
Estudante						
Discordo totalmente	0	0	0	3	31	227
Discordo	0	0	0	12	76	488
Discordo parcialmente	0	0	0	27	109	918
Concordo parcialmente	0	0	0	40	222	2.102
Concordo	0	0	0	41	274	3.740
Concordo totalmente	0	0	0	50	357	6.142
Total	0	0	0	173	1.069	13.617

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.10 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso contribui para os estudantes desenvolverem autonomia para aprender e atualizar-se permanentemente - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudiante							
Discordo totalmente	0	0	0	5	32	106	143
Discordo	0	0	0	7	54	182	243
Discordo parcialmente	0	0	0	20	112	505	637
Concordo parcialmente	0	0	0	54	381	1.526	1.961
Concordo	0	0	0	93	660	3.249	4.002
Concordo totalmente	0	0	0	99	831	5.694	6.624
Total	0	0	0	278	2.070	11.262	13.610

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.11 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "As relações professor-Estudante ao longo do curso estimulam o estudante a estudar e aprender - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo		
Estudiante						
Discordo totalmente	0	0	0	4	53	252
Discordo	0	0	0	12	115	524
Discordo parcialmente	0	0	0	10	219	984
Concordo parcialmente	0	0	0	21	475	2.500
Concordo	0	0	0	11	597	3.723
Concordo totalmente	0	0	0	7	667	5.642
Total	0	0	0	65	2.126	13.625

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.12 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Os planos de ensino apresentados nas disciplinas contribuem para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e para os estudos dos discentes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	0	41	155	196
Discordo	0	0	0	4	103	372	479
Discordo parcialmente	0	0	0	8	219	835	1.062
Concordo parcialmente	0	0	0	19	513	2.235	2.767
Concordo	0	0	0	19	569	3.384	3.972
Concordo totalmente	0	0	0	12	609	4.509	5.130
Total	0	0	0	62	2.054	11.490	13.606

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.13 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "As referências bibliográficas indicadas pelos professores nos planos de ensino contribuem para os estudos e a aprendizagens dos estudantes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Gráfico demonstrando para os Estados a distribuição das respostas - Estado 2019 - Comunidade Social - Faltadores e Repagantes							
Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	3	33	148	184
Discordo	0	0	0	12	87	354	453
Discordo parcialmente	0	0	0	29	178	805	1.012
Concordo parcialmente	0	0	0	68	428	1.885	2.381
Concordo	0	0	0	78	641	2.944	3.663
Concordo totalmente	0	0	0	79	858	4.872	5.809
Total	0	0	0	269	2.225	11.008	13.502

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.14 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "São oferecidas oportunidades para os estudantes superarem dificuldades relacionadas ao processo de formação - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	17	143	395	555
Discordo	0	0	0	15	198	566	779
Discordo parcialmente	0	0	0	33	329	990	1.352
Concordo parcialmente	0	0	0	56	577	2.021	2.654
Concordo	0	0	0	38	510	2.619	3.167
Concordo totalmente	0	0	0	37	545	3.985	4.567
Total	0	0	0	196	2.302	10.576	13.074

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.15 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "A coordenação do curso tem disponibilidade de carga horária para orientação acadêmica dos estudantes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente			
Estudante						
Discordo totalmente	0	0	4	4	93	621
Discordo	0	0	10	6	139	824
Discordo parcialmente	0	0	10	10	196	1.152
Concordo parcialmente	0	0	16	17	320	2.002
Concordo	0	0	12	21	456	2.822
Concordo totalmente	0	0	5	13	809	6.152
Total	0	0	57	71	2.013	13.573

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.16 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O nível de exigência do curso contribui significativamente para a dedicação aos estudos e a aprendizagem dos estudantes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudiante							
Discordo totalmente	0	0	0	7	91	193	291
Discordo	0	0	1	13	196	393	603
Discordo parcialmente	0	0	4	22	298	700	1.024
Concordo parcialmente	0	0	0	32	617	1.694	2.343
Concordo	0	0	3	37	866	2.604	3.510
Concordo totalmente	0	0	2	42	1.086	4.725	5.855
Total	0	0	10	153	3.154	10.309	13.626

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.17 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Há oferta contínua de programas, projetos ou atividades de extensão universitária para os estudantes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudiante							
Discordo totalmente	0	1	5	25	142	464	637
Discordo	0	4	1	47	169	601	822
Discordo parcialmente	0	7	4	58	212	877	1.158
Concordo parcialmente	0	12	10	81	381	1.611	2.095
Concordo	0	7	7	109	395	2.303	2.821
Concordo totalmente	0	8	21	139	618	5.011	5.797
Total	0	39	48	459	1.917	10.867	13.330

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.18 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimularam a investigação acadêmica - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	4	9	84	189	611	897
Discordo	0	3	5	71	164	642	885
Discordo parcialmente	0	11	12	64	236	929	1.252
Concordo parcialmente	0	9	21	83	376	1.630	2.119
Concordo	0	11	19	85	398	2.144	2.657
Concordo totalmente	0	9	28	84	721	4.466	5.308
Total	0	47	94	471	2.084	10.422	13.118

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.19 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso ofereceu condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo	Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente				
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	1	5	63	300	369
Discordo	0	0	11	14	100	520	645
Discordo parcialmente	0	0	10	23	156	817	1.006
Concordo parcialmente	0	0	19	33	324	1.651	2.027
Concordo	0	0	17	45	357	2.484	2.903
Concordo totalmente	0	0	20	77	635	5.817	6.549
Total	0	0	78	197	1.635	11.589	13.499

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.20 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no país - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo		
Estudante						
Discordo totalmente	10	38	56	173	338	2.019
Discordo	7	10	17	83	147	1.068
Discordo parcialmente	6	1	17	68	126	1.068
Concordo parcialmente	8	10	36	77	181	1.660
Concordo	8	12	21	89	143	1.922
Concordo totalmente	5	19	20	118	340	4.077
Total	44	90	167	608	1.275	11.814

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.21 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no exterior - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	55	79	84	252	392	1.451	2.313
Discordo	10	13	16	62	153	849	1.103
Discordo parcialmente	8	4	24	32	125	808	1.001
Concordo parcialmente	16	9	24	49	158	1.211	1.467
Concordo	7	8	21	40	133	1.554	1.763
Concordo totalmente	10	21	22	60	418	3.419	3.950
Total	106	134	191	495	1.379	9.292	11.597

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.22 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "São oferecidas oportunidades para os estudantes atuarem como representantes em órgãos colegiados - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	4	3	32	76	1.069	1.184
Discordo	0	1	1	41	76	901	1.020
Discordo parcialmente	0	1	1	35	67	1.260	1.364
Concordo parcialmente	0	3	4	64	106	1.929	2.106
Concordo	0	1	0	38	98	2.032	2.169
Concordo totalmente	0	3	0	35	227	3.750	4.015
Total	0	13	9	245	650	10.941	11.858

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.23 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso favorece a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudiante							
Discordo totalmente	0	0	0	0	41	220	261
Discordo	0	0	0	0	102	397	499
Discordo parcialmente	0	0	0	0	184	787	971
Concordo parcialmente	0	0	0	0	324	1.908	2.232
Concordo	0	0	0	0	363	3.169	3.532
Concordo totalmente	0	0	0	0	445	5.648	6.093
Total	0	0	0	0	1.459	12.129	13.588

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.24 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "As atividades práticas são suficientes para relacionar os conteúdos do curso com a área de atuação, contribuindo para a formação profissional dos estudantes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	1	40	104	442	587
Discordo	0	0	0	51	160	575	786
Discordo parcialmente	0	0	0	40	228	1.038	1.306
Concordo parcialmente	0	0	3	54	368	2.042	2.467
Concordo	0	0	4	54	443	2.903	3.404
Concordo totalmente	0	0	13	57	459	4.521	5.050
Total	0	0	21	296	1.762	11.521	13.600

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.25 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O estágio supervisionado proporciona aos estudantes experiências diversificadas de formação - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente			
Estudante						
Discordo totalmente	0	0	0	7	79	378
Discordo	0	0	0	9	58	312
Discordo parcialmente	0	0	0	7	93	507
Concordo parcialmente	0	0	0	17	177	1.132
Concordo	0	0	0	24	295	1.795
Concordo totalmente	0	0	0	40	518	4.339
Total	0	0	0	104	1.220	8.463

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.26 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "As atividades realizadas durante o trabalho de conclusão de curso contribuem para a formação profissional dos estudantes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	4	17	244	265
Discordo	0	0	0	0	41	250	291
Discordo parcialmente	0	0	0	5	54	544	603
Concordo parcialmente	0	0	0	6	137	1.398	1.541
Concordo	0	0	0	14	281	2.752	3.047
Concordo totalmente	0	0	0	21	534	6.773	7.328
Total	0	0	0	50	1.064	11.961	13.075

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.27 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Os estudantes participam de avaliações periódicas do curso (disciplinas, atuação dos professores, infraestrutura) - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	12	73	306	391
Discordo	0	0	0	13	88	411	512
Discordo parcialmente	0	0	0	6	150	660	816
Concordo parcialmente	0	0	0	18	296	1.425	1.739
Concordo	0	0	0	13	326	2.350	2.689
Concordo totalmente	0	0	0	19	751	6.520	7.290
Total	0	0	0	81	1.684	11.672	13.437

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.28 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "As avaliações de aprendizagem realizadas durante o curso são compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados pelos professores - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Com os conteúdos da temática trabalhados pelos professores em 2022							
Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	1	27	113	141
Discordo	0	0	0	5	54	220	279
Discordo parcialmente	0	0	0	17	145	599	761
Concordo parcialmente	0	0	0	26	295	1.788	2.109
Concordo	0	0	0	32	411	3.392	3.835
Concordo totalmente	0	0	0	17	529	5.856	6.402
Total	0	0	0	98	1.461	11.968	13.527

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.29 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Os professores apresentam disponibilidade para atender os estudantes fora do horário de aula - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

TOTAL DE NOTAS DE 2014 - 2020							
Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	2	1	9	78	185	275
Discordo	0	0	1	17	206	354	578
Discordo parcialmente	0	0	3	42	326	576	947
Concordo parcialmente	0	2	1	74	648	1.423	2.148
Concordo	0	5	2	85	862	2.412	3.366
Concordo totalmente	0	5	9	96	1.206	4.907	6.223
Total	0	14	17	323	3.326	9.857	13.537

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.30 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Os professores demonstram domínio dos conteúdos abordados nas disciplinas - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente	
Estudante					
Discordo totalmente	0	0	2	14	94
Discordo	0	0	3	51	292
Discordo parcialmente	0	0	3	106	699
Concordo parcialmente	0	0	5	297	1.942
Concordo	0	0	4	481	3.947
Concordo totalmente	0	0	12	681	6.659
Total	0	0	29	1.630	13.633

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.31 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Os professores utilizaram tecnologias da informação e comunicação (TIC) como estratégia de ensino (projeto multimídia, laboratório de informática, ambiente virtual de aprendizagem) - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

C. Propaganda							
Coordenador	Discordo			Concordo		Total	
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	7	11	123	141
Discordo	0	0	0	15	23	272	310
Discordo parcialmente	0	0	0	22	71	569	662
Concordo parcialmente	0	0	0	57	160	1.358	1.575
Concordo	0	0	0	62	284	2.443	2.789
Concordo totalmente	0	0	11	92	656	7.362	8.121
Total	0	0	11	255	1.205	12.127	13.598

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.32 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "A instituição dispõe de quantidade suficiente de servidores para o apoio administrativo e acadêmico - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo		
Estudante						
Discordo totalmente	3	9	33	35	114	528
Discordo	2	9	34	55	112	584
Discordo parcialmente	6	18	38	97	178	991
Concordo parcialmente	8	17	62	145	304	2.102
Concordo	11	21	43	170	364	3.094
Concordo totalmente	15	7	27	200	561	6.219
Total	45	81	237	702	1.633	13.518

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.33 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total	
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente				
Estudante							
Discordo totalmente	6	19	49	122	245	688	1.129
Discordo	7	18	16	102	180	572	895
Discordo parcialmente	11	18	34	128	234	880	1.305
Concordo parcialmente	10	26	42	167	338	1.450	2.033
Concordo	9	36	40	142	375	1.801	2.403
Concordo totalmente	5	82	59	190	610	3.610	4.556
Total	48	199	240	851	1.982	9.001	12.321

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.34 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "As condições de infraestrutura das salas de aula são adequadas -

Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo		Concordo		Total		
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	50	27	41	144	392	654
Discordo	1	42	32	51	236	489	851
Discordo parcialmente	2	29	23	75	272	826	1.227
Concordo parcialmente	5	31	32	91	392	1.513	2.064
Concordo	7	23	24	96	457	2.462	3.069
Concordo totalmente	2	15	28	81	570	5.062	5.758
Total	17	190	166	435	2.071	10.744	13.623

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.35 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas são adequados para a quantidade de estudantes - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	1	50	17	65	261	603	997
Discordo	1	45	6	55	239	541	887
Discordo parcialmente	2	32	12	71	296	798	1.211
Concordo parcialmente	8	36	9	91	426	1.546	2.116
Concordo	4	29	15	100	515	2.175	2.838
Concordo totalmente	12	27	5	86	719	4.682	5.531
Total	28	219	64	468	2.456	10.345	13.580

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.36 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas são adequados ao curso - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	21	43	41	263	431	799
Discordo	1	25	23	44	279	463	835
Discordo parcialmente	3	18	22	39	355	718	1.155
Concordo parcialmente	7	23	28	53	531	1.417	2.059
Concordo	5	26	21	54	586	2.201	2.893
Concordo totalmente	1	36	18	48	846	4.887	5.836
Total	17	149	155	279	2.860	10.117	13.577

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.37 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "A biblioteca possui quantidade de livros (exemplares físicos e digitais) suficiente para atender às necessidades dos estudantes e professores - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	8	0	16	47	158	229
Discordo	0	10	0	26	84	301	421
Discordo parcialmente	0	6	0	43	162	562	773
Concordo parcialmente	0	14	0	73	297	1.307	1.691
Concordo	0	8	0	117	551	2.408	3.084
Concordo totalmente	0	5	0	145	1.086	6.041	7.277
Total	0	51	0	420	2.227	10.777	13.475

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.38 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: “A instituição garante o acesso a periódicos de acordo com as demandas do curso” - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.'

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	1	1	15	48	164	229
Discordo	0	3	5	45	71	297	421
Discordo parcialmente	1	6	2	57	137	570	773
Concordo parcialmente	3	15	8	78	273	1.314	1.691
Concordo	11	14	17	156	482	2.404	3.084
Concordo totalmente	13	5	18	222	957	6.062	7.277
Total	28	44	51	573	1.968	10.811	13.475

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.39 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: “A instituição contou com biblioteca virtual ou conferiu acesso a obras disponíveis em acervos virtuais - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda.”

Coordenador	Discordo		Concordo		Concordo totalmente	Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo		
Estudiante						
Discordo totalmente	0	14	0	61	155	802
Discordo	0	6	0	51	128	647
Discordo parcialmente	0	6	0	36	157	838
Concordo parcialmente	0	9	0	60	286	1.667
Concordo	0	5	0	65	391	2.451
Concordo totalmente	0	8	0	90	953	6.155
Total	0	48	0	363	2.070	12.560

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.40 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "As atividades acadêmicas desenvolvidas dentro e fora da sala de aula possibilitam reflexão, convivência e respeito à diversidade - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	0	0	0	0	15	199	214
Discordo	0	0	0	2	28	335	365
Discordo parcialmente	0	0	0	8	43	707	758
Concordo parcialmente	0	0	0	16	109	1.767	1.892
Concordo	0	0	0	23	166	3.072	3.261
Concordo totalmente	0	0	0	31	383	6.583	6.997
Total	0	0	0	80	744	12.663	13.487

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.41 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "A instituição promove com regularidade atividades de cultura, de lazer e de interação social - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	2	0	3	41	124	528	698
Discordo	1	0	1	40	165	657	864
Discordo parcialmente	4	0	3	49	205	944	1.205
Concordo parcialmente	6	0	1	78	341	1.729	2.155
Concordo	7	0	3	72	337	2.398	2.817
Concordo totalmente	3	0	3	147	602	4.911	5.666
Total	23	0	14	427	1.774	11.167	13.405

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

Tabela IV.42 - Distribuição das respostas dos coordenares e estudantes à questão: "A instituição dispõe de refeitório, cantina e banheiros em condições adequadas que atendem às necessidades dos seus usuários - Enade/2015 – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda."

Coordenador	Discordo			Concordo			Total
	Discordo totalmente	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo totalmente			
Estudante							
Discordo totalmente	8	14	66	13	118	270	489
Discordo	6	14	28	22	183	380	633
Discordo parcialmente	1	8	44	22	231	683	989
Concordo parcialmente	3	13	34	33	391	1.284	1.758
Concordo	2	10	49	29	492	2.148	2.730
Concordo totalmente	2	2	54	48	841	6.061	7.008
Total	22	61	275	167	2.256	10.826	13.607

Fonte: MEC/Inep/Daes - Enade/2015

ANEXO V – QUESTIONÁRIO DO ESTUDANTE

QUESTIONÁRIO DO ESTUDANTE 2015

Caro (a) estudante,

Este questionário constitui um instrumento importante para compor o perfil socioeconômico e acadêmico dos participantes do ENADE e uma oportunidade para você avaliar diversos aspectos do seu curso e formação.

Sua contribuição é extremamente relevante para melhor conhecermos como se constrói a qualidade da educação superior no país. As respostas às questões serão analisadas em conjunto, preservando o sigilo da identidade dos participantes.

Para responder, basta clicar sobre a alternativa desejada. No final de cada página, ao pressionar um dos botões “Próximo” ou “Anterior”, o sistema gravará a resposta no banco de dados, que poderá ser modificado a qualquer tempo. O questionário será enviado ao Inep apenas quando, na última página, for acionado o botão “Finalizar”, indicando o preenchimento total do questionário. Ao final, será possível visualizar seu local e horário da prova.

Agradecemos a sua colaboração!

1. Qual o seu estado civil?
A ☐ Solteiro(a).
B ☐ Casado(a).
C ☐ Separado(a) judicialmente/divorciado(a).
D ☐ Viúvo(a).
E ☐ Outro.
2. Como você se considera?
A ☐ Branco(a).
B ☐ Negro(a).
C ☐ Pardo(a)/mulato(a).
D ☐ Amarelo(a) (de origem oriental).
E ☐ Indígena ou de origem indígena.
3. Qual a sua nacionalidade?
A ☐ Brasileira.
B ☐ Brasileira naturalizada.
C ☐ Estrangeira.
4. Até que etapa de escolarização seu pai concluiu?
A ☐ Nenhuma.
B ☐ Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série).
C ☐ Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série).
D ☐ Ensino Médio.
E ☐ Ensino Superior - Graduação.
F ☐ Pós-graduação.
5. Até que etapa de escolarização sua mãe concluiu?
A ☐ Nenhuma.
B ☐ Ensino fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série).
C ☐ Ensino fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série).

- D () Ensino médio.
E () Ensino Superior - Graduação.
F () Pós-graduação.
6. Onde e com quem você mora atualmente?
A () Em casa ou apartamento, sozinho.
B () Em casa ou apartamento, com pais e/ou parentes.
C () Em casa ou apartamento, com cônjuge e/ou filhos.
D () Em casa ou apartamento, com outras pessoas (incluindo república).
E () Em alojamento universitário da própria instituição.
F () Em outros tipos de habitação individual ou coletiva (hotel, hospedaria, pensão ou outro).
7. Quantas pessoas da sua família moram com você? Considere seus pais, irmãos, cônjuge, filhos e outros parentes que moram na mesma casa com você.
A () Nenhuma.
B () Uma.
C () Duas.
D () Três.
E () Quatro.
F () Cinco.
G () Seis.
H () Sete ou mais.
8. Qual a renda total de sua família, incluindo seus rendimentos?
A () Até 1,5 salário mínimo (até R\$ 1.086,00).
B () De 1,5 a 3 salários mínimos (R\$ 1.086,01 a R\$ 2.172,00).
C () De 3 a 4,5 salários mínimos (R\$ 2.172,01 a R\$ 3.258,00).
D () De 4,5 a 6 salários mínimos (R\$ 3.258,01 a R\$ 4.344,00).
E () De 6 a 10 salários mínimos (R\$ 4.344,01 a R\$ 7.240,00).
F () De 10 a 30 salários mínimos (R\$ 7.240,01 a R\$ 21.720,00).
G () Acima de 30 salários mínimos (mais de R\$ 21.720,01).
9. Qual alternativa a seguir melhor descreve sua situação financeira (incluindo bolsas)?
A () Não tenho renda e meus gastos são financiados por programas governamentais.
B () Não tenho renda e meus gastos são financiados pela minha família ou por outras pessoas.
C () Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos.
D () Tenho renda e não preciso de ajuda para financiar meus gastos.
E () Tenho renda e contribuo com o sustento da família.
F () Sou o principal responsável pelo sustento da família.
10. Qual alternativa a seguir melhor descreve sua situação de trabalho (exceto estágio ou bolsas)?
A () Não estou trabalhando.
B () Trabalho eventualmente.
C () Trabalho até 20 horas semanais.
D () Trabalho de 21 a 39 horas semanais.
E () Trabalho 40 horas semanais ou mais.
11. Que tipo de bolsa de estudos ou **financiamento do curso** você recebeu para custear todas ou a maior parte das mensalidades? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração.
A () Nenhum, pois meu curso é gratuito.
B () Nenhum, embora meu curso não seja gratuito.
C () ProUni integral.
D () ProUni parcial, apenas.
E () FIES, apenas.
F () ProUni Parcial e FIES.
G () Bolsa oferecida por governo estadual, distrital ou municipal.
H () Bolsa oferecida pela própria instituição.

- I ☐ Bolsa oferecida por outra entidade (empresa, ONG, outra).
 J ☐ Financiamento oferecido pela própria instituição.
 K ☐ Financiamento bancário.
12. Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de auxílio permanência? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração.
 A ☐ Nenhum.
 B ☐ Auxílio moradia.
 C ☐ Auxílio alimentação.
 D ☐ Auxílio moradia e alimentação.
 E ☐ Auxílio Permanência.
 F ☐ Outro tipo de auxílio.
13. Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de bolsa acadêmica? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração.
 A ☐ Nenhum.
 B ☐ Bolsa de iniciação científica.
 C ☐ Bolsa de extensão.
 D ☐ Bolsa de monitoria/tutoria.
 E ☐ Bolsa PET.
 F ☐ Outro tipo de bolsa acadêmica.
14. Durante o curso de graduação você participou de programas e/ou atividades curriculares no exterior?
 A ☐ Não participei.
 B ☐ Sim, Programa Ciência sem Fronteiras.
 C ☐ Sim, programa de intercâmbio financiado pelo Governo Federal (Marca; Brafitec; PLI; outro).
 D ☐ Sim, programa de intercâmbio financiado pelo Governo Estadual.
 E ☐ Sim, programa de intercâmbio da minha instituição.
 F ☐ Sim, outro intercâmbio não institucional.
15. Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?
 A ☐ Não.
 B ☐ Sim, por critério étnico-racial.
 C ☐ Sim, por critério de renda.
 D ☐ Sim, por ter estudado em escola pública ou particular com bolsa de estudos.
 E ☐ Sim, por sistema que combina dois ou mais critérios anteriores.
 F ☐ Sim, por sistema diferente dos anteriores.
16. Em que unidade da Federação você concluiu o ensino médio?

☐ AC	☐ DF	☐ MT	☐ RJ	☐ SE
☐ AL	☐ ES	☐ PA	☐ RN	☐ SP
☐ AM	☐ GO	☐ PB	☐ RO	☐ TO
☐ AP	☐ MA	☐ PE	☐ RR	☐ Não se aplica
☐ BA	☐ MG	☐ PI	☐ RS	
☐ CE	☐ MS	☐ PR	☐ SC	
17. Em que tipo de escola você cursou o ensino médio?
 A ☐ Todo em escola pública.
 B ☐ Todo em escola privada (particular).
 C ☐ Todo no exterior.
 D ☐ A maior parte em escola pública.
 E ☐ A maior parte em escola privada (particular).
 F ☐ Parte no Brasil e parte no exterior.
18. Qual modalidade de ensino médio você concluiu?
 A ☐ Ensino médio tradicional.
 B ☐ Profissionalizante técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro).

- C () Profissionalizante magistério (Curso Normal).
D () Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo.
E () Outra modalidade.
19. Quem lhe deu maior incentivo para cursar a graduação?
A () Ninguém.
B () Pais.
C () Outros membros da família que não os pais.
D () Professores.
E () Líder ou representante religioso.
F () Colegas/Amigos.
G () Outras pessoas.
20. Algum dos grupos abaixo foi determinante para você enfrentar dificuldades durante seu curso superior e concluí-lo?
A () Não tive dificuldade.
B () Não recebi apoio para enfrentar dificuldades.
C () Pais.
D () Avós.
E () Irmãos, primos ou tios.
F () Líder ou representante religioso.
G () Colegas de curso ou amigos.
H () Professores do curso.
I () Profissionais do serviço de apoio ao estudante da IES.
J () Colegas de trabalho.
K () Outro grupo.
21. Alguém em sua família concluiu um curso superior?
A () Sim.
B () Não.
22. Excetuando-se os livros indicados na bibliografia do seu curso, quantos livros você leu neste ano?
A () Nenhum.
B () Um ou dois.
C () De três a cinco.
D () De seis a oito.
E () Mais de oito.
23. Quantas horas por semana, aproximadamente, você dedicou aos estudos, excetuando as horas de aula?
A () Nenhuma, apenas assisto às aulas.
B () De uma a três.
C () De quatro a sete.
D () De oito a doze.
E () Mais de doze.
24. Você teve oportunidade de aprendizado de idioma estrangeiro na Instituição?
A () Sim, somente na modalidade presencial.
B () Sim, somente na modalidade semipresencial.
C () Sim, parte na modalidade presencial e parte na modalidade semipresencial.
D () Sim, na modalidade a distância.
E () Não.
25. Qual o principal motivo para você ter escolhido este curso?
A () Inserção no mercado de trabalho.
B () Influência familiar.
C () Valorização profissional.
D () Prestígio Social.

- E () Vocação.
- F () Oferecido na modalidade a distância.
- G () Baixa concorrência para ingresso.
- H () Outro motivo.

26. Qual a principal razão para você ter escolhido a sua institui o de educa o superior?

- A () Gratuidade.
- B () Preço da mensalidade.
- C () Proximidade da minha residência.
- D () Proximidade do meu trabalho.
- E () Facilidade de acesso.
- F () Qualidade/reputa o.
- G () Foi a única onde tive aprova o.
- H () Possibilidade de ter bolsa de estudo.
- I () Outro motivo.

A seguir, leia cuidadosamente cada assertiva e indique seu grau de concordância com cada uma delas, segundo a **escala** que varia de **1 (discordância total)** a **6 (concordância total)**. Caso você julgue não ter elementos para avaliar a assertiva, assinale a opção “Não sei responder” e, quando considerar não pertinente ao seu curso, assinale “Não se aplica”.

ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA/INFRAESTRUTURA E INSTALAÇÕES FÍSICAS/OPORTUNIDADES DE AMPLIAÇÃO DA FORMAÇÃO ACADÊMICA E PROFISSIONAL	1 ☐ Discordo Totalmente	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐ Concordo Totalmente	
27. As disciplinas cursadas contribuíram para sua formação integral, como cidadão e profissional.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
28. Os conteúdos abordados nas disciplinas do curso favoreceram sua atuação em estágios ou em atividades de iniciação profissional.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
29. As metodologias de ensino utilizadas no curso desafiaram você a aprofundar conhecimentos e desenvolver competências reflexivas e críticas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
30. O curso propiciou experiências de aprendizagem inovadoras.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
31. O curso contribuiu para o desenvolvimento da sua consciência ética para o exercício profissional.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
32. No curso você teve oportunidade de aprender a trabalhar em equipe.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
33. O curso possibilitou aumentar sua capacidade de reflexão e argumentação.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
34. O curso promoveu o desenvolvimento da sua capacidade de pensar criticamente, analisar e refletir sobre soluções para problemas da sociedade.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
35. O curso contribuiu para você ampliar sua capacidade de comunicação nas formas oral e escrita.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
36. O curso contribuiu para o desenvolvimento da sua capacidade de aprender e atualizar-se permanentemente.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
37. As relações professor-aluno ao longo do curso estimularam você a estudar e aprender.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
38. Os planos de ensino apresentados pelos professores contribuíram para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e para seus estudos.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica

39. As referências bibliográficas indicadas pelos professores nos planos de ensino contribuíram para seus estudos e aprendizagens.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
40. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes superarem dificuldades relacionadas ao processo de formação.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
41. A coordenação do curso esteve disponível para orientação acadêmica dos estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
42. O curso exigiu de você organização e dedicação frequente aos estudos.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
43. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
44. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimularam a investigação acadêmica.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
45. O curso ofereceu condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
46. A instituição ofereceu oportunidades para os estudantes atuarem como representantes em órgãos colegiados.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
47. O curso favoreceu a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
48. As atividades práticas foram suficientes para relacionar os conteúdos do curso com a prática, contribuindo para sua formação profissional.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
49. O curso propiciou acesso a conhecimentos atualizados e/ou contemporâneos em sua área de formação.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
50. O estágio supervisionado proporcionou experiências diversificadas para a sua formação.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
51. As atividades realizadas durante seu trabalho de conclusão de curso contribuíram para qualificar sua formação profissional	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
52. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no país.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
53. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios fora do país.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica

54. Os estudantes participaram de avaliações periódicas do curso (disciplinas, atuação dos professores, infraestrutura).	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
55. As avaliações da aprendizagem realizadas durante o curso foram compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados pelos professores.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
56. Os professores apresentaram disponibilidade para atender os estudantes fora do horário das aulas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
57. Os professores demonstraram domínio dos conteúdos abordados nas disciplinas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
58. Os professores utilizaram tecnologias da informação e comunicação (TICs) como estratégia de ensino (projektor multimídia, laboratório de informática, ambiente virtual de aprendizagem).	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
59. A instituição dispôs de quantidade suficiente de funcionários para o apoio administrativo e acadêmico.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
60. O curso disponibilizou monitores ou tutores para auxiliar os estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
61. As condições de infraestrutura das salas de aula foram adequadas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
62. Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas foram adequados para a quantidade de estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
63. Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas foram adequados ao curso.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
64. A biblioteca dispôs das referências bibliográficas que os estudantes necessitaram.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
65. A instituição contou com biblioteca virtual ou conferiu acesso a obras disponíveis em acervos virtuais.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
66. As atividades acadêmicas desenvolvidas dentro e fora da sala de aula possibilitaram reflexão, convivência e respeito à diversidade.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
67. A instituição promoveu atividades de cultura, de lazer e de interação social.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
68. A instituição dispôs de refeitório, cantina e banheiros em condições adequadas que atenderam as necessidades dos seus usuários.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica

ANEXO VI – QUESTIONÁRIO DO COORDENADOR DE CURSO

QUESTIONÁRIO DO COORDENADOR DE CURSO

Caro(a) Coordenador(a),

O Inep vem buscando aprimorar a busca de informações quanto à dinâmica de funcionamento dos cursos de graduação no Brasil. Sugerimos que seu preenchimento seja feito com a participação do Núcleo Docente Estruturante (NDE) e também, no caso de recente troca de gestão, com a contribuição do Coordenador anterior.

Os resultados serão analisados em conjunto com outros dados considerados relevantes, a serem apresentados no Relatório de Área do ENADE e, é importante destacar, preservando-se o sigilo da identidade dos respondentes. Tendo isso em vista e considerando a importância da percepção dos gestores – coordenador e NDE – para a construção da qualidade da educação superior no país, solicitamos resposta sem receios o questionário a seguir.

Agradecemos sua valiosa colaboração.

1. Sexo:
A ☐ Masculino.
B ☐ Feminino.

2. Idade: _____ (anos completos).
Menos de 25
25 a 30
31 a 35
36 a 40
41 a 45
46 a 50
51 a 55
56 a 60
Mais de 61

3. Como você se considera?
A ☐ Branco(a).
B ☐ Negro(a).
C ☐ Pardo(a)/mulato(a).
D ☐ Amarelo(a) (de origem oriental).
E ☐ Indígena ou de origem indígena.

4. Qual a sua nacionalidade?
A ☐ Brasileira.
B ☐ Brasileira naturalizada.
C ☐ Estrangeira.

5. Qual a remuneração/gratificação recebida **exclusivamente** para exercer a função de coordenador de curso?
- A ☐ Nenhuma.
- B ☐ Até 1,5 salário mínimo (R\$ 1.086,00).
- C ☐ De 1,5 a 3 salários mínimos (de R\$ 1.086,01 a R\$ 2.172,00).
- D ☐ De 3 a 6 salários mínimos (R\$ 2.172,01 a R\$ 4.344,00).
- E ☐ De 6 a 8 salários mínimos (R\$ 4.344,01 a R\$ 5.792,00).
- F ☐ De 8 a 10 salários mínimos (R\$ 5.792,01 a R\$ 7.240,00).
- G ☐ Acima de 10 (mais de R\$ 7.240,00).
6. A sua área de formação na graduação é:
- A ☐ Ciências Exatas e da Terra.
- B ☐ Ciências Biológicas.
- C ☐ Engenharias.
- D ☐ Ciências da Saúde.
- E ☐ Ciências Agrárias.
- F ☐ Ciências Sociais Aplicadas.
- G ☐ Ciências Humanas.
- H ☐ Linguística, Letras e Artes.
- I ☐ Outras.
7. Você possui pós-graduação? (indique o nível mais alto alcançado até o momento)
- A ☐ Não possui.
- B ☐ Especialização.
- C ☐ Mestrado.
- D ☐ Doutorado.
- E ☐ Programa de Pós-Doutorado.
8. No caso de possuir pós-graduação, o nível mais alto foi obtido:
- A ☐ Todo no Brasil.
- B ☐ Todo no exterior.
- C ☐ A maior parte no Brasil.
- D ☐ A maior parte no Exterior.
- E ☐ Metade no Brasil e Metade no exterior.
- F ☐ Não se aplica.
9. No caso de possuir pós-graduação, indique a área em que obteve o nível mais elevado:
- A ☐ Ciências Exatas e da Terra.
- B ☐ Ciências Biológicas.
- C ☐ Engenharias.
- D ☐ Ciências da Saúde.
- E ☐ Ciências Agrárias.
- F ☐ Ciências Sociais Aplicadas.
- G ☐ Ciências Humanas.
- H ☐ Linguística, Letras e Artes.
- I ☐ Outras.
- J ☐ Não se aplica.
10. Há quanto tempo atua na Educação Superior?
- Atuo há _____ ano(s). (valores de 1 a 20 anos e mais de 20 anos).
11. Há quanto tempo atua nesta IES?
- Atuo há _____ ano(s). (valores de 1 a 20 anos e mais de 20 anos).
12. Há quanto tempo atua como coordenador deste curso?
- Atuo há _____ ano (s). (valores de 1 a 20 anos e mais de 20 anos).

13. Tempo de mandato estabelecido pela IES para esta função:
_____ ano(s) . (valores de 1 a 20 anos e mais de 20 anos).
14. Qual a carga horária semanal destinada à Coordenação do curso?
- A ☐ de 0 a 10 horas.
 - B ☐ de 11 a 20 horas.
 - C ☐ de 21 a 30 horas.
 - D ☐ mais de 30 horas.
15. Já coordenou curso(s) de graduação em outra área?
- A ☐ Sim.
 - B ☐ Não.
16. Experiência anterior na coordenação de curso de graduação (nesta ou em outra IES):
Experiência de _____ ano(s). (valores de 0 a 20 anos e mais de 20 anos).
17. Coordena concomitantemente outro(s) curso(s) de graduação?
- A ☐ Não.
 - B ☐ Sim. Entre 1 e 3 cursos.
 - C ☐ Sim. Entre 4 e 6 cursos.
 - D ☐ Sim. Mais de 6 cursos.
18. O curso sob sua coordenação é
- A ☐ presencial e localizado na sede da IES.
 - B ☐ presencial e localizado fora da sede da IES.
 - C ☐ EaD e ofertado em polos de apoio presencial.
19. Tem experiência docente na Educação Básica?
- A ☐ Sim.
 - B ☐ Não.

A seguir, leia cuidadosamente cada assertiva e indique seu grau de concordância com cada uma delas, segundo a escala que varia de **1 (discordância total)** a **6 (concordância total)**. Caso você julgue não ter elementos para avaliar a assertiva, assinale a opção “Não sei responder” e, quando considerar não pertinente ao seu curso, assinale “Não se aplica”.

20. O Núcleo Docente Estruturante (NDE) acompanha continuamente a efetivação do projeto pedagógico do curso.	1 ☐ Discordo Totalmente	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐ Concordo Totalmente	() Não sei responder () Não se aplica
21. As disciplinas do curso contribuem para a formação integral, cidadã e profissional dos estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
22. Os conteúdos abordados nas disciplinas do curso favorecem a atuação dos estudantes em estágios ou em atividades de iniciação profissional.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
23. As metodologias de ensino utilizadas no curso desafiam os estudantes a aprofundar conhecimentos e a desenvolver competências reflexivas e críticas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
24. O curso propicia experiências de aprendizagem inovadoras.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
25. O curso contribui para os estudantes desenvolverem consciência ética para o exercício profissional.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
26. O curso propicia oportunidades aos estudantes para aprender a trabalhar em equipe.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
27. O curso favorece o desenvolvimento da capacidade de pensar criticamente, analisar e refletir sobre soluções para problemas da sociedade.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
28. O curso contribui para ampliar a capacidade de comunicação oral e escrita dos estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
29. O curso propicia acesso a conhecimentos atualizados e/ou contemporâneos na área de formação.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
30. O curso contribui para os estudantes desenvolverem autonomia para aprender e atualizar-se permanentemente.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica

31. As relações professor-aluno ao longo do curso estimulam o estudante a estudar e aprender.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
32. Os professores são determinantes para os estudantes superarem dificuldades durante o curso e concluí-lo.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
33. Os planos de ensino apresentados nas disciplinas contribuem para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e para os estudos dos discentes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
34. As referências bibliográficas indicadas pelos professores nos planos de ensino contribuem para os estudos e a aprendizagens dos estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
35. São oferecidas oportunidades para os estudantes superarem dificuldades relacionadas ao processo de formação.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
36. O nível de exigência do curso contribui significativamente para a dedicação aos estudos e a aprendizagem dos estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
37. A coordenação do curso tem disponibilidade de carga horária para orientação acadêmica dos estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
38. Há oferta contínua de programas, projetos ou atividades de extensão universitária para os estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
39. São oferecidas regularmente oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimulam a investigação acadêmica.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
40. São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
41. São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no país .	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
42. São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no exterior .	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
43. São oferecidas oportunidades para os estudantes atuarem como representantes em órgãos colegiados.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
44. O curso favorece a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
45. As atividades práticas são suficientes para relacionar os conteúdos do curso com a área de atuação, contribuindo para a formação profissional dos estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica

46. O estágio supervisionado proporciona aos estudantes experiências diversificadas de formação.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
47. As atividades realizadas durante o trabalho de conclusão de curso contribuem para a formação profissional dos estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
48. O curso acompanha a trajetória de seus egressos de forma sistemática.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
49. Os estudantes participam de avaliações periódicas do curso (disciplinas, atuação dos professores, infraestrutura).	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
50. As avaliações de aprendizagem realizadas durante o curso são compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados pelos professores.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
51. As avaliações aplicadas ao longo do curso contribuem para a aprendizagem dos estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
52. Os resultados dos relatórios da Comissão Própria de Avaliação (CPA) e de avaliação externa são utilizados para a melhoria das condições de oferta do curso.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
53. Os professores apresentam disponibilidade para atender os estudantes fora do horário de aula.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
54. Os professores demonstram domínio dos conteúdos abordados nas disciplinas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
55. Os professores têm as habilidades didáticas necessárias para o ensino dos conteúdos das disciplinas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
56. Os professores do curso participam regularmente de atividades acadêmicas/eventos em nível nacional e internacional.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
57. Os professores utilizaram tecnologias da informação e comunicação (TIC) como estratégia de ensino (projektor multimídia, laboratório de informática, ambiente virtual de aprendizagem).	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
58. A instituição dispõe de quantidade suficiente de servidores para o apoio administrativo e acadêmico.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
59. A instituição dispõe de servidores qualificados para dar suporte às atividades de ensino.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
60. A instituição conta com um plano de carreira que promove efetivamente a ascensão profissional dos docentes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica

61. A instituição conta com um plano de carreira que promove efetivamente a ascensão profissional dos servidores técnicos.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
62. A instituição conta com um programa ou atividades sistemáticas de formação pedagógica para os docentes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
63. A coordenação conta com o necessário apoio institucional para o desenvolvimento de suas atribuições.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
64. O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
65. As condições de infraestrutura das salas de aula são adequadas.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
66. Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas são adequados para a quantidade de estudantes.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
67. Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas são adequados ao curso.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
68. O espaço destinado ao coordenador é adequado ao trabalho de coordenação.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
69. O espaço destinado aos professores (gabinetes, sala de professores) atende as demandas dos seus usuários.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
70. A biblioteca possui quantidade de livros (exemplares físicos e digitais) suficiente para atender às necessidades dos estudantes e professores.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
71. A instituição garante o acesso a periódicos de acordo com as demandas do curso.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
72. As atividades acadêmicas desenvolvidas dentro e fora da sala de aula possibilitam reflexão, convivência e respeito à diversidade.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
73. A instituição promove com regularidade atividades de cultura, de lazer e de interação social.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica
74. A instituição dispõe de refeitório, cantina e banheiros em condições adequadas que atendem às necessidades dos seus usuários.	1 ☐	2 ☐	3 ☐	4 ☐	5 ☐	6 ☐	() Não sei responder () Não se aplica

ANEXO VII – PROVA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Novembro/2015

COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA**LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.**

1. Verifique se, além deste caderno, você recebeu o Caderno de Respostas, destinado à transcrição das respostas das questões de múltipla escolha (objetivas), das questões discursivas e do questionário de percepção da prova.
2. Confira se este caderno contém as questões discursivas (D) e de múltipla escolha (objetivas), de formação geral e do componente específico da área, e as relativas à sua percepção da prova. As questões estão assim distribuídas:

Partes	Número das questões	Peso das questões no componente	Peso dos componentes no cálculo da nota
Formação Geral/Discursivas	D1 e D2	40%	25%
Formação Geral/Objetivas	1 a 8	60%	
Componente Específico/Discursivas	D3 a D5	15%	75%
Componente Específico/Objetivas	9 a 35	85%	
Questionário de Percepção da Prova	1 a 9	—	—

3. Verifique se a prova está completa e se o seu nome está correto no Caderno de Respostas. Caso contrário, avise imediatamente um dos responsáveis pela aplicação da prova. Você deve assinar o Caderno de Respostas no espaço próprio, com caneta esferográfica de tinta preta.
4. Observe as instruções de marcação das respostas das questões de múltipla escolha (apenas uma resposta por questão), expressas no Caderno de Respostas.
5. Use caneta esferográfica de tinta preta, tanto para marcar as respostas das questões objetivas quanto para escrever as respostas das questões discursivas.
6. Responda cada questão discursiva em, no máximo, 15 linhas. Qualquer texto que ultrapasse o espaço destinado à resposta será desconsiderado.
7. Não use calculadora; não se comunique com os demais estudantes nem troque material com eles; não consulte material bibliográfico, cadernos ou anotações de qualquer espécie.
8. Você terá quatro horas para responder às questões de múltipla escolha e discursivas e ao questionário de percepção da prova.
9. Quando terminar, entregue seu Caderno de Respostas ao responsável pela aplicação da prova.
10. **Atenção!** Você deverá permanecer, no mínimo, por uma hora, na sala de aplicação das provas e só poderá levar este Caderno de Prova após decorridas três horas do início do Exame.

QUESTÃO DISCURSIVA 1



A paquistanesa Malala Yousafzai, de dezessete anos de idade, ganhou o Prêmio Nobel da Paz de 2014, pela defesa do direito de todas as meninas e mulheres de estudar. “Nossos livros e nossos lápis são nossas melhores armas. A educação é a única solução, a educação em primeiro lugar”, afirmou a jovem em seu primeiro pronunciamento público na Assembleia de Jovens, na Organização das Nações Unidas (ONU), após o atentado em que foi atingida por um tiro ao sair da escola, em 2012. Recuperada, Malala mudou-se para o Reino Unido, onde estuda e mantém o ativismo em favor da paz e da igualdade de gêneros.

Disponível em: <<http://mdemulher.abril.com.br>>.
Acesso em: 18 ago. 2015 (adaptado).

A partir dessas informações, redija um texto dissertativo sobre o significado da premiação de Malala Yousafzai na luta pela igualdade de gêneros. Em seu texto, aborde os seguintes aspectos:

- a) direito das jovens à educação formal; (valor: 5,0 pontos)
- b) relações de poder entre homens e mulheres no mundo. (valor: 5,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

QUESTÃO DISCURSIVA 2 //////////////////////////////////////

Após mais de um ano de molho, por conta de uma lei estadual que coibia sua realização no Rio de Janeiro, os bailes *funk* estão de volta. Mas a polêmica permanece: os *funkeiros* querem, agora, que o ritmo seja reconhecido como manifestação cultural. Eles sabem que têm pela frente um caminho tortuoso. “Muita gente ainda confunde *funkeiro* com traficante”, lamenta Leonardo Mota, o MC Leonardo. “Justamente porque ele tem cor que não é a branca, tem classe que não é a dominante e tem moradia que não é no asfalto.”

Disponível em: <<http://www.rhbn.com.br>>. Acesso em: 19 ago. 2015 (adaptado).

Todo sistema cultural está sempre em mudança. Entender essa dinâmica é importante para atenuar o choque entre as gerações e evitar comportamentos preconceituosos. Da mesma forma que é fundamental para a humanidade a compreensão das diferenças entre povos de culturas diferentes, é necessário entender as diferenças dentro de um mesmo sistema. Esse é o único procedimento que prepara o homem para enfrentar serenamente este constante e “admirável mundo novo” do povo.

LARAIA, R. B. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008 (adaptado).

Com base nesses excertos, redija um texto dissertativo, posicionando-se a respeito do reconhecimento do *funk* como legítima manifestação artística e cultural da sociedade brasileira. (valor: 10,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

QUESTÃO 1

A alfabetização midiática e informacional tem como proposta desenvolver a capacidade dos cidadãos de utilizar mídias, bibliotecas, arquivos e outros provedores de informação como ferramentas para a liberdade de expressão, o pluralismo, o diálogo e a tolerância intercultural, que contribuem para o debate democrático e a boa governança. Nos últimos anos, uma ferramenta de grande valia para o aprendizado, dentro e fora da sala de aula, têm sido os dispositivos móveis. Como principal meio de acesso à internet e, por conseguinte, às redes sociais, o telefone celular tem sido a ferramenta mais importante de utilização social das diferentes mídias, com apropriação de seu uso e significado, sendo, assim, uma das principais formas para o letramento digital da população. Esse letramento desenvolve-se em vários níveis, desde a simples utilização de um aplicativo de conversação com colegas até a utilização em transações financeiras nacionais e internacionais.

WILSON, C. et al. **Alfabetização midiática e informacional**: currículo para formação de professores. Brasília: UNESCO, 2013 (adaptado).

A partir dessas informações, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. Uma pessoa letrada digitalmente tem capacidade para localizar, filtrar e avaliar informação disponibilizada eletronicamente e para se comunicar com outras pessoas por meio de Tecnologias de Informação e Comunicação.

PORQUE

- II. No letramento digital, desenvolve-se a habilidade de construir sentidos a partir de textos que se conectam a outros textos, por meio de hipertextos, *links* e elementos imagéticos e sonoros.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

QUESTÃO 2

A ideia segundo a qual todo ser humano, sem distinção, merece tratamento digno corresponde a um valor moral. O pluralismo político, por exemplo, pressupõe um valor moral: os seres humanos têm o direito de ter suas opiniões, expressá-las e organizar-se em torno delas. Não se deve, portanto, obrigá-los a silenciar ou a esconder seus pontos de vista; vale dizer, são livres. Na sociedade brasileira, não é permitido agir de forma preconceituosa, presumindo a inferioridade de alguns (em razão de etnia, raça, sexo ou cor), sustentando e promovendo a desigualdade. Trata-se de um consenso mínimo, de um conjunto central de valores, indispensável à sociedade democrática: sem esse conjunto central, cai-se na anomia, entendida como ausência de regras ou como total relativização delas.

BRASIL. **Ética e Cidadania**. Brasília: MEC/SEB, 2007 (adaptado).

Com base nesse fragmento de texto, infere-se que a sociedade moderna e democrática

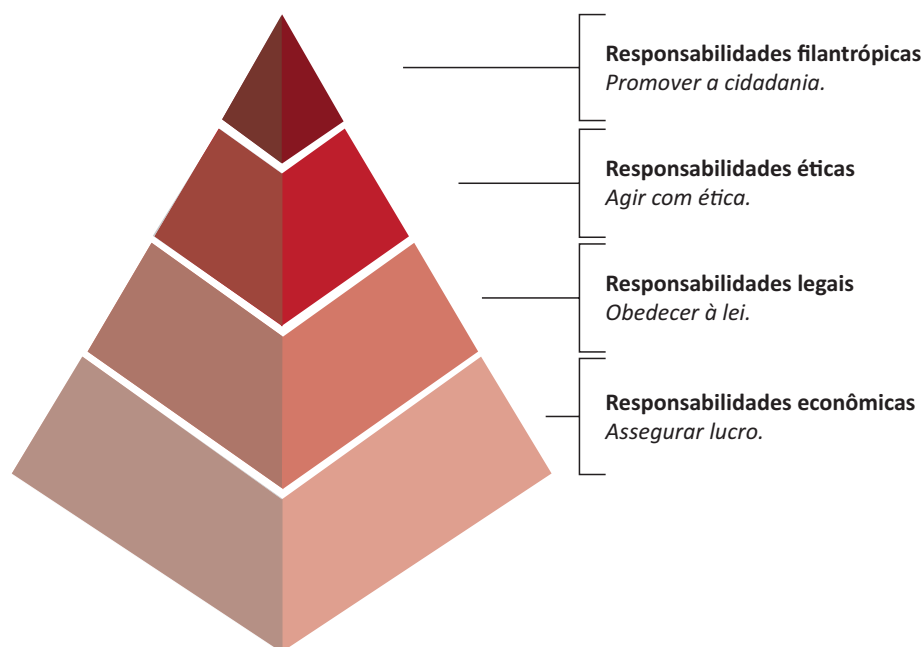
- A** promove a anomia, ao garantir os direitos de minorias étnicas, de raça, de sexo ou de cor.
- B** admite o pluralismo político, que pressupõe a promoção de algumas identidades étnicas em detrimento de outras.
- C** sustenta-se em um conjunto de valores pautados pela isonomia no tratamento dos cidadãos.
- D** apoia-se em preceitos éticos e morais que fundamentam a completa relativização de valores.
- E** adota preceitos éticos e morais incompatíveis com o pluralismo político.

ÁREA LIVRE



QUESTÃO 3

A percepção de parcela do empresariado sobre a necessidade de desenvolvimento sustentável vem gerando uma postura que se contrapõe à cultura centrada na maximização do lucro dos acionistas. A natureza global de algumas questões ambientais e de saúde, o reconhecimento da responsabilidade mundial pelo combate à pobreza, a crescente interdependência financeira e econômica e a crescente dispersão geográfica das cadeias de valor evidenciam que assuntos relevantes para uma empresa do setor privado podem ter alcance muito mais amplo que aqueles restritos à área mais imediata onde se localiza a empresa. Ilustra essa postura empresarial a pirâmide de responsabilidade social corporativa apresentada a seguir.



CARROLL, A. B. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. **Business horizons**. July-August, 1991 (adaptado).

Com relação à responsabilidade social corporativa, avalie as afirmações a seguir.

- I. A responsabilidade social pressupõe estudo de impactos potenciais e reais das decisões e atividades da organização, o que exige atenção constante às ações cotidianas regulares de uma organização.
- II. À medida que a responsabilidade econômica de uma organização diminui, a responsabilidade social corporativa aumenta e, por conseguinte, a empresa passa a agir com ética.
- III. A concessão de financiamento para atividades sociais, ambientais e econômicas é fator relevante para a redução da responsabilidade legal empresarial.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** II, apenas.
- C** I e III, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.

QUESTÃO 4

Mais de um quarto dos presos do Centro de Detenção Provisória (CDP) de Pinheiros I, na zona oeste da capital paulista, havia morado nas ruas. Há alguns anos, percebe-se progressiva mudança da população carcerária dos CDPs de São Paulo: além da tradicional parcela de acusados e condenados por crimes patrimoniais com emprego de violência ou por tráfico de drogas, passou a integrar o quadro prisional uma parcela da população sem histórico de violência, habitante, majoritariamente, das ruas do centro da cidade. Nos últimos três anos, o número de presos provenientes das ruas da região central da capital paulista aumentou significativamente; a maioria deles é presa pela prática de pequenos furtos e/ou porte de drogas. Os casos são, em geral, similares: pessoas dependentes de *crack* que vivem nas ruas e são flagradas furtando lojas ou tentando roubar transeuntes, sem o uso de armas. Como são crimes leves, os acusados poderiam aguardar a conclusão do inquérito em liberdade.

Disponível em: <<http://ibccrim.jusbrasil.com.br>>. Acesso em: 25 jul. 2015 (adaptado).

Tendo esse texto como referência e considerando a relação entre políticas públicas de segurança e realidade social nas metrópoles brasileiras, avalie as seguintes asserções e a relação proposta entre elas.

- I. A presença de policiais nas ruas das grandes cidades brasileiras atende, em geral, à solicitação de lojistas, que constantemente se queixam da presença de moradores de rua dependentes de *crack*.

PORQUE

- II. O encarceramento de moradores de rua viciados em *crack* que praticam pequenos delitos não resolve os problemas que afetam a população, como os de segurança, violência, saúde, educação e moradia.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

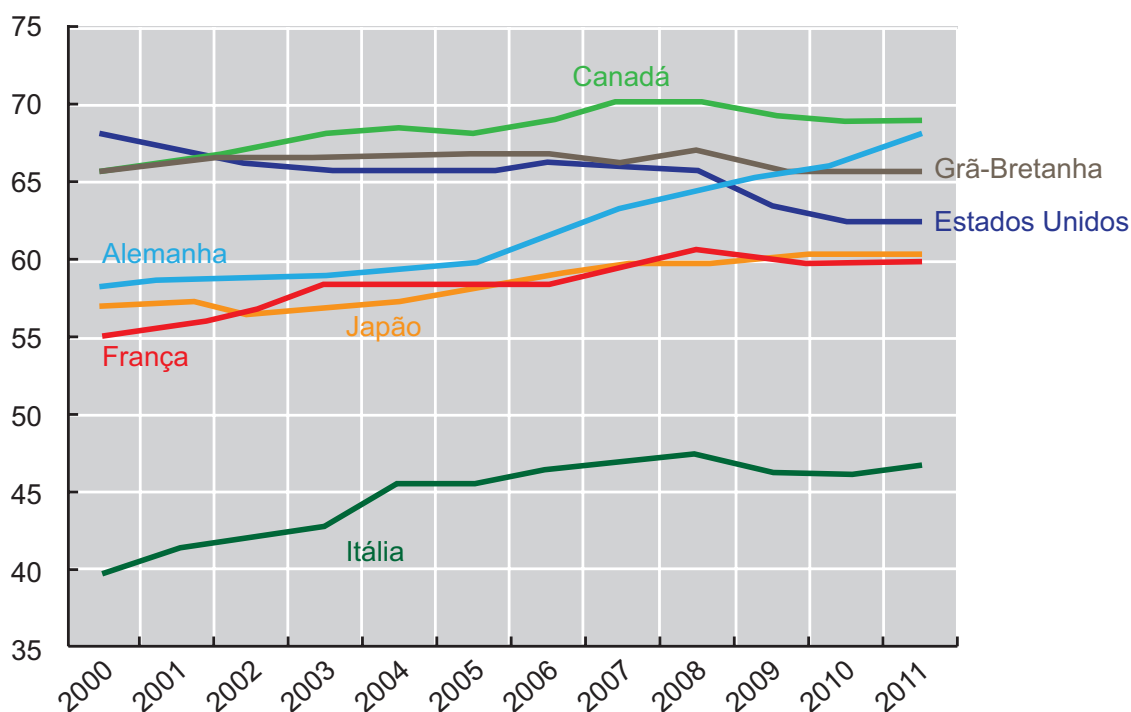
ÁREA LIVRE



QUESTÃO 5

As taxas de emprego para mulheres são afetadas diretamente por ciclos econômicos e por políticas de governo que contemplam a inclusão das mulheres no mercado de trabalho. O gráfico a seguir apresenta variações das taxas percentuais de emprego para mulheres em alguns países, no período de 2000 a 2011.

Taxa percentual de emprego para mulheres de 2000 a 2011



Disponível em: <<http://www.oecd-ilibrary.org>>. Acesso em: 19 ago. 2015 (adaptado).

Com base nesse gráfico, conclui-se que, de 2000 a 2011, a taxa de emprego para mulheres

- A** manteve-se constante na Itália.
- B** manteve-se crescente na França e no Japão.
- C** atingiu, na Grã-Bretanha, seu valor máximo em 2011.
- D** aumentou mais na Alemanha que nos demais países pesquisados.
- E** manteve-se superior a 60% no Canadá, na Alemanha e nos Estados Unidos.

ÁREA LIVRE

QUESTÃO 6

Hoje, o conceito de inclusão digital está intimamente ligado ao de inclusão social. Nesse sentido, o computador é uma ferramenta de construção e aprimoramento de conhecimento que permite acesso à educação e ao trabalho, desenvolvimento pessoal e melhor qualidade de vida.

FERREIRA, J. R. et al. Inclusão Digital. In: BRASIL. **O Futuro da Indústria de Software**: a perspectiva do Brasil. Brasília: MDIC/STI, 2004 (adaptado).

Diante do cenário *high tech* (de alta tecnologia), a inclusão digital faz-se necessária para todos. As situações rotineiras geradas pelo avanço tecnológico produzem fascínio, admiração, euforia e curiosidade em alguns, mas, em outros, provocam sentimento de impotência, ansiedade, medo e insegurança. Algumas pessoas ainda olham para a tecnologia como um mundo complicado e desconhecido. No entanto, conhecer as características da tecnologia e sua linguagem digital é importante para a inclusão na sociedade globalizada.

Nesse contexto, políticas públicas de inclusão digital devem ser norteadas por objetivos que incluam

- I. a inserção no mercado de trabalho e a geração de renda.
- II. o domínio de ferramentas de robótica e de automação.
- III. a melhoria e a facilitação de tarefas cotidianas das pessoas.
- IV. a difusão do conhecimento tecnológico.

É correto apenas o que se afirma em

- A** I e II.
B I e IV.
C II e III.
D I, III e IV.
E II, III e IV.

QUESTÃO 7

As projeções da Associação Brasileira da Indústria de Óleos Vegetais vêm indicando, para 2020, produção entre 104 milhões e 105 milhões de toneladas de soja. A área de cultivo da soja deve aumentar cerca de 6,7 milhões de hectares, chegando, em 2023, a 34,4 milhões. Isso representa um acréscimo de 24,3% na área mensurada em 2013. No Paraná, a área de cultivo de soja pode expandir-se para áreas de outras culturas e, no Mato Grosso, para pastagens degradadas e áreas novas.

Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br>>.
Acesso em: 19 ago. 2013 (adaptado).

Considerando esses dados e os impactos do agronegócio na reconfiguração do campo, avalie as afirmações a seguir.

- I. A expansão das áreas de monocultura de soja amplia a mecanização no campo e gera a migração de trabalhadores rurais para centros urbanos.
- II. A intensificação da monocultura de soja acarreta aumento da concentração da estrutura fundiária.
- III. A expansão da cultura de soja no Paraná e no Mato Grosso promoverá o avanço do plantio de outras culturas.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
B III, apenas.
C I e II, apenas.
D II e III, apenas.
E I, II e III.

ÁREA LIVRE



QUESTÃO 8



Disponível em: <<http://www.subsoloart.com>>. Acesso em: 17 jul. 2015.

Assim como o *break*, o grafite é uma forma de apropriação da cidade. Os muros cinzentos e sujos das cidades são cobertos por uma explosão de cores, personagens, linhas, traços, texturas e mensagens diferentes. O sujo e o monótono dão lugar ao colorido, à criatividade e ao protesto. No entanto, a arte de grafitar foi, por muito tempo, duramente combatida, pois era vista como ato de vandalismo e crime contra o patrimônio público ou privado, sofrendo, por causa disso, forte repressão policial. Hoje, essa situação encontra-se bastante amenizada, pois o grafite conseguiu legitimidade como arte e, como tal, tem sido reconhecido tanto por governantes quanto por proprietários de imóveis.

SOUZA, M.L.; RODRIGUES, G.B. *Planejamento urbano e ativismo social*. São Paulo: Unesp, 2004 (adaptado).

Considerando a figura acima e a temática abordada no texto, avalie as afirmações a seguir.

- I. O grafite pode ser considerado uma manifestação artística pautada pelo engajamento social, porque promove a sensibilização da população por meio não só de gravuras e grandes imagens, mas também de letras e mensagens de luta e resistência.
- II. Durante muito tempo, o grafite foi marginalizado como arte, por ser uma manifestação associada a grupos minoritários.
- III. Cada vez mais reconhecido como ação de mudança social nas cidades, o grafite humaniza a paisagem urbana ao transformá-la.

É correto o que se afirma em

- A II, apenas.
- B III, apenas.
- C I e II, apenas.
- D I e III, apenas.
- E I, II e III.

QUESTÃO DISCURSIVA 3

Os livros **A Sociedade em Rede** e **A Galáxia da Internet**, do sociólogo espanhol Manuel Castells, são referências para a discussão acerca da internet. Em uma entrevista, o autor declarou:

“Quando digo ‘a rede é a mensagem’, quero dizer que a centralidade dos novos sistemas de comunicação não está necessariamente na mensagem, em cada mensagem, mas na constante interatividade entre todas as mensagens, todos os receptores e emissores da mensagem. É a complexidade da rede que organiza múltiplas mensagens em um sistema de relação de uns com outros. Cria, assim, a metamensagem — a união de todas as mensagens por meio da interação. A rede é muito mais que um meio de comunicação. É um meio de interação pessoal, de organização, de relação à distância e um meio no qual a vida pessoal é integrada. A vida na rede não é uma vida separada da interação física. Não vivemos mais em um mundo físico ou virtual, mas num mundo híbrido. Todos estamos na rede, mas todos não estamos só na rede.”

Disponível em: <<http://epoca.globo.com>>. Acesso em: 9 jul. 2015 (adaptado).

O título do livro **A Galáxia da Internet** e a frase “a rede é a mensagem” remetem, intertextualmente, a ideias do pensador canadense Marshall McLuhan que, na década de 1960, afirmava que “o meio é a mensagem” e que, com o advento dos meios de comunicação eletrônicos, o mundo havia saído da “Galáxia de Gutenberg”.

Considerando o exposto acima, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Explique a ideia de McLuhan ao afirmar que “o meio é a mensagem”. (valor: 5,0 pontos)
- b) Discorra sobre os aspectos em que a frase de Castells “a rede é a mensagem” se distancia da ideia original de McLuhan. (valor: 5,0 pontos)

RASCUNHO

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

QUESTÃO DISCURSIVA 4 //////////////////////////////////////

O processo de atuar em mercados globais tem-se apresentado como uma alternativa para empresas que estão vivenciando grande competitividade, ou mesmo crises, em seus mercados domésticos. No entanto, embora o marketing seja universal, a implementação do composto mercadológico pode variar de país para país, dadas as diferenças políticas e de legislação e, principalmente, as diferenças econômicas e socioculturais que atuam sobre o comportamento de consumo da população. Dessa forma, mesmo que a atuação no mercado global se mostre como uma alternativa comercial interessante para empresas transnacionais, nem sempre é possível assegurar o sucesso de uma marca, produto ou serviço em outro país, visto que a garantia de sucesso exige uma visão estratégica e inovadora do profissional de marketing e de comunicação.

Considerando essa temática, explique em que medida as diferenças entre os mercados global e local podem influenciar a comunicação publicitária das marcas. (valor: 10,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

QUESTÃO DISCURSIVA 5

O Projeto de Lei nº 6.853/2010, também conhecido como Lei do *Photoshop*, torna obrigatória a informação ao público a respeito da manipulação de imagens de pessoas em peças publicitárias. De acordo com o projeto, esses anúncios deverão trazer a seguinte mensagem escrita: “Atenção: imagem retocada para alterar a aparência física da pessoa retratada.”

O responsável pelo anúncio ou pelo veículo de comunicação que descumprir a medida poderá ser punido com advertência, obrigatoriedade de esclarecimento e multa de R\$ 1,5 mil a R\$ 50 mil, cobrada em dobro na reincidência. Caberá ao Poder Executivo definir os órgãos que aplicarão as sanções.

Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br>>. Acesso em: 23 jul. 2015 (adaptado).



Disponível em: <<http://www.istoe.com.br>>. Acesso em: 23 jul. 2015 (adaptado).

A partir das fotos e das informações acerca do projeto de lei mencionado, escreva um texto dissertativo a respeito dos aspectos ético-legais a serem considerados no processo criativo. (valor: 10,0 pontos)

RASCUNHO

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

QUESTÃO 9

O desenvolvimento da internet e das tecnologias da comunicação suscitou uma série de discussões a respeito de como a rede alterou as relações sociais e as formas de construção do conhecimento. Jean Baudrillard e Pierre Lévy são dois autores de destaque na área. Os trechos a seguir foram transcritos de obras desses pensadores.

Texto 1

Há no ciberespaço a possibilidade de realmente descobrir alguma coisa? Internet apenas simula um espaço de liberdade e de descoberta. Não oferece, em verdade, mais do que um espaço fragmentado, mas convencional, onde o operador interage com elementos conhecidos, *sites* estabelecidos, códigos instituídos. Nada existe para além desses parâmetros de busca. Toda pergunta encontra-se atrelada a uma resposta preestabelecida. Encarnamos, ao mesmo tempo, a interrogação automática e a resposta automática da máquina.

BAUDRILLARD, J. **Tela total**. Campinas: Porto Alegre, 1997 (adaptado).

Texto 2

O ciberespaço abriga milhares de grupos de discussão (os *newsgroups*). O conjunto desses fóruns eletrônicos constitui a paisagem movediça das competências e das paixões, permitindo assim atingir outras pessoas, não com base no nome, no endereço geográfico ou na filiação institucional, mas segundo um mapa semântico ou subjetivo dos centros de interesse. O endereçamento por centro de interesse e a comunicação todos-todos são condições favoráveis ao desenvolvimento de processos de inteligência coletiva.

LÉVY, P. A Revolução contemporânea em matéria de comunicação. **Revista Famecos**. Porto Alegre, 2008 (adaptado).

Da leitura dos fragmentos de texto apresentados, infere-se que

- A** Lévy considera que a inteligência coletiva é construída quando a internet é controlada por centros de ensino e de pesquisa.
- B** os dois autores exaltam a rede como espaço livre e democrático de troca de informações e produção de conhecimento.
- C** os dois autores levantam problemas ocasionados pela internet na sociedade atual, como o isolamento, a automação e o enfraquecimento das relações pessoais.
- D** Baudrillard mostra uma visão crítica do ciberespaço, considerando que a rede condiciona o ser humano à mecanização da busca de perguntas e respostas, que dão a ilusão de liberdade e de conhecimento.
- E** Lévy assume posição otimista em relação ao ciberespaço, considerando-o cenário de troca de informações, que são controladas por centros emissores e disseminadas a todos os receptores passivos.

QUESTÃO 10

O debate sobre sustentabilidade, cuja gênese se situa na década de 1970, intensificou-se, abrangendo várias esferas da sociedade, e o consumo está no centro dessa discussão. Algumas empresas passaram a incorporar em suas práticas e/ou na comunicação mercadológica elementos ligados à sustentabilidade, o que foi denominado de “consumo verde” ou “marketing verde”. No entanto, nem todas as promessas correspondem a ações de fato. Alguns grupos de consumidores, cumprindo seu papel de cidadãos, monitoram e esperam uma atitude ética em toda a cadeia produtiva da empresa, e não apenas um discurso que não corresponda às práticas das organizações.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006 (adaptado).

Considerando o contexto marcado pelo debate da sustentabilidade, avalie as afirmações a seguir acerca da atividade publicitária.

- I. Para adquirir a confiança do consumidor, o anúncio deve pautar-se na coerência entre as promessas anunciadas e as práticas das empresas anunciantes.
- II. O discurso publicitário deve privilegiar o foco no preço, em detrimento ao cuidado ambiental no ciclo de vida do produto.
- III. As promessas relativas à sustentabilidade das campanhas devem pautar-se em um discurso alarmista sobre o ambiente.
- IV. Para o anúncio da sustentabilidade, é necessário haver uma clara compreensão desse conceito e de sua relação com o consumo.

É correto apenas o que se afirma em

- A** I e III.
- B** I e IV.
- C** II e III.
- D** I, II e IV.
- E** II, III e IV.

QUESTÃO 11

Uma empresa fabricante de diversos produtos químicos, entre os quais uma cola utilizada por sapateiros para montagem do solado de calçados, contratou uma agência publicitária para fazer a campanha de divulgação de um novo produto com a mesma fórmula e função da cola de sapateiro, porém com um aroma de hortelã e eucalipto, o que torna mais agradável o cheiro, embora não evite o vício e os transtornos causados por seu uso contínuo.

Nessa situação, dada a polêmica gerada na sociedade brasileira em torno da comercialização do referido produto, que é bastante consumido como droga, a agência deveria fazer a campanha de divulgação para sua comercialização?

- A** Não, pois este tipo de produto possui venda controlada e, por isso, é proibida sua divulgação.
- B** Não, porque este produto está ludibriando os consumidores ao disfarçar seu cheiro sem alterar a fórmula e seus efeitos colaterais.
- C** Sim, a agência deve produzir a campanha solicitada pelo cliente, desde que não se responsabilize por seu conteúdo.
- D** Sim, desde que se limite a produzir material de orientação à sua comercialização e embalagem, com as devidas restrições e recomendações.
- E** Sim, a agência deve atender à necessidade de comunicação do cliente, pois o responsável pelo produto é o fabricante.

ÁREA LIVRE



QUESTÃO 13

Para a divulgação da reinauguração da biblioteca de uma pinacoteca, foram criadas peças publicitárias em que palavras remetem a obras de renomados artistas e convidam o espectador a ler sobre Van Gogh, Edvard Munch, Andy Warhol e Tarsila do Amaral, por exemplo.



Disponível em: <<http://www.clubedecriacao.com.br>>.
Acesso em: 29 de jul. 2015.

Considerando a campanha descrita e ilustrada nas figuras, avalie as afirmações a seguir.

- I. O diretor de arte das peças trabalhou as palavras como imagens, na intenção de que as intervenções contribuíssem para a compreensão dos anúncios.
- II. A tipografia selecionada visa atualizar as obras de arte por meio de uma fonte contemporânea, na intenção de aumentar o interesse do público da pinacoteca pela biblioteca e pela biografia dos artistas.
- III. Os anúncios da campanha podem ser classificados como *all-type*, tipo de anúncio composto apenas por frases escritas, utilizadas com valor comunicativo igual ou superior ao de ilustrações ou fotografias.

É correto o que se afirma em

- ☐ A I, apenas.
- ☐ B II, apenas.
- ☐ C I e III, apenas.
- ☐ D II e III, apenas.
- ☐ E I, II e III.

QUESTÃO 14

A televisão é um dos melhores meios para a demonstração de um produto. São bastante comuns filmes publicitários cujos roteiros poderiam ser divididos em três partes: a inicial cria a situação de uso do produto, a segunda parte corresponde à demonstração do produto e a terceira corresponde ao final, com o consumidor satisfeito e o produto em destaque.

FIGUEIREDO, C. **Redação Publicitária**: sedução pela palavra. 2 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2014 (adaptado).

Com relação aos filmes publicitários, avalie as afirmações a seguir.

- I. O destaque do produto na última cena, por meio de um *pack-shot*, reforça no espectador a lembrança da marca e da embalagem do anunciante.
- II. A utilização do humor na representação da situação do cotidiano é uma técnica usada para aumentar a lembrança da marca pelo consumidor ao longo do tempo.
- III. A participação de celebridades no papel de apresentadores do produto anunciado tende a capturar a atenção dos espectadores e a fixar a boa imagem da marca, desde que o perfil escolhido tenha relação com o produto.

É correto o que se afirma em

- ☐ A I, apenas.
- ☐ B III, apenas.
- ☐ C I e II, apenas.
- ☐ D II e III, apenas.
- ☐ E I, II e III.

ÁREA LIVRE

QUESTÃO 15 //////////////////////////////////////



**EU ADORO
ESTES NOSSOS
MOMENTOS
EM FAMÍLIA...**

Disponível em: <<http://www.irbianchi.com>>. Acesso em: 15 jul. 2015.

O termo [ciberespaço] especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. O neologismo “cibercultura” especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999 (adaptado).

Considerando a charge e o texto acima, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. A charge expõe um aspecto da cibercultura e compartilha com o texto a visão otimista em relação ao desenvolvimento das tecnologias da comunicação.

PORQUE

- II. O crescimento do ciberespaço possibilita a virtualização, que implica uma realidade desterritorializada e altera os comportamentos pessoais, o que está de acordo com os pressupostos de Levy.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

QUESTÃO 16

O campo de estudos e das práticas publicitárias, através de conceitos como *storytelling*, *buzz marketing*, entre outros, dá indícios de que vivemos em um momento de transformação da publicidade, tal qual a conhecíamos. As grandes transformações publicitárias não são exatamente em relação a formatos, mas em relação às formas de diálogo, ao caráter das interlocuções, ao contrato comunicacional que as manifestações publicitárias apresentam. Faremos uma leitura da publicidade e da publicização por meio da apropriação do mapa das mediações, proposto por Jesús Martín-Barbero.



MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

No eixo diacrônico do esquema, o autor propõe um percurso que parte das matrizes culturais para os formatos industriais. Por meio desse eixo, temos a possibilidade de discutir as transformações históricas para as produções discursivas associadas às práticas de consumo, até encontrar a leitura contemporânea da publicidade como um formato associado à mídia em sentido estrito. Em pesquisas recentes, defendemos o conceito de publicização para identificar modos de comunicação que têm como pano de fundo o caráter comercial, de vinculação de consumidores a marcas, a mercadorias, a corporações, sem que assuma diretamente a dimensão pragmática do apelo à aquisição de produtos, ou que dissemine essa função em níveis de interlocução e contratos comunicacionais de outro plano.

CASAQUI, V. Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário. **Significação**. v. 38, n. 36, 2011 (adaptado).

O texto discute os reflexos das transformações das linguagens e tecnologias da comunicação no campo das práticas publicitárias e da pesquisa em comunicação. Acerca dessas transformações, é correto afirmar que

- A** os profissionais e teóricos da área de publicidade preocupam-se, a partir da ideia da publicização, mais com os formatos que com os diálogos, visto que estes são os principais responsáveis pelos contratos comunicacionais.
- B** a teoria apresentada serve para a reflexão das mudanças nas práticas de mercado a partir do mapa das mediações, observadas as transformações da publicidade, que passa, no momento atual, a preocupar-se mais com a vinculação de consumidores com as marcas que com a aquisição de produtos.
- C** conceitos como *storytelling* e *buzz marketing* são matrizes culturais superadas no modelo das mediações, devendo ser deixados de lado quando se pensa na publicização como um modo de comunicação que prioriza a vinculação dos consumidores com as marcas anunciantes.
- D** a publicização é uma forma de promover o consumo e seu objetivo é potencializar as especificidades dos meios, priorizando sua estrutura em detrimento das interlocuções e focando mais nos aspectos técnicos dos dispositivos comunicacionais que na mensagem a ser transmitida.
- E** o eixo diacrônico do mapa das mediações parte de matrizes culturais rumo a formatos industriais e propõe a publicização como algo estrito às mídias de massa e ao seu caráter linear de comunicação, com base no modelo informacional emissor-receptor.

QUESTÃO 18

A quantidade de informações que uma pessoa recebe todos os dias é tamanha que a mente é obrigada a selecionar apenas o que realmente interessa. É um processo de seleção. Daí a definição: posicionamento é aquilo que as pessoas retêm em suas mentes, a respeito de determinada empresa, produto ou pessoa.

LUPETTI, M. **Planejamento de comunicação**. 3 ed. São Paulo: Futura, 2003 (adaptado).

Com relação a esse tema, avalie as afirmações a seguir.

- I. Ao se trabalhar a estratégia de posicionamento/reposicionamento, deve-se ter em mente que as pessoas não compram produtos, compram solução para algum problema que têm. A marca deve ser associada a uma palavra na mente do consumidor que vai selecionar as informações que combinem com a necessidade de determinado momento.
- II. Quando se consegue associar uma palavra à marca de determinado produto, dificilmente essa palavra poderá ser utilizada pelo concorrente, pois é muito difícil enfrentar um líder de mercado. Uma estratégia eficiente para tal enfrentamento seria criar uma nova categoria e se colocar como a principal referência.
- III. A consolidação de uma estratégia de posicionamento de marca é imediata. As respostas aparecem com muita velocidade, o que dispensa a necessidade de reiterar a mensagem a médio e longo prazos.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.

QUESTÃO 19

A atenção ao *briefing* de criação é fundamental para que o redator publicitário desenvolva sua atividade com sucesso. A partir dele, será montada a estratégia de criação que deve orientar a formulação dos elementos verbais que vão figurar nos anúncios consequentes.

HOFF, T.; GABRIELLI, L. **Redação publicitária**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004 (adaptado).

A partir do exposto no texto acima, avalie as afirmações a seguir, a respeito da referida etapa do trabalho de redação publicitária.

- I. A determinação da “promessa básica” (*unique selling proposition*) refere-se à identificação do diferencial do produto ou serviço que será anunciado.
- II. A “imagem desejada” está ligada à expectativa de percepção do público-alvo em relação aos objetivos de posicionamento do produto anunciado.
- III. A “justificativa” (*reason why*) trata das promessas secundárias que devem estar presentes nos textos dos anúncios.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.

ÁREA LIVRE



QUESTÃO 20 //////////////////////////////////////

A promessa do ROI (*return on investment*, ou retorno sobre investimento) de marketing não é justificar o passado. É transformar o trabalho no futuro.

Nesse cenário conturbado, frequentemente recebo ligações de CMOs (*chief marketing officer*, em inglês, ou diretor de marketing) que querem falar sobre o ROI do marketing. Quando começa a primeira reunião, muitas vezes ouço a seguinte frase: “Preciso de um estudo de ROI para mostrar à companhia que a nossa verba de marketing traz retorno.” É neste momento que explico que o conceito de ROI não é uma forma de justificar o que se fez no passado, e, sim, uma oportunidade de aumentar fundamentalmente a assertividade dos investimentos futuros.

Por fim, é fundamental instilar uma “atitude de ROI” na equipe para aumentar a eficiência do trabalho. Por exemplo, percebemos essa necessidade em um projeto com um dos maiores anunciantes do Brasil, no qual a interface com a agência de publicidade era uma fonte inesgotável de desperdícios: os *briefings* e SLAs (*service level agreement* em inglês, ou contratos entre fornecedor e comprador, especificando-se em termos mensuráveis o que o fornecedor vai prestar) eram frágeis, o que implicava retrabalho e descumprimento de prazo; a agência não tinha um formato único para apresentar projetos de mídia, o que dificultava a tomada de decisões; e o marketing não sabia traduzir a estratégia da empresa em orientações concretas para a agência, o que implicava frequentes desalinhamentos — como, por exemplo, investimentos em praças que não eram prioritárias para o anunciante. A solução não foi uma ação única, tendo passado por um trabalho árduo de redesenho dos processos, das rotinas de trabalho e das competências necessárias na equipe.

GANS, E. Do que estamos falando quando falamos de ROI. **Meio & Mensagem**. ed. 1655, 2015 (adaptado).

A partir do texto, avalie as afirmações a seguir.

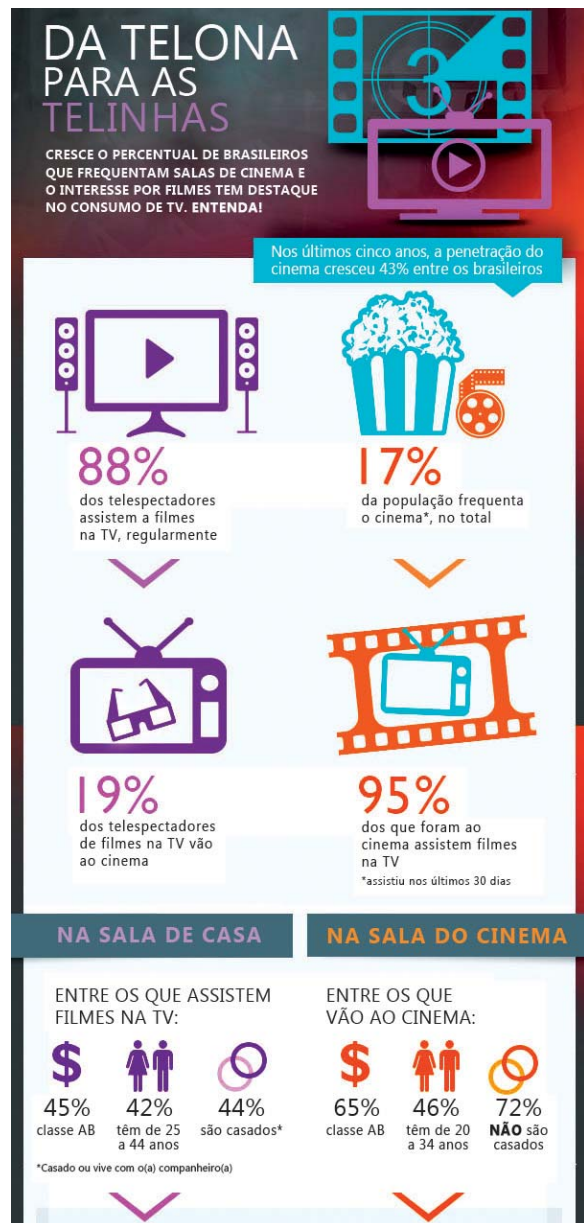
- I. O ROI continua sendo um parâmetro para avaliar a eficiência e mensuração de resultados de campanha.
- II. A avaliação dos resultados de campanha deve passar por avaliações quantitativas e qualitativas.
- III. Uma avaliação eficiente da comunicação de uma empresa, feita pelo departamento de marketing, deve levar em consideração tanto os processos e procedimentos da própria empresa quanto os da agência envolvida.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II e III.



QUESTÃO 21



Disponível em: <<http://www.ibope.com.br>>. Acesso em: 18 jul. 2015.

De acordo com as informações apresentadas no infográfico, infere-se que

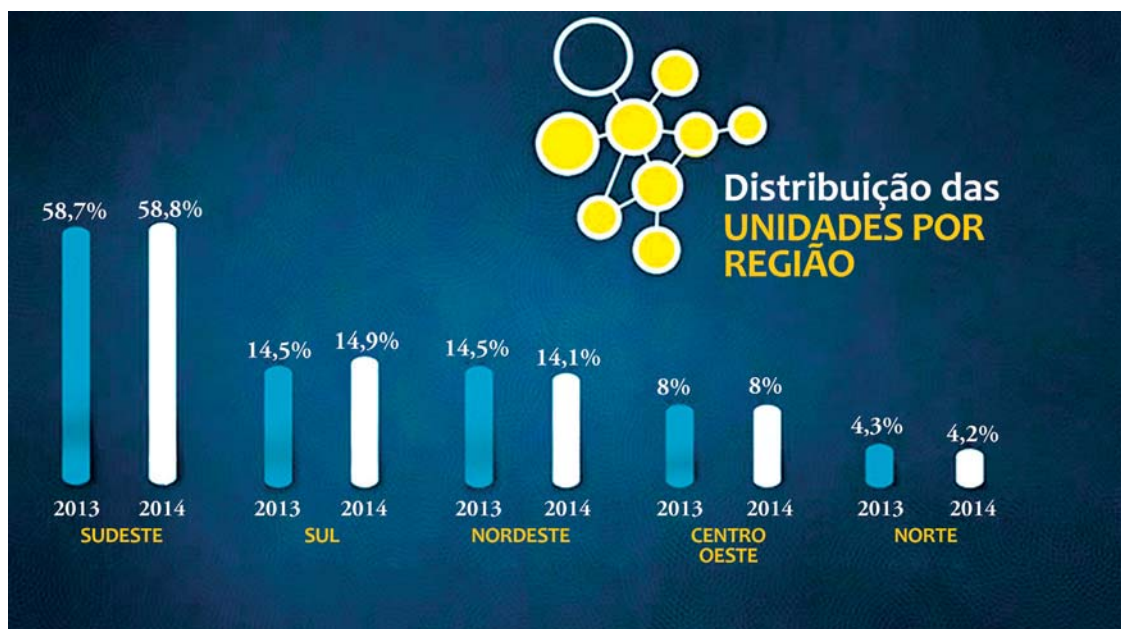
- A** as pessoas assistem a mais filmes policiais e de ficção científica na sala de cinema que na TV.
- B** a penetração do cinema cresceu 43% nos últimos cinco anos, assim como o consumo de filmes pela TV.
- C** os investimentos publicitários alocados ao cinema nos últimos anos decresceram, enquanto na TV houve crescimento elevado.
- D** o número de telespectadores de filmes na TV que frequentam sala de cinema é maior que o número de pessoas que vão ao cinema e que também assistem a filmes pela TV.
- E** o cinema é, em comparação com a TV, a mídia mais adequada a ações publicitárias direcionadas a jovens solteiros de uma classe social econômica elevada, considerando-se o consumo de filmes.



QUESTÃO 22

Uma empresa de chocolates estruturada no sistema de franquias, que atua na região Sudeste, ao observar a expansão de unidades de franquias pelas regiões do país, define como meta de crescimento abrir, até dezembro de 2017, vinte novas lojas na região Sul, onde ainda não possui unidades.

Considerando todos os segmentos de atuação dessa empresa, as unidades de franquias estão distribuídas entre as regiões do Brasil, conforme ilustra o gráfico a seguir.



Associação Brasileira de Franchising, 2015.

A partir das informações apresentadas, conclui-se que a estratégia de crescimento da empresa de chocolates denomina-se

- A** diversificação total.
- B** desenvolvimento de mercado.
- C** desenvolvimento de produto.
- D** diferenciação de distribuição.
- E** penetração de mercado.

ÁREA LIVRE

QUESTÃO 23

A primeira teoria da comunicação social foi fortemente influenciada pela experiência da propaganda. Obras como **A Técnica de Propaganda na Guerra Mundial, Violação das Massas e Psicologia da Propaganda** foram os primeiros estudos sérios sobre os efeitos da comunicação de massa. As obras tentavam responder a duas questões: que poder têm os meios de comunicação e qual efeito produzem nos cidadãos. A este primeiro sistema explicativo deram-se vários nomes, o mais conhecido é Teoria das Balas Mágicas.

SANTOS, J. R. **O que é Comunicação**. Lisboa: Difusão Cultural, 1992 (adaptado).

Considerando o assunto tratado no texto, avalie as afirmações a seguir.

- I. A expressão Teoria das Agulhas Hipodérmicas é outra designação dada à Teoria das Balas Mágicas, pois se acreditava que os meios de comunicação agiam como agulhas que injetavam estímulos nas veias das pessoas, de forma a provocar determinadas reações desejadas.
- II. Segundo a Teoria das Balas Mágicas, os indivíduos respondiam de forma imediata e direta aos meios de comunicação social, como em uma relação causal entre exposição à mensagem e ação. Quem lesse ou escutasse uma mensagem, passaria a atuar em favor do conteúdo consumido.
- III. De acordo com a Teoria das Balas Mágicas, os meios de comunicação estavam envolvidos em campanhas para mobilizar comportamentos, conforme os desejos de instituições poderosas. O modelo explicativo transformou-se em uma teoria da propaganda, que concebia a comunicação de massa como onipotente.

É correto o que se afirma em

- ☐ A I, apenas.
- ☐ B III, apenas.
- ☐ C I e II, apenas.
- ☐ D II e III, apenas.
- ☐ E I, II, III.

QUESTÃO 24

Em homenagem ao Dia do Motorista, comemorado em 25 de julho, foi veiculado o seguinte anúncio publicitário: “Esse. Anúncio. É. Assim. Mesmo. Com. Uma. Série. De. Pontos. Um. Atrás. Do. Outro. Porque. É. Para. Lembrar. A. Você. Que. Hoje. É. Dia. De. Homenagear. O. Motorista. De. Ônibus”.

Clube de Criação de São Paulo. **24º Anuário de Criação**. São Paulo, 1999 (adaptado).

Considerando o anúncio mencionado no texto, avalie as afirmações a seguir.

- I. A utilização da palavra “Pontos” no anúncio é realizada com o objetivo de evocar duplo sentido.
- II. No anúncio, faz-se uso de metalinguagem para explicar o processo criativo de sua produção e o emprego da pontuação.
- III. A ideia criativa do anúncio explora o uso excessivo do ponto, a fim de remeter ao percurso realizado por um motorista de ônibus, ao longo de um dia de trabalho.

É correto o que se afirma em

- ☐ A I, apenas.
- ☐ B III, apenas.
- ☐ C I e II, apenas.
- ☐ D II e III, apenas.
- ☐ E I, II e III.

ÁREA LIVRE



QUESTÃO 25

Conforme a literatura específica da área de produção gráfica, durante o processo de produção de materiais impressos utilizados em campanhas e ações publicitárias, algumas decisões de planejamento e execução são determinantes para encarecer ou baratear um projeto. Desde o início da produção — a partir do recebimento do *briefing* até a impressão nas gráficas —, uma série de decisões influencia a elaboração do orçamento.

Considerando as informações acima, assinale a opção em que é apresentada a ação que representa o custo mais elevado de orçamento para a produção gráfica de impressos.

- A** Definir um formato de impresso que tenha maior aproveitamento da matriz de papel de entrada em máquina e evite perdas.
- B** Preferir a aplicação de capa dura, visto que o tipo de material utilizado agrega valor às publicações.
- C** Escolher uma encadernação tipo canoa, também conhecida como dobra-e-grampo ou encadernação a cavalo, porque é mais simples e rápida.
- D** Decidir pela impressão em monocromia, no caso de impressão *offset*, valendo-se das retículas para se obter o meio-tom.
- E** Determinar uma tiragem pequena (abaixo de mil exemplares) e escolher o sistema de impressão digital, que tem custo unitário invariável.

ÁREA LIVRE

QUESTÃO 26

Conforme publicado na revista **Meio & Mensagem**, uma loja de departamento, em parceria com uma empresa de tecnologia da informação e uma operadora de telefonia celular, apresentou o projeto Anúncio *Like*, que permite que consumidores da marca curtam suas combinações de roupas preferidas nas revistas, sem precisar acionar algum aplicativo. A ação, desenvolvida pela empresa de publicidade XYZ, será veiculada em revista de grande circulação. Alguns dos exemplares da publicação serão equipados com uma placa eletrônica com componentes específicos e um *chip* da operadora armazenado com as informações de consumidores que tenham se cadastrado na rede social da marca e solicitado o exemplar personalizado. No anúncio, cada *look* terá um botão de *like*, que acende ao ser acionado, indicando a escolha da pessoa, além de gerar uma publicação em sua *timeline*.

Conforme se depreende da leitura do texto, o anúncio descrito

- A** coloca em questão a necessidade excessiva de exposição nas redes sociais, na sociedade contemporânea, incluindo as mídias tradicionais na discussão.
- B** apresenta três anunciantes como responsáveis pela peça publicitária, que tiveram de aumentar seus custos de veiculação em razão da crise das mídias impressas, que decorre da concorrência com as mídias digitais.
- C** aponta caminhos para o futuro da mídia impressa, diante da concorrência proporcionada pelas mídias tradicionais, para que estas voltem a apresentar crescimento e se sobreponham em relação à internet e às redes sociais.
- D** envolve o consumidor com a mensagem publicitária por meio da possibilidade de interação, mas gera resistência dos consumidores de moda, que se negam a fazer publicidade gratuita para as marcas em seus perfis nas redes sociais.
- E** demonstra atenção da marca anunciante em relação aos processos de convergência, ao integrar recursos das mídias digitais em termos de conceito e de estratégia de mídia, promovendo a interação com o cliente e associando-se a empresas de tecnologia e telecomunicações para viabilizar a ideia.



QUESTÃO 27

Em uma campanha publicitária, depois de definidos os objetivos e as metas de comunicação, o próximo passo é definir como os resultados serão avaliados. Um dos caminhos para essa verificação é a pesquisa de pós-veiculação. Medir o número de pessoas que se lembram de um anúncio é obter o índice de penetração da campanha ou a recordação da mensagem.

PÚBLIO, M. A. *Como planejar e executar uma campanha de propaganda*. São Paulo: Atlas, 2008 (adaptado).

A partir do exposto no texto acima, avalie as afirmações a seguir, a respeito dos tipos de pesquisa pós-veiculação de uma campanha publicitária e respectivas técnicas.

- I. A pesquisa de opinião consiste em levantamento feito para representar as opiniões de dada população, sendo adequada para mensuração da lembrança da marca da campanha veiculada. A técnica apropriada a esse tipo de pesquisa é a aplicação de questionários com perguntas fechadas, para facilitação da tabulação e interpretação dos dados.
- II. O estudo de caso é adequado para mensuração da lembrança da marca da campanha veiculada porque explora situações da vida real, descreve a situação do contexto em que está sendo feita a investigação e explica as variáveis causais da lembrança de um anúncio publicitário. A técnica apropriada ao estudo de caso é a realização de entrevistas com um roteiro previamente determinado.
- III. A etnografia é adequada para mensuração da lembrança da marca da campanha veiculada, pois produz um estudo analítico-descritivo das crenças, das práticas sociais e dos conhecimentos, como a lembrança de um anúncio publicitário de um grupo particular. A esse tipo de pesquisa é apropriada a técnica da observação participante, em que o observador centra sua atenção no ambiente do consumidor das mensagens, incorpora-se ao grupo como sujeito e entrevista pessoas-chaves.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** II, apenas.
- C** I e III, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II, III.

ÁREA LIVRE



QUESTÃO 28

O *merchandising* televisivo no Brasil, distintamente do tradicional *tie-in* norte americano praticado em filmes e programas de TV, adquiriu uma profissionalização junto às emissoras de TV brasileiras, em especial no que se refere ao *merchandising* em telenovela, o que fez o Brasil ser reconhecido pelo domínio dessa técnica.

TRINDADE, E. *Merchandising televisivo: tie-in*. In: PEREZ, C.; BARBOSA, I. S. S. (Org.). *Hiperpublicidade: atividades e tendências*. São Paulo: Thomson Learning, v. 1, 2008 (adaptado).

Acerca do tema tratado nesse fragmento de texto, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. Para a gestão da qualidade do *merchandising* televisivo é necessário que a agência de comunicação avalie sua adequação ao produto, serviço ou marca divulgados; sua pertinência ao programa escolhido; a adequação de quem apresenta ou testemunha a ação (seja um modelo, ator ou apresentador); a percepção de aspectos como a naturalidade das cenas em que a ação é realizada.

PORQUE

- II. A inserção do *merchandising* televisivo no planejamento de comunicação favorece a construção de uma argumentação sedutora que estabelece relação de contiguidade entre o programa que é assistido e o produto, serviço ou marca que nele são sugeridos para consumo.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

QUESTÃO 29

A Teoria dos Usos e Gratificações, entre outros aspectos, ocupa-se em explicar porque um indivíduo opta por assistir à TV, ouvir o rádio ou ler jornal. Ocupa-se, também, em compreender os fatores que levam o receptor até os meios de comunicação, aos conteúdos que escolhe e como se expõe às mensagens publicitárias.

De acordo com essa abordagem, avalie as afirmações a seguir.

- I. O receptor busca os meios de comunicação e os conteúdos que melhor atendam às suas necessidades e desejos; os motivos que o levam à escolha desses meios e conteúdos estão sujeitos a influências psicológicas, sociais, ambientais e conjunturais.
- II. A exposição aos meios de comunicação compete com outras formas de gratificação não relacionadas àqueles meios potencialmente capazes de satisfazer os mesmos motivos que levaram o indivíduo a expor-se a eles. Dito de outra forma, a exposição aos meios de comunicação é um ato intencional, não casual.
- III. A audiência é consumidora dos meios de comunicação e, potencialmente, consumidora de produtos, estando o foco de estudo voltado para o mapeamento da audiência em termos de tamanho e composição sociodemográfica, com pesquisas financiadas principalmente por anunciantes, os maiores interessados em conhecer as dimensões e a composição da audiência.

É correto o que se afirma em

- A** I, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** II e III, apenas.
- E** I, II, III.



QUESTÃO 30

Um dos aspectos que motivam a crítica social às marcas é a exploração econômica de uma mão de obra de baixo custo e mal protegida. O deslocamento da produção para países emergentes ocasionou abusos flagrantes: horários de trabalho excessivos, trabalho infantil, maus tratos, condições de trabalho degradantes. Muitas marcas escolheram claramente delegar a produção e a responsabilidade local, sem verificar se as condições mínimas de respeito e de dignidade dos trabalhadores estavam garantidas. Quando estourou o escândalo, a linha de defesa das marcas foi a de negar a responsabilidade direta dos fatos, fazendo-a recair sobre os gerentes locais, ou afirmando respeitar a legislação trabalhista do país, sem mencionar que em geral essa legislação era quase inexistente. Os movimentos de opinião pública, que chegaram a proclamar o boicote de algumas marcas, obrigaram-nas a uma atitude mais madura e mais responsável e a engajar-se em um controle mais estreito das condições de trabalho, a partir de padrões mais próximos daqueles em vigor nos países industrializados.

SEMPRINI, A. **A marca pós-moderna**: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010 (adaptado).

Considerando esse texto, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. No contexto atual, é necessário que os componentes de uma marca sejam observados em uma perspectiva ampliada e integrada, e não de maneira compartimentada ou isolada.

PORQUE

- II. Em uma sociedade em rede, midiaticizada, o erro em qualquer um dos aspectos relacionados às marcas, como, por exemplo, o seu papel social, repercute na totalidade do sistema.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

ÁREA LIVRE



QUESTÃO 31

Ao produzir uma mensagem publicitária, o anunciante procura escolher um bom discurso e uma excelente visibilidade. Um anúncio bem-feito não consegue garantir, sozinho, um bom resultado. Os consumidores precisam memorizar a mensagem contida no comercial, e são necessárias diversas exposições de um anúncio para que isso aconteça. Vale ressaltar que estamos tratando de frequência de exposição, o que é diferente de número de exposições do comercial.

Disponível em: <<http://image.temmais.com>>.
Acesso em: 7 ago. 2015 (adaptado).

A partir do assunto tratado nesse texto, é correto afirmar que frequência de exposição refere-se a (ao)

- A** coeficiente que compara a audiência do programa na população em geral com a audiência em algum segmento específico do público que deverá ser atingido.
- B** número absoluto de pessoas que uma campanha publicitária atinge por intermédio de um veículo ou por um conjunto deles, que possibilita conhecer o percentual de pessoas que uma campanha alcança.
- C** tamanho do esforço de comunicação de determinada programação, dando a dimensão daquilo que, em marketing, denomina-se de pressão de comunicação, ou seja, a intensidade com a qual o anunciante está se comunicando com o público, utilizando determinada programação.
- D** estudo do que as pessoas estão acostumadas a assistir, a ouvir, a ver ou a ler, ou seja, se refere ao hábito. É a análise quantitativa do que as pessoas declaram ter assistido, ouvido, ou lido dentro de um determinado período de tempo.
- E** número de impactos, ou seja, quantas vezes a audiência do produto anunciado é exposta à mensagem publicitária de uma campanha, sendo importante a definição e identificação do público, a escolha dos melhores conteúdos de acordo com os índices de audiência e sua afinidade com o público potencial.

QUESTÃO 32

A distribuição gratuita de prêmios a título de propaganda é uma estratégia que visa alavancar a venda de produtos e serviços ou promover marcas. Ela pode ser realizada nas seguintes modalidades: sorteio, concurso, vale-brinde e assemelhadas. Para realizar distribuição gratuita de prêmios a título de propaganda, a pessoa jurídica depende de autorização da Caixa Econômica Federal, nos termos da Lei nº 5.768, de 20/12/1971, e de decretos e portarias complementares.

A partir das informações apresentadas acima, avalie as afirmações a seguir.

- I. Para a distribuição de prêmios em razão do resultado de concurso exclusivamente cultural, artístico, desportivo ou recreativo, sem a vinculação dos contemplados à aquisição ou ao uso de qualquer bem, direito ou serviço, não há necessidade de autorização prévia da Caixa Econômica Federal.
- II. A distribuição de prêmios em medicamentos, fumos e derivados ou em bebidas alcoólicas só pode ser realizada para público maior de 18 anos e mediante a autorização da Caixa Econômica Federal.
- III. Quando todos os participantes ganham os prêmios independentemente de sorte e quando esses prêmios são iguais para todos, não há necessidade de autorização prévia da Caixa Econômica Federal para a sua distribuição.

É correto o que se afirma em

- A** II, apenas.
- B** III, apenas.
- C** I e II, apenas.
- D** I e III, apenas.
- E** I, II, III.

QUESTÃO 33

Em 1º de março de 2013, entrou em vigor a nova redação dos incisos III, IV e V do artigo 37 do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, que condena ações de *merchandising* ou publicidade indireta direcionadas a crianças. O Código determina que “o planejamento de mídia dos anúncios de produtos de que trata o inciso II levará em conta que crianças e adolescentes têm sua atenção especialmente despertada para eles. Assim, tais anúncios refletirão as restrições técnica e eticamente recomendáveis, e adotar-se-á a interpretação mais restritiva para todas as normas aqui dispostas”. A seguir estão transcritos os referidos incisos com a nova redação.

“III – Este Código condena a ação de *merchandising* ou publicidade indireta contratada que empregue crianças, elementos do universo infantil ou outros artifícios com a deliberada finalidade de captar a atenção desse público específico, qualquer que seja o veículo utilizado.

IV – Nos conteúdos segmentados, criados, produzidos ou programados especificamente para o público infantil, qualquer que seja o veículo utilizado, a publicidade de produtos e serviços destinados exclusivamente a esse público estará restrita aos intervalos e espaços comerciais.

V – Para a avaliação da conformidade das ações de *merchandising* ou publicidade indireta contratada ao disposto nesta Seção, levar-se-á em consideração que:

- a) o público-alvo a que elas são dirigidas seja adulto;
- b) o produto ou serviço não seja anunciado objetivando seu consumo por crianças;
- c) a linguagem, imagens, sons e outros artifícios nelas presentes sejam destituídos da finalidade de despertar a curiosidade ou a atenção das crianças.”

Disponível em: <<http://www.conar.org.br>>. Acesso em: 7 ago. 2015 (adaptado).

Considerando esse contexto, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. A produção de anúncios de brinquedos, jogos e outros produtos infantis poderá conter linguagem, imagens, sons e outros artifícios que captem a atenção das crianças, desde que se restrinja a intervalos e espaços comerciais.

PORQUE

- II. O código restringe apenas os anúncios feitos sob a forma de *merchandising* ou publicidade indireta que utilizem recursos que despertem a curiosidade ou a atenção das crianças.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.



ÁREA LIVRE

QUESTÃO 35

Diferentemente da apresentação de mercadorias como signos indexicais em um supermercado ou por um vendedor de rua, a publicidade de bens de consumo só pode ser feita na ausência da própria mercadoria. A sua apresentação não é possível, somente a sua representação. Informações sobre o produto têm de ser dadas por meio de signos cujos objetos (nesse caso, as mercadorias) estão longe do local da comunicação.

SANTAELLA, L.; NÖTH, W. **Estratégias semióticas da publicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2010 (adaptado).

Considerando o texto apresentado, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

- I. O meio prototípico de representação de mercadorias na mídia é o signo icônico.

PORQUE

- II. O signo icônico determina que uma coisa seja tomada como representação de uma outra coisa específica a partir de certa semelhança existente entre elas, permitindo a comunicação publicitária eficaz em relação ao que se diz e ao que se entende.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

- A** As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
- B** As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
- C** A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
- D** A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
- E** As asserções I e II são proposições falsas.

ÁREA LIVRE

QUESTIONÁRIO DE PERCEPÇÃO DA PROVA

As questões abaixo visam levantar sua opinião sobre a qualidade e a adequação da prova que você acabou de realizar.
Assinale as alternativas correspondentes à sua opinião nos espaços apropriados do Caderno de Respostas.

QUESTÃO 1 //

Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?

- A** Muito fácil.
- B** Fácil.
- C** Médio.
- D** Difícil.
- E** Muito difícil.

QUESTÃO 2 //

Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico?

- A** Muito fácil.
- B** Fácil.
- C** Médio.
- D** Difícil.
- E** Muito difícil.

QUESTÃO 3 //

Considerando a extensão da prova, em relação ao tempo total, você considera que a prova foi

- A** muito longa.
- B** longa.
- C** adequada.
- D** curta.
- E** muito curta.

QUESTÃO 4 //

Os enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos?

- A** Sim, todos.
- B** Sim, a maioria.
- C** Apenas cerca da metade.
- D** Poucos.
- E** Não, nenhum.

QUESTÃO 5 //

Os enunciados das questões da prova na parte de Componente Específico estavam claros e objetivos?

- A** Sim, todos.
- B** Sim, a maioria.
- C** Apenas cerca da metade.
- D** Poucos.
- E** Não, nenhum.

QUESTÃO 6 //

As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?

- A** Sim, até excessivas.
- B** Sim, em todas elas.
- C** Sim, na maioria delas.
- D** Sim, somente em algumas.
- E** Não, em nenhuma delas.

QUESTÃO 7 //

Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova. Qual?

- A** Desconhecimento do conteúdo.
- B** Forma diferente de abordagem do conteúdo.
- C** Espaço insuficiente para responder às questões.
- D** Falta de motivação para fazer a prova.
- E** Não tive qualquer tipo de dificuldade para responder à prova.

QUESTÃO 8 //

Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que

- A** não estudou ainda a maioria desses conteúdos.
- B** estudou alguns desses conteúdos, mas não os aprendeu.
- C** estudou a maioria desses conteúdos, mas não os aprendeu.
- D** estudou e aprendeu muitos desses conteúdos.
- E** estudou e aprendeu todos esses conteúdos.

QUESTÃO 9 //

Qual foi o tempo gasto por você para concluir a prova?

- A** Menos de uma hora.
- B** Entre uma e duas horas.
- C** Entre duas e três horas.
- D** Entre três e quatro horas.
- E** Quatro horas, e não consegui terminar.

//







ENADE 2015
EXAME NACIONAL DE DESEMPENHO DOS ESTUDANTES



**Ministério
da Educação**

**ANEXO VIII – PADRÃO DE RESPOSTA
QUESTÕES DISCURSIVAS E GABARITO
DEFINITIVO DAS QUESTÕES OBJETIVAS –
PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Formação Geral

QUESTÃO DISCURSIVA 1



A paquistanesa Malala Yousafzai, de dezessete anos de idade, ganhou o Prêmio Nobel da Paz de 2014, pela defesa do direito de todas as meninas e mulheres de estudar. “Nossos livros e nossos lápis são nossas melhores armas. A educação é a única solução, a educação em primeiro lugar”, afirmou a jovem em seu primeiro pronunciamento público na Assembleia de Jovens, na Organização das Nações Unidas (ONU), após o atentado em que foi atingida por um tiro ao sair da escola, em 2012. Recuperada, Malala mudou-se para o Reino Unido, onde estuda e mantém o ativismo em favor da paz e da igualdade de gêneros.

Disponível em: <<http://mdemulher.abril.com.br>>.
Acesso em: 18 ago. 2015 (adaptado).

A partir dessas informações, redija um texto dissertativo sobre o significado da premiação de Malala Yousafzai na luta pela igualdade de gêneros. Em seu texto, aborde os seguintes aspectos:

- a) direito das jovens à educação formal; (valor: 5,0 pontos)
- b) relações de poder entre homens e mulheres no mundo. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deve elaborar um texto dissertativo que contemple alguns dos seguintes argumentos e exemplos possíveis:

Item a:

Caminhos para condução das respostas a respeito do Direito das meninas/jovens/mulheres:

- Todo cidadão tem o direito à educação com base no texto da Constituição Brasileira;
- Direito à educação apoiado no Estatuto da Criança e do Adolescente;
- Direito à educação apoiado na Declaração dos Direitos Humanos;
- Universalização de direitos;
- Educação como ponte para o aprimoramento de ideias;
- Reflexões críticas a respeito de situações em que se observa obstáculo ao livre acesso à educação;
- Vinculação entre educação e paz social.

Item b:

Caminhos para condução das respostas a respeito das relações de poder entre homens e mulheres:

- Violência física e psicológica contra a mulher, incluindo a Lei Maria da Penha, no caso específico do Brasil;

- Tolerância/intolerância a vestimentas, trajes, comportamentos socialmente estereotipados;
- Aspectos socioculturais que impõem à mulher uma condição de submissão na sociedade, tais como: mutilação, impossibilidade de manifestar seus desejos e posicionamentos em algumas culturas, entre outros;
- Igualdade/desigualdade de gênero, por exemplo, no mercado de trabalho, em relação à desigualdade salarial;
- Ideais de Liberdade, Igualdade e Fraternidade: referência a esses ideais como possibilidade de equilibrar as relações de poder entre homens e mulheres.

QUESTÃO DISCURSIVA 2

Após mais de um ano de molho, por conta de uma lei estadual que coibia sua realização no Rio de Janeiro, os bailes *funk* estão de volta. Mas a polêmica permanece: os *funkeiros* querem, agora, que o ritmo seja reconhecido como manifestação cultural. Eles sabem que têm pela frente um caminho tortuoso. “Muita gente ainda confunde *funkeiro* com traficante”, lamenta Leonardo Mota, o MC Leonardo. “Justamente porque ele tem cor que não é a branca, tem classe que não é a dominante e tem moradia que não é no asfalto.”

Disponível em: <<http://www.rhbn.com.br>>. Acesso em: 19 ago. 2015 (adaptado).

Todo sistema cultural está sempre em mudança. Entender essa dinâmica é importante para atenuar o choque entre as gerações e evitar comportamentos preconceituosos. Da mesma forma que é fundamental para a humanidade a compreensão das diferenças entre povos de culturas diferentes, é necessário entender as diferenças dentro de um mesmo sistema. Esse é o único procedimento que prepara o homem para enfrentar serenamente este constante e “admirável mundo novo” do povo.

LARAIA, R. B. *Cultura*: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008 (adaptado).

Com base nesses excertos, redija um texto dissertativo, posicionando-se a respeito do reconhecimento do *funk* como legítima manifestação artística e cultural da sociedade brasileira. (valor: 10,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deve elaborar um texto dissertativo que aborde os seguintes aspectos:

- 1) reconhecer o caráter dinâmico da cultura, trazendo elementos dos textos 1 e 2 (padrão de resposta), e com base nesses textos posicionar-se a respeito do reconhecimento do funk como legítima manifestação artística e cultural da sociedade brasileira (enunciado da questão);
- 2) situar o funk dentro das reflexões do segundo texto (Laraia, 2008), abordando aspectos como mudança, preconceito, diferença, relações interculturais;
- 3) clareza na exposição das ideias.

Obs.: As notas serão atribuídas de acordo com o preenchimento dos critérios citados acima e considerando três correntes interpretativas que podem estar presentes nas respostas: a favor, contra e intermediária em relação ao reconhecimento do funk como legítima manifestação artística e cultural da sociedade brasileira.

QUESTÕES DISCURSIVAS 1 E 2 (FORMAÇÃO GERAL - LÍNGUA PORTUGUESA) =====

Aspectos Avaliados

a) Ortográficos

Domínio das convenções ortográficas da modalidade escrita formal da norma-padrão da Língua Portuguesa: grafia de vogais e consoantes, uso de maiúsculas e minúsculas, emprego de hífen, acentuação gráfica.

b) Textuais

Domínio de estratégias de produção textual em registro formal, adequadas ao gênero textual solicitado: estruturação interna do período, emprego de conectores para a articulação lógica e para a organização intrafrasal, interfrasal e entre parágrafos, emprego de marcas de referência lexical ou pronominal, pontuação.

c) Morfossintáticos/Vocabulares

Domínio das convenções morfossintáticas da modalidade escrita formal da norma-padrão da Língua Portuguesa: concordância nominal e verbal, regência nominal e verbal, flexão nominal e verbal; correlação entre tempos verbais, colocação pronominal. Seleção vocabular adequada ao registro formal da norma-padrão da Língua Portuguesa.

Comunicação Social – Publicidade e Propaganda

QUESTÃO DISCURSIVA 3

Os livros **A Sociedade em Rede** e **A Galáxia da Internet**, do sociólogo espanhol Manuel Castells, são referências para a discussão acerca da internet. Em uma entrevista, o autor declarou:

“Quando digo ‘a rede é a mensagem’, quero dizer que a centralidade dos novos sistemas de comunicação não está necessariamente na mensagem, em cada mensagem, mas na constante interatividade entre todas as mensagens, todos os receptores e emissores da mensagem. É a complexidade da rede que organiza múltiplas mensagens em um sistema de relação de uns com outros. Cria, assim, a metamensagem — a união de todas as mensagens por meio da interação. A rede é muito mais que um meio de comunicação. É um meio de interação pessoal, de organização, de relação à distância e um meio no qual a vida pessoal é integrada. A vida na rede não é uma vida separada da interação física. Não vivemos mais em um mundo físico ou virtual, mas num mundo híbrido. Todos estamos na rede, mas todos não estamos só na rede.”

Disponível em: <<http://epoca.globo.com>>. Acesso em: 9 jul. 2015 (adaptado).

O título do livro **A Galáxia da Internet** e a frase “a rede é a mensagem” remetem, intertextualmente, a ideias do pensador canadense Marshall McLuhan que, na década de 1960, afirmava que “o meio é a mensagem” e que, com o advento dos meios de comunicação eletrônicos, o mundo havia saído da “Galáxia de Gutenberg”.

Considerando o exposto acima, faça o que se pede nos itens a seguir.

- a) Explique a ideia de McLuhan ao afirmar que “o meio é a mensagem”. (valor: 5,0 pontos)
- b) Discorra sobre os aspectos em que a frase de Castells “a rede é a mensagem” se distancia da ideia original de McLuhan. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

a) O estudante deve redigir um texto em que mencione que McLuhan, ao dizer que o “meio é a mensagem”, considerava que a forma de transmissão condiciona a mensagem. Assim, uma mensagem televisiva, por exemplo, deveria ser, necessariamente, diferente da transmitida por um meio impresso, pois cada meio de comunicação, independente do conteúdo que veicule, já é uma mensagem por causar uma impressão e produzir efeitos no receptor. Segundo o pensador, o canal não é um elemento secundário no processo de comunicação, pois a forma de transmissão também constrói o sentido.

b) O estudante deve redigir um texto em que discorra que, segundo Castells, a rede ocupa todas as dimensões da vida social atualmente e que, esse novo espaço público se articula no cruzamento entre o virtual e o físico, sendo o mundo virtual aquele que articula o sentido. No novo sistema comunicacional, o importante é a interação das mensagens que a tecnologia permite, e não cada mensagem em si, já que a internet é híbrida e abre a possibilidade de convergência de várias possibilidades midiáticas. Na Galáxia da Internet a rede possibilita uma interatividade entre os que recebem a mensagem, sendo mais democrática do que os meios tradicionais de comunicação de massa. Assim, Castells não foca, como McLuhan, no condicionamento da mensagem pelo canal, mas as possibilidades midiáticas trazidas pela rede.

QUESTÃO DISCURSIVA 4

O processo de atuar em mercados globais tem-se apresentado como uma alternativa para empresas que estão vivenciando grande competitividade, ou mesmo crises, em seus mercados domésticos. No entanto, embora o marketing seja universal, a implementação do composto mercadológico pode variar de país para país, dadas as diferenças políticas e de legislação e, principalmente, as diferenças econômicas e socioculturais que atuam sobre o comportamento de consumo da população. Dessa forma, mesmo que a atuação no mercado global se mostre como uma alternativa comercial interessante para empresas transnacionais, nem sempre é possível assegurar o sucesso de uma marca, produto ou serviço em outro país, visto que a garantia de sucesso exige uma visão estratégica e inovadora do profissional de marketing e de comunicação.

Considerando essa temática, explique em que medida as diferenças entre os mercados global e local podem influenciar a comunicação publicitária das marcas. (valor: 10,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deve redigir um texto em que aborde a importância da marca como ativo da empresa e como valor simbólico, instrumento de conquista da lealdade do consumidor e da obtenção de vantagens competitivas. Embora o marketing seja universal, a implementação do composto mercadológico (4Ps, 4Cs, inputs/outputs etc) varia de país para país, levando-se em conta variáveis incontroláveis como políticas, legislação, questões econômicas, ações da concorrência, reações do consumidor etc. Desse modo, torna-se impossível prever o resultado de uma determinada marca em diferentes localidades. O ideal é criar marcas que possam ser fortes em todos os mercados e, para isso, é imprescindível que se estude o mercado, os concorrentes e os consumidores por meio de pesquisas de mercado estruturadas, o que possibilita que as organizações avaliem, ao aplicar o marketing global, até que ponto seus planos podem ser expandidos para outros países, sem adaptações e modificações. Além disso, é importante considerar a adaptação da linguagem e dos meios de comunicação de cada público atendido, sem perder a identidade global da marca.

QUESTÃO DISCURSIVA 5

O Projeto de Lei nº 6.853/2010, também conhecido como Lei do *Photoshop*, torna obrigatória a informação ao público a respeito da manipulação de imagens de pessoas em peças publicitárias. De acordo com o projeto, esses anúncios deverão trazer a seguinte mensagem escrita: “Atenção: imagem retocada para alterar a aparência física da pessoa retratada.”

O responsável pelo anúncio ou pelo veículo de comunicação que descumprir a medida poderá ser punido com advertência, obrigatoriedade de esclarecimento e multa de R\$ 1,5 mil a R\$ 50 mil, cobrada em dobro na reincidência. Caberá ao Poder Executivo definir os órgãos que aplicarão as sanções.

Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br>>. Acesso em: 23 jul. 2015 (adaptado).



Disponível em: <<http://www.istoe.com.br>>. Acesso em: 23 jul. 2015 (adaptado).

A partir das fotos e das informações acerca do projeto de lei mencionado, escreva um texto dissertativo a respeito dos aspectos ético-legais a serem considerados no processo criativo. (valor: 10,0 pontos)

PADRÃO DE RESPOSTA

O estudante deve redigir um texto em que:

- analise que os retoques nas imagens para garantir uma boa qualidade de impressão são recursos utilizados pelos publicitários, mas o tratamento das imagens pode ser muito criticado e essas serem julgadas como manipuladoras;
- mencione que as imagens manipuladas apresentam à sociedade um mundo diferente da realidade. Assim, o uso da legenda pode funcionar como um alerta de limites entre o mundo real e o mundo idealizado;
- aborde que o Conar, instituição que fiscaliza a ética da propaganda comercial veiculada no Brasil, garante a ética do exercício publicitário em não fazer propaganda enganosa de nenhum produto/serviço;
- aborde que o profissional de criação deve pensar na mensagem e no contexto que será veiculado, inclusive com os desdobramentos ético-legais da sua atividade e as consequências para a imagem da marca.

GABARITO DEFINITIVO DAS QUESTÕES DE MÚLTIPLA ESCOLHA

COMUNICAÇÃO SOCIAL - PUBLICIDADE E PROPAGANDA	
ITEM	GABARITO
1	A
2	C
3	A
4	B
5	D
6	D
7	C
8	E
9	D
10	B
11	D
12	C
13	C
14	E
15	D
16	B
17	D
18	C
19	C
20	E
21	E
22	B
23	E
24	E
25	B
26	E
27	A
28	A
29	C
30	A
31	E
32	D
33	A
34	B
35	C

ANEXO IX – CONCEPÇÃO E ELABORAÇÃO DAS PROVAS DO ENADE

O processo de construção das provas de cada edição do Enade tem início com a elaboração de diretrizes de prova para cada área a ser avaliada e para o componente de Formação Geral. As diretrizes de prova são elaboradas, sob orientação de servidores da Daes/Inep, pelas Comissões Assessoras do Enade (Comissão Assessora de Formação Geral e Comissões Assessoras de Área) nomeadas pela Presidência do Inep, compostas por professores de Instituições de Educação Superior (IES) públicas e privadas de todas as regiões do País.

Subsidiem a elaboração das diretrizes de prova: as Diretrizes Curriculares Nacionais dos cursos de graduação (aprovadas ou em fase de aprovação pelo Conselho Nacional de Educação), o Catálogo Nacional de Cursos Superiores de Tecnologia e outros documentos oficiais relevantes (como a legislação profissional, por exemplo). Compõem as diretrizes de prova: o perfil profissional do egresso da área, as competências e habilidades (Recursos) que devem ter sido desenvolvidas pelo egresso durante o curso e os conteúdos curriculares (Objetos de conhecimento).

A partir das diretrizes de prova, as Comissões Assessoras do Enade, sob a orientação dos servidores da Daes/Inep, articulam as características de perfil, os recursos e os objetos de conhecimento a cada um dos itens da prova, construindo a matriz de prova. Dessa maneira, cada item de prova está associado a uma característica de perfil, a um recurso e a até três objetos de conhecimento, compreendidos conforme o quadro a seguir:

CARACTERÍSTICA(S) DE PERFIL Conjunto de características do egresso do curso.
CONJUNTO DE RECURSOS Uma expansão do termo competências, que compreende a mobilização de conhecimentos, saberes, escolhas éticas e estéticas, habilidades, posturas, entre outros, para permitir agir eficazmente em um determinado tipo de situação, apoiado em conhecimentos, mas sem limitar-se a eles.
OBJETO(S) DE CONHECIMENTO São os conteúdos que devem ser mobilizados por meio dos recursos (competências e habilidades) pelo profissional dotado do perfil esperado. Algumas vezes o item solicita a utilização de dois ou três objetos de conhecimento. Neste caso, o item deve ser capaz de articular todos os conteúdos.

São apresentados a seguir os cruzamentos de características de perfil, recursos e objetos de conhecimento que correspondem a cada um dos itens da prova da área de Administração do Enade/2015.

Questão	Texto da encomenda
Discursiva 03	P 03: Capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda. R 01: Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda. OC 04: Linguagens e tecnologias da Comunicação. OC 06: Sociologia da Comunicação.
Discursiva 04	P 02: Visão estratégica e integradora dos processos comunicacionais que possibilite comportamentos inovadores e empreendedores. R 02: Identificar e analisar as mudanças econômicas, sociais, políticas, culturais, em escala global, nacional, regional e local que influenciem o ambiente publicitário. OC 07: Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor. OC 08: Marketing e Gestão de Marcas.
Discursiva 05	P 04: Posicionamento ético político sobre o papel e o exercício do poder da comunicação e da publicidade e propaganda em relação à diversidade das demandas sociais. R 05: Dominar as linguagens e competências estéticas utilizadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, além de experimentar e inovar no uso destas linguagens. OC 14: Fotografia publicitária. OC 17: Produção Digital.
Questão 09	P 01: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda. R 01: Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda. OC 01: Teorias e história da Comunicação.
Questão 10	P 01: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda. R 02: Identificar e analisar as mudanças econômicas, sociais, políticas, culturais, em escala global, nacional, regional e local que influenciem o ambiente publicitário. OC 03: Políticas de comunicação. OC 06: Sociologia da Comunicação.
Questão 11	P 01: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda. R 06: Assumir o compromisso ético e socialmente responsável da profissão. OC 03: Políticas de comunicação. OC 20: Legislação e Ética profissional.
Questão 12	P 01: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda. R 03: Dominar e utilizar os conceitos e as ferramentas de comunicação integrada de marketing, propondo, por meio de diagnósticos, soluções para os problemas mercadológicos e comunicacionais dos clientes. OC 08: Marketing e Gestão de Marcas.
Questão 13	P 03: Capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda. R 05: Dominar as linguagens e competências estéticas utilizadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, além de experimentar e inovar no uso destas linguagens. OC 10: Planejamento de mídia e 'no media'. OC 13: Direção de Arte. OC 17: Produção Digital.

Questão	Texto da encomenda
Questão 14	P 02: Visão estratégica e integradora dos processos comunicacionais que possibilite comportamentos inovadores e empreendedores. R 05: Dominar as linguagens e competências estéticas utilizadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, além de experimentar e inovar no uso destas linguagens. OC 12: Redação Publicitária. OC 16: Produção Sonora e Audiovisual.
Questão 15	P 01: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda. R 05: Dominar as linguagens e competências estéticas utilizadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, além de experimentar e inovar no uso destas linguagens. OC 04: Linguagens e tecnologias da Comunicação. OC 05: Estética da Comunicação.
Questão 16	P 02: Visão estratégica e integradora dos processos comunicacionais que possibilite comportamentos inovadores e empreendedores. R 01: Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda. OC 02: Metodologia e Pesquisa em Comunicação. OC 04: Linguagens e tecnologias da Comunicação.
Questão 17	P 02: Visão estratégica e integradora dos processos comunicacionais que possibilite comportamentos inovadores e empreendedores. R 03: Dominar e utilizar os conceitos e as ferramentas de comunicação integrada de marketing, propondo, por meio de diagnósticos, soluções para os problemas mercadológicos e comunicacionais dos clientes. OC 09: Planejamento de Marketing e de Comunicação. OC 10: Planejamento de mídia e 'no media'.
Questão 18	P 02: Visão estratégica e integradora dos processos comunicacionais que possibilite comportamentos inovadores e empreendedores. R 04: Orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, mídia, criação, produção para os meios impressos, eletrônicos, digitais e 'no media'. OC 11: Ferramentas da comunicação.
Questão 19	P 02: Visão estratégica e integradora dos processos comunicacionais que possibilite comportamentos inovadores e empreendedores. R 05: Dominar as linguagens e competências estéticas utilizadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, além de experimentar e inovar no uso destas linguagem. OC 12: Redação Publicitária.
Questão 20	P 02: Visão estratégica e integradora dos processos comunicacionais que possibilite comportamentos inovadores e empreendedores. R 06: Assumir o compromisso ético e socialmente responsável da profissão. OC 09: Planejamento de Marketing e de Comunicação. OC 19: Administração em Publicidade e Propaganda. OC 09: Planejamento de Marketing e de Comunicação.
Questão 21	P 03: Capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda. R 02: Identificar e analisar as mudanças econômicas, sociais, políticas, culturais, em escala global, nacional, regional e local que influenciem o ambiente publicitário. OC 07: Pesquisa de mercado e comportamento do consumidor. OC 08: Marketing e Gestão de Marcas.

Questão	Texto da encomenda
Questão 22	P 03: Capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda. R 02: Identificar e analisar as mudanças econômicas, sociais, políticas, culturais, em escala global, nacional, regional e local que influenciem o ambiente publicitário. OC 09: Planejamento de Marketing e de Comunicação. OC 11: Ferramentas da comunicação.
Questão 23	P 01: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda. R 01: Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda. OC 01: Teorias e história da Comunicação.
Questão 24	P 03: Capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda. R 05: Dominar as linguagens e competências estéticas utilizadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, além de experimentar e inovar no uso destas linguagens. OC 12: Redação Publicitária.
Questão 25	P 03: Capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda. R 05: Dominar as linguagens e competências estéticas utilizadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, além de experimentar e inovar no uso destas linguagens. OC 15: Produção Gráfica.
Questão 26	P 03: Capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda. R 04: Orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, mídia, criação, produção para os meios impressos, eletrônicos, digitais e 'no media'. OC 17: Produção Digital.
Questão 27	P 03: Capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda. R 03: Dominar e utilizar os conceitos e as ferramentas de comunicação integrada de marketing, propondo, por meio de diagnósticos, soluções para os problemas mercadológicos e comunicacionais dos clientes. OC 02: Metodologia e Pesquisa em Comunicação.
Questão 28	P 01: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda. R 04: Orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, mídia, criação, produção para os meios impressos, eletrônicos, digitais e 'no media'. OC 11: Ferramentas da comunicação.
Questão 29	P 04: Posicionamento ético político sobre o papel e o exercício do poder da comunicação e da publicidade e propaganda em relação à diversidade das demandas sociais. R 01: Assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda. OC 01: Teorias e história da Comunicação. OC 03: Políticas de comunicação.
Questão 30	P 03: Capacidade para desenvolver atividades de planejamento, criação, produção, veiculação, recepção, monitoramento de processos comunicacionais e avaliação de resultados, analisando criticamente o campo da publicidade e da propaganda. R 06: Assumir o compromisso ético e socialmente responsável da profissão. OC 08: Marketing e Gestão de Marcas. OC 09: Planejamento de Marketing e de Comunicação.

Questão	Texto da encomenda
Questão 31	P 04: Posicionamento ético político sobre o papel e o exercício do poder da comunicação e da publicidade e propaganda em relação à diversidade das demandas sociais. R 04: Orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, mídia, criação, produção para os meios impressos, eletrônicos, digitais e 'no media'. OC 10: Planejamento de mídia e 'no media'. OC 18: Comunicação Política.
Questão 32	P 04: Posicionamento ético político sobre o papel e o exercício do poder da comunicação e da publicidade e propaganda em relação à diversidade das demandas sociais. R 06: Assumir o compromisso ético e socialmente responsável da profissão. OC 19: Administração em Publicidade e Propaganda. OC 20: Legislação e Ética profissional.
Questão 33	P 04: Posicionamento ético político sobre o papel e o exercício do poder da comunicação e da publicidade e propaganda em relação à diversidade das demandas sociais. R 02: Identificar e analisar as mudanças econômicas, sociais, políticas, culturais, em escala global, nacional, regional e local que influenciem o ambiente publicitário. OC 03: Políticas de comunicação. OC 17: Produção Digital.
Questão 34	P 04: Posicionamento ético político sobre o papel e o exercício do poder da comunicação e da publicidade e propaganda em relação à diversidade das demandas sociais. R 03: Dominar e utilizar os conceitos e as ferramentas de comunicação integrada de marketing, propondo, por meio de diagnósticos, soluções para os problemas mercadológicos e comunicacionais dos clientes. OC 08: Marketing e Gestão de Marcas. OC 10: Planejamento de mídia e 'no media'.
Questão 35	P 01: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo e às demandas da publicidade e propaganda. R 05: Dominar as linguagens e competências estéticas utilizadas nos processos de comunicação, nas dimensões de criação, de produção, de interpretação e da técnica, além de experimentar e inovar no uso destas linguagens. OC 05: Estética da Comunicação. OC 13: Direção de Arte.