

SINAES
Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

ENADE 2009
EXAME NACIONAL DE DESEMPENHO DOS ESTUDANTES

Relatório
SÍNTESE

**COMUNICAÇÃO SOCIAL:
PUBLICIDADE E
PROPAGANDA**

SUMÁRIO

Item	Assunto	Página Inicial
	Apresentação	04
1	Diretrizes para o ENADE/2009	08
1.1	Objetivos	08
1.2	Matriz de avaliação	09
1.3	Formato da prova	15
1.4	Fórmulas estatísticas utilizadas nas análises	16
1.4.1	A média	16
1.4.2	O desvio padrão	16
1.4.3	O coeficiente de assimetria	17
1.4.4	Cálculo da nota do curso	17
1.4.5	Nota final	20
1.4.6	Correlação ponto-bisserial	21
2	Distribuição dos cursos e dos estudantes	22
3	Análise Técnica da Prova	31
3.1	Estatísticas Básicas da Prova	32
3.1.1	Estatísticas Básicas Gerais	32
3.1.2	Estatísticas Básicas de Formação Geral	36
3.1.3	Estatísticas Básicas do Componente Específico	39
3.2	Análise das Questões Objetivas	42
3.2.1	Formação Geral	42
3.2.2	Componente Específico	48
3.3	Análise das Questões Discursivas	55
3.3.1	Formação Geral	55
3.3.1.1	Análise da Questão Discursiva 9 de Formação Geral	57
3.3.1.2	Análise da Questão Discursiva 10 de Formação Geral	57
3.3.1.3	Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 10	59
3.3.2	Componente Específico	60
3.3.2.1	Análise da Questão Discursiva 38 do Componente Específico	62
3.3.2.2	Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 38	64
3.3.2.3	Análise da Questão Discursiva 39 do Componente Específico	65
3.3.2.4	Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 39	67
3.3.2.5	Análise da Questão Discursiva 40 do Componente Específico	67
3.3.2.6	Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 40	69

4	Percepção sobre a Prova	71
4.1	Grau de dificuldade da prova	72
4.1.1	Formação Geral	72
4.1.2	Componente Específico	76
4.2	Extensão da prova em relação ao tempo total	79
4.3	Compreensão dos Enunciados das Questões	82
4.3.1	Formação Geral	82
4.3.2	Componente Específico	86
4.4	Suficiência das informações/instruções fornecidas	90
4.5	Dificuldade encontrada ao responder à prova	92
4.6	Percepção sobre os conteúdos das questões objetivas da prova	96
4.7	Tempo gasto para concluir a prova	100
5	Distribuição dos Conceitos	104
5.1	Panorama nacional da distribuição dos conceitos	104
5.2	Conceitos por Categoria Administrativa e por Região	106
5.3	Conceitos por Organização Acadêmica e por Região	109
6	Características dos Estudantes	113
6.1	Perfil do estudante	114
6.1.1	Características socioeconômicas	114
6.1.2	Características relacionadas às fontes de informação e de pesquisa, ao hábito de estudo e à participação em atividades acadêmicas extraclasse	118
	ANEXOS	123
	Anexo I – Análise Gráfica dos Itens	124
	Anexo II – Tabulação do Questionário do Estudante por Quartos de Desempenho e Grupo de Estudantes	143

Apresentação

O presente relatório tem como objetivo apresentar de forma sintética os resultados do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

O ENADE conforme legislação vigente faz parte dos instrumentos que compõem o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES) sendo realizado anualmente em todo o Brasil. O ENADE/2009 avaliou as seguintes áreas:

- Administração
- Arquivologia
- Biblioteconomia
- Ciências Contábeis
- Ciências Econômicas
- Comunicação Social
- Design
- Direito
- Estatística
- Música
- Psicologia
- Relações Internacionais
- Secretariado Executivo
- Teatro
- Turismo
- Tecnologia em Design de Moda
- Tecnologia em Gastronomia
- Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos
- Tecnologia em Gestão de Turismo
- Tecnologia em Gestão Financeira
- Tecnologia em Marketing
- Tecnologia em Processos Gerenciais

Todos os estudantes ingressantes e concluintes das áreas acima citadas foram submetidos a uma mesma prova com o objetivo de avaliar seu desempenho em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares dos cursos de graduação; as competências e habilidades necessárias ao aprofundamento da formação geral e profissional e o seu nível de atualização com a realidade brasileira e mundial.

Sobre a prova podemos dimensionar algumas características que foram contextualizadas, tais como: estudo de caso, situação problema e enunciados com informações necessárias para a resolução da questão da forma interpretativa, objetivando o conhecimento do conteúdo programático e sua aplicabilidade.

A prova foi composta de duas partes sendo a primeira destinada à Formação Geral, parte esta comum a todas as áreas avaliadas, investigando conhecimentos gerais, competências e habilidades dos estudantes. A segunda parte, denominada Componente Específico, trabalhou com a especificidade de cada área em busca do domínio dos conhecimentos em relação ao perfil profissional. Cada uma destas partes foi, por sua vez, composta de questões de múltipla escolha e de questões discursivas.

Além da avaliação propriamente dita, foram também aplicados aos estudantes:

- Questionário de Percepção sobre a Prova (QPP) – que teve como objetivo avaliar o contexto da prova.
- Questionário do Estudante – que busca conhecer as características socioeconômicas dos estudantes, suas fontes de informação e de pesquisa e participação na vida acadêmica.

Os resultados do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, que serão expressos neste relatório apresentam resultados qualitativos e quantitativos decorrentes do desempenho dos estudantes, seu perfil socioeconômico e sua opinião sobre o curso.

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/2009

Capítulo 2: Distribuição dos Cursos e dos estudantes

Capítulo 3: Análise Técnica da Prova

Capítulo 4: Percepção sobre a Prova

Capítulo 5: Distribuição dos Conceitos

Capítulo 6: Características dos Estudantes

Anexo I: Análise Gráfica dos Itens

Anexo II: Tabulação do Questionário do Estudante por Quartos de Desempenho e Grupo de Estudantes

O **Capítulo 1** apresenta, além do caráter introdutório e explicativo sobre as diretrizes e formato da prova e sobre as comissões assessoras de avaliação das áreas, todas as fórmulas estatísticas utilizadas.

O **Capítulo 2** delinea um panorama quantitativo dos cursos e estudantes, apresentando, por meio de Tabelas e Gráficos, a sua distribuição segundo Categoria Administrativa e Organização Acadêmica da Instituição de Educação Superior (IES), através de dados nacionais, por Região do Brasil, e por unidade federativa, separando-se ainda os estudantes concluintes dos ingressantes.

O **Capítulo 3** traz as análises gerais da prova quanto ao desempenho dos estudantes no ENADE/2009, expressas pelo cálculo das estatísticas básicas da prova, além das estatísticas e análises, em separado, sobre a Formação Geral e o Componente Específico.

Nas Tabelas são evidenciados o número da população, de presentes, a média, o erro-padrão da média, o desvio padrão, a nota mínima, a mediana e a nota máxima, contemplando, separadamente, os ingressantes, os concluintes e o total de estudantes. Os dados foram calculados tendo em vista as seguintes agregações: Região Geográfica e Brasil, Categoria Administrativa e Organização Acadêmica.

A percepção que os estudantes tiveram sobre a prova do ENADE/2009 foi mensurada por meio de nove questões que avaliaram desde o grau de dificuldade da prova até o tempo gasto para resolver as questões. A descrição desses resultados é o objetivo do **Capítulo 4**. As questões foram analisadas separando os estudantes concluintes de ingressantes e foram relacionadas ao seu desempenho e à Região Geográfica de localização do curso¹.

No **Capítulo 5**, expõe o panorama nacional da distribuição dos conceitos dos cursos avaliados no ENADE/2009, apresentado por meio de tabelas e análises que articulam os conceitos à Categoria Administrativa e à Organização Acadêmica, estratificadas por Região Geográfica.

Já no **Capítulo 6**, a ênfase recai sobre as características dos estudantes, reveladas a partir dos resultados obtidos no Questionário do Estudante. A análise desses dados favorece o conhecimento e a análise do perfil socioeconômico dos ingressantes e concluintes, da percepção dos estudantes sobre o ambiente de ensino aprendizagem e dos fatores que podem estar relacionados ao desempenho dos estudantes. Os resultados neste capítulo foram obtidos, na sua maioria, com base nas análises que consideraram cada estudante convocado e presente no exame, e que além disso responderam e entregaram o “Questionário do Estudante”, podendo, ser estendidos para o total de estudantes ingressantes e concluintes da instituição, supondo que não exista um viés relacionado nem com a presença/ausência na prova, nem com o fato de responder e entregar o “Questionário do Estudante”.

¹ Curso, neste relatório, refere-se à unidade de análise para o Conceito ENADE e é caracterizado pela combinação de IES, Área/Subárea (quando pertinente) e município de habilitação.

O **Anexo I** apresenta a Análise Gráfica dos Itens segundo 9 grupos de nota.

O perfil dos estudantes é articulado ao seu desempenho na prova **no Anexo II**, especificando-se as análises em relação a ingressantes e concluintes.

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.

Capítulo 1

Diretrizes para o ENADE/2009

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 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, também foi definido na mesma lei. De acordo com a perspectiva da avaliação dinâmica que está subjacente ao SINAES, o ENADE tem como objetivo geral avaliar o desempenho dos estudantes em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares do respectivo curso de graduação, às habilidades escolares e competências para compreender temas exteriores ao âmbito específico de sua profissão, sobre a realidade brasileira e a mundial e sobre outras áreas do conhecimento, considerando as definições estabelecidas pela Comissão Assessora de Avaliação da Área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA e pela Comissão Assessora de Avaliação da Formação Geral do ENADE.

A Comissão Assessora de Avaliação da Área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA foi composta pelos seguintes professores, nomeados pela Portaria nº. 83, de 04 de maio de 2009:

- Gerson Luiz Martins, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul;
- Glória Maria de Fátima Itabirano Gomide, Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais;
- Juliano Maurício de Carvalho, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho;
- Luis Carlos Bittencourt, Universidade Veiga de Almeida;

- Moacir Barbosa de Sousa, Universidade Federal do Rio Grande do Norte;
- René Luis Vilodre Goellner, Escola Superior de Propaganda e Marketing de Porto Alegre; e
- Sérgio Luiz Gadini, Universidade Estadual de Ponta Grossa;

Fizeram parte da Comissão Assessora de Avaliação da Formação Geral os seguintes professores, designados pela Portaria nº. 83, de 4 de maio de 2009:

- Francisco Fechine Borges, Centro Federal de Educação Tecnológica da Paraíba;
- João Carlos Salles Pires da Silva, Universidade Federal da Bahia;
- Luiz Pasquali, Universidade de Brasília;
- Márcia Regina Ferreira de Brito Dias, Universidade Estadual de Campinas;
- Nival Nunes de Almeida, Universidade do Estado do Rio de Janeiro;
- Solange Medina Ketzer, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul; e
- Vera Lúcia Puga, Universidade Federal de Uberlândia.

O ENADE é aplicado periodicamente entre os estudantes, que cumpriram os percentuais mínimos estabelecidos, e os caracterizaram como ingressantes ou concluintes, incidindo esta avaliação, quase sempre, ao final do primeiro e do último ano da maioria dos cursos de graduação a serem avaliados. A avaliação do desempenho dos estudantes de cada área (e subárea quando pertinente) que participou do ENADE é expressa por meio de conceitos. Estes conceitos são ordenados em uma escala com 5 (cinco) níveis, tomando por base padrões mínimos estabelecidos por especialistas das diferentes áreas do conhecimento.

1.2 Matriz de avaliação

A prova do ENADE/2009, aplicada aos estudantes da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, com duração total de 4 (quatro) horas, apresentou questões discursivas e de múltipla escolha (objetivas), relativas a uma parte de avaliação de Formação Geral, comum aos cursos de todas as áreas, e ao Componente Específico da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

Na avaliação de Formação Geral, considerou-se um profissional ético, competente e comprometido com a sociedade em que vive. Além do domínio de conhecimentos e de níveis diversificados de habilidades e competências para perfis profissionais específicos, esperou-se que os graduandos das Instituições de Educação Superior (IES) evidenciem a compreensão de temas que poderiam transcender ao seu ambiente próprio de formação e fossem importantes para a realidade contemporânea. Essa compreensão vinculou-se a perspectivas críticas, integradoras e à construção de sínteses contextualizadas.

A parte de avaliação de Formação Geral do ENADE/2009 foi composta questões de múltipla escolha e discursivas, com abordagens de estudos de caso, interpretação de textos, análise de gráficos e charges, simulações, dentre outros.

O princípio geral regulador desta parte da prova do ENADE repousou na integração cognitiva de competências e habilidades, aliada à sensibilidade. Os requisitos hoje exigidos para uma atuação profissional ética, crítica e com responsabilidade social, não se restringem exclusivamente a um saber profissional específico. O compromisso vincula-se a uma formação que possibilite um espírito de análise e de síntese, de modo a associar os conteúdos próprios das áreas a contextos sócio-culturais mais amplos, próprios de uma cidadania mais responsável.

Esse perfil significa a incorporação de uma análise de situações capaz de traduzir a multiplicidade que caracteriza a vida social contemporânea, na qual interagem vários domínios de saberes. O exercício profissional, além da competência específica, exigirá comprometimento ético e sensibilidade para a transposição/integração de saberes diversos. Esse processo não é possível sem que se estabeleçam relações entre teorias, realidades e práticas.

As questões discursivas buscaram investigar, além do conteúdo específico, aspectos como a clareza, a coerência, a coesão, as estratégias argumentativas, a utilização de vocabulário adequado e a correção gramatical do texto. Na avaliação de Formação Geral buscou-se contemplar alguns dentre os vários temas propostos na legislação relativa ao exame tais como: ecologia; biodiversidade; arte, cultura e filosofia; mapas geopolíticos e socioeconômicos; globalização; políticas públicas: educação, habitação, saneamento, saúde, segurança, defesa, desenvolvimento sustentável; redes sociais e responsabilidade: setor público, privado, terceiro setor; relações interpessoais: respeitar, cuidar, considerar, conviver; sociodiversidade: multiculturalismo, tolerância, inclusão; exclusão e minorias; relações de gênero; vida urbana e rural; democracia e cidadania; violência; terrorismo; avanços tecnológicos; inclusão/exclusão digital; relações de trabalho; tecnociência; propriedade intelectual; diferentes mídias e tratamento da informação.

A prova do ENADE/2009, no Componente Específico da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, apresentou como objetivos:

I – Contribuir para:

- a) o aperfeiçoamento contínuo do ensino oferecido, por meio da verificação de competências, habilidades e domínio de conhecimentos necessários para o exercício das profissões e da cidadania;

- b) a construção de uma série histórica de avaliações, visando um diagnóstico do ensino da área, para analisar processos de ensino aprendizagem e suas relações com fatores socioeconômicos e culturais;
- c) a identificação de necessidades, demandas e problemas do processo de formação na área comunicacional, considerando-se as exigências sociais, econômicas, políticas, culturais e éticas, assim como os princípios expressos nas diretrizes curriculares para os cursos de Comunicação Social, conforme parecer CNE/CES nº. 492 (de 3 de abril de 2001), parecer CNE/CES nº. 1.363 (de 12 de dezembro de 2001) e resolução CNE/CES nº. 16 (de 13 de março de 2002).

II – Oferecer subsídios para:

- a) a formulação de políticas públicas para a melhoria do ensino dos cursos de Comunicação Social e suas respectivas habilitações;
- b) o acompanhamento, por parte da sociedade, dos perfis dos profissionais formados pelos cursos;
- c) a discussão do papel social dos profissionais formados da área de Comunicação Social;
- d) o aprimoramento do processo de ensino-aprendizagem no âmbito dos cursos de graduação de Comunicação Social;
- e) a auto-avaliação dos estudantes dos cursos de graduação de Comunicação Social.

III – Estimular as instituições de educação superior a promoverem:

- a) a formulação de políticas e programas para a progressiva melhoria da qualidade da educação nos cursos de graduação da Comunicação Social;
- b) a utilização das informações para avaliar e aprimorar seus projetos político-pedagógicos, visando a melhoria da qualidade da formação do egresso dos cursos de graduação de Comunicação Social;
- c) o aprimoramento do processo de ensino aprendizagem e do ambiente acadêmico dos cursos de graduação de Comunicação Social, adequando a formação dos seus egressos às necessidades da sociedade brasileira.

IV – Avaliar:

- a) o desempenho dos estudantes com relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares;
- b) o desenvolvimento de competências e habilidades necessárias ao aprofundamento da Formação Geral e profissional;
- c) o nível de atualização dos estudantes com relação à realidade brasileira e mundial.

A prova do ENADE/2009, no Componente Específico da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, foi elaborada a partir das diretrizes estabelecidas pela Comissão Assessora da Área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA que, por sua vez, elaborou as diretrizes da prova a partir das Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos, aprovadas e instituídas pelo Conselho Nacional de Educação (CNE) do Ministério da Educação (MEC).

O Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (ENADE) adota como referência que o estudante deve apresentar o perfil de profissional generalista, capacitado a absorver e desenvolver novas tecnologias, estimulando a sua atuação crítica e criativa na identificação e solução de problemas, considerando os aspectos políticos, econômicos, sociais, ambientais e culturais, a partir de uma visão ética e humanística, em atendimento às demandas da sociedade. Especificamente na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, a prova adotou como referência o perfil do egresso expresso nas Diretrizes Curriculares Nacionais em duas dimensões:

I – Componente Geral:

- a) capacidade de criação, produção, distribuição, recepção, e análise crítica referentes às mídias, às práticas profissionais e sociais relacionadas com estas, e a suas inserções culturais, políticas e econômicas;
- b) habilidade em refletir a variedade e mutabilidade de demandas sociais e profissionais na área, adequando-se à complexidade e velocidade do mundo contemporâneo;
- c) visão integradora e horizontalizada - genérica e ao mesmo tempo especializada de seu campo de trabalho possibilitando o entendimento da dinâmica das diversas modalidades comunicacionais e das suas relações com os processos sociais que as originam e que destas decorrem.
- d) utilizar criticamente o instrumental teórico-prático oferecido em seu curso, sendo portanto competente para posicionar-se a partir de um ponto de vista ético-político sobre o exercício do poder na comunicação, sobre os constrangimentos a que a comunicação pode ser submetida, sobre as repercussões sociais que enseja e ainda sobre as necessidades da sociedade contemporânea em relação à comunicação social.

II – Específico para habilitação em Publicidade e Propaganda:

- a) pelo conhecimento e domínio de técnicas e instrumentos necessários para a proposição e execução de soluções de comunicação eficazes para os objetivos de mercado, de negócios de anunciantes e institucionais;
- b) pela tradução em objetivos e procedimentos de comunicação apropriados aos objetivos institucionais, empresariais e mercadológicos;

c) pelo planejamento, criação, produção, difusão e gestão da comunicação publicitária, de ações promocionais e de incentivo, eventos e patrocínio, atividades de marketing, venda pessoal, design de embalagens e de identidade corporativa, e de assessoria publicitária de informação.

A prova do ENADE/2009, no Componente Específico da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, avaliou se o estudante desenvolveu, durante sua formação, habilidades e competências dentre as descritas a seguir:

I – Competências profissionais e Habilidades Gerais:

- a) compreender criticamente e analisar conceitos e teorias da área;
- b) analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área;
- c) demonstrar atitudes e responsabilidades inerentes ao contexto ético-político da profissão;
- d) dominar as linguagens usadas nos processos de comunicação, nos aspectos da criação e produção;
- e) experimentar, desenvolver e inovar ações e linguagens midiáticas;
- f) refletir criticamente sobre as práticas profissionais na área da Comunicação;
- g) dominar o idioma nacional para escrita e interpretação de textos gerais e especializados na área;
- h) compreender a ação profissional mediada por suportes e técnicas comunicacionais.

II – Competências e habilidades específicas em Publicidade e Propaganda:

- a) buscar e ordenar informações para subsidiar diagnósticos dos problemas\situação dos clientes;
- b) realizar pesquisas de mercado e pesquisas científicas, bem como, analisar investigações quantitativas e qualitativas;
- c) definir objetivos e estratégias de comunicação como soluções para problemas dos anunciantes;
- d) realizar e interpretar pesquisas como subsídio para a preparação de campanhas publicitárias;
- e) executar e administrar o trabalho de criação, produção e veiculação de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais;
- f) dominar linguagens, estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades;
- g) planejar, executar e administrar campanhas de comunicação, envolvendo além do uso da propaganda, a promoção de vendas, o merchandising, marketing direto, eventos, comunicação digital e demais ferramentas pertinentes à profissão;

- h) identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem nas práticas da profissão;
- i) identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos;
- j) assimilar criticamente conceitos que permitam a compreensão das práticas e teorias referentes à publicidade e à propaganda;
- k) Conhecer os códigos de ética profissional, os órgãos de regulamentação e legislação que contemplam a área;
- l) Reconhecer as mudanças no público consumidor, suas formas de apreensão das mensagens, suas novas exigências e saber reagir a elas;
- m) Conhecer a mídia correta para veiculação de cada campanha, bem como, ser capaz de comprar e negociar espaços utilizando-os com pertinência;
- n) Gerenciar um negócio no campo da comunicação;

A prova do ENADE/2009, no Componente Específico da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, adotou como referencial os seguintes conteúdos:

Componente geral:

- a) História da Comunicação;
- b) Teorias da Comunicação;
- c) Tecnologias em Comunicação;
- d) Linguagem e Expressão em Som e Imagem;
- e) Políticas de Comunicação;
- f) Sistemas de Comunicação;
- g) Produtos Midiáticos;
- h) Deontologia em Comunicação;
- i) Estética na Comunicação;
- j) Sociologia da Comunicação;
- k) Mercado Midiático;
- l) Crítica de Mídia;
- m) Formação da Opinião Pública;
- n) Pesquisa em Comunicação.

Componentes específicos para Habilitação, Publicidade e Propaganda:

- a) Marketing;
- b) Criação e Redação Publicitária;
- c) Legislação e Ética Profissional;

- d) Comunicação Visual;
- e) Comunicação Digital;
- f) Direção de Arte;
- g) História da Arte;
- h) Produção Gráfica;
- i) Computação Gráfica;
- j) Produção Audiovisual;
- k) Pesquisa de Mercado e Pesquisa Científica;
- l) Teorias da Imagem;
- m) Teorias da Publicidade;
- n) Cibercultura;
- o) Comportamento do consumidor;
- p) Gestão de Marca;
- q) Planejamento Estratégico e de Comunicação;
- r) Planejamento de Mídia;
- s) Gestão de Negócios;
- t) Comunicação Integrada;
- u) Métodos Quantitativos.

A prova do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, abordou em seu Componente Específico trinta questões, sendo vinte e sete de múltipla escolha e três discursivas, versando de situações problema e estudos de caso.

1.3 Formato da prova

A prova do ENADE/2009 de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA foi composta de duas partes: a primeira, comum a todas as áreas, e a segunda, específica de cada uma das áreas avaliadas.

A primeira parte, Formação Geral, composta de 8 questões objetivas de múltipla escolha e duas discursivas, teve o objetivo de investigar a aquisição de competências, habilidades e conhecimentos considerados essenciais na formação de todos os estudante de qualquer área da Educação Superior.

A segunda parte, Componente Específico, contemplou a especificidade de cada área, tanto no domínio dos conhecimentos quanto nas habilidades esperadas para o perfil profissional, e investigou conteúdos da área por meio da exploração de níveis diversificados de complexidade.

1.4 Fórmulas estatísticas utilizadas nas análises

Primeiramente, é importante esclarecer qual é a unidade de observação de interesse. Os conceitos ENADE são calculados para cada combinação de área ou subárea, IES e município de oferta avaliadas dentro das áreas contempladas na avaliação anual. Sendo assim, a unidade de observação, denominada curso, é a área ou subárea de uma dada IES em um determinado município de oferta.

1.4.1 A média

O primeiro passo para o cálculo das notas da área da IES foi a obtenção da média dos estudantes. Por exemplo, a média do desempenho dos concluintes de uma IES, de um determinado curso i , ${}^{IES}_i\bar{C}$, é calculada como:

$${}^{IES}_i\bar{C} = \frac{{}^{IES}_iC_1 + {}^{IES}_iC_2 + \dots + {}^{IES}_iC_N}{{}^{IES}_iN} = \frac{\sum_{n=1}^N {}^{IES}_iC_n}{{}^{IES}_iN} \quad (1)$$

onde ${}^{IES}_iC_n$ é a nota do n -ésimo estudante do curso i na IES e ${}^{IES}_iN$ é o número total de estudantes do respectivo curso da IES que compareceram à prova. Este cálculo foi o mesmo para as provas de Formação Geral e para a componente específica da área, para os ingressantes e os concluintes.

1.4.2 O desvio padrão

O segundo passo foi o cálculo do desvio-padrão. O desvio-padrão é uma medida de dispersão e representa o quanto as notas dos estudantes estão dispersas em relação à média. Como o ENADE/2009 trabalhou com os estudantes de uma dada área/subárea de uma dada IES num determinado município, a expressão para o cálculo do desvio-padrão, ${}^{IES}_iDP$, para os estudantes desta combinação i , concluinte ou ingressante é:

$$\begin{aligned} {}^{IES}_iDP &= \sqrt{\frac{\left({}^{IES}_iC_1 - {}^{IES}_i\bar{C}\right)^2 + \left({}^{IES}_iC_2 - {}^{IES}_i\bar{C}\right)^2 + \dots + \left({}^{IES}_iC_N - {}^{IES}_i\bar{C}\right)^2}{{}^{IES}_iN}} \\ {}^{IES}_iDP &= \frac{\sum_{n=1}^N \left({}^{IES}_iC_n - {}^{IES}_i\bar{C}\right)^2}{{}^{IES}_iN} \end{aligned} \quad (2)$$

onde ${}^{IES}C_n$ é a nota do n -ésimo estudante, concluinte ou ingressante, do curso i na IES, de um dado município, ${}^{IES}N$ é o número total de estudantes correspondentes que compareceram à prova e ${}^{IES}\bar{C}$, é a média destes.

1.4.3 O coeficiente de assimetria

Uma estatística frequentemente utilizada em análise descritiva é o coeficiente de assimetria (*skewness*). Este coeficiente é uma medida de assimetria e representa o quanto as notas dos estudantes estão desequilibradas em sua distribuição em torno da média. Como o ENADE/2009 trabalhou com os estudantes de uma dada combinação de área/subárea, IES, e município, a expressão para o cálculo do coeficiente de assimetria, ${}^{IES}SK$, para os estudantes, concluintes e ingressantes de uma dada combinação i , concluinte ou ingressante é:

$$\begin{aligned}
 {}^{IES}SK &= \frac{\left({}^{IES}C_1 - {}^{IES}\bar{C}\right)^3 + \left({}^{IES}C_2 - {}^{IES}\bar{C}\right)^3 + \dots + \left({}^{IES}C_N - {}^{IES}\bar{C}\right)^3}{{}^{IES}DP^3 \times {}^{IES}N} \\
 {}^{IES}SK &= \frac{\sum_{n=1}^N \left({}^{IES}C_n - {}^{IES}\bar{C}\right)^3}{{}^{IES}DP^3 \times {}^{IES}N}
 \end{aligned} \tag{3}$$

Uma distribuição com coeficiente nulo foi considerada simétrica. Valores negativos corresponderam a distribuições com maior concentração de dados à direita (maiores valores) e um maior espalhamento à esquerda (menores valores). Valores positivos corresponderam a situação oposta: maior concentração à esquerda e caudas mais espalhadas à direita.

1.4.4 Cálculo da nota do curso²

A nota do curso i incluiu o desempenho dos estudantes, concluintes ou ingressantes, nas provas de Formação Geral e no Componente Específico. A nota do curso teve como base um conceito bastante estabelecido em estatística, chamado afastamento padronizado (AP). A nota final do curso dependeu de dois termos, descritos a seguir:

² Lembrando que Curso, neste relatório, refere-se à unidade de análise para o Conceito ENADE e é caracterizado pela combinação de IES, Área/Subárea (quando pertinente) e município de habilitação.

i) Primeiro Termo – referente ao desempenho dos estudantes concluintes no Componente Específico da área.

O cálculo desse termo para um curso i de uma dada área J (combinada com subárea quando pertinente) foi realizado subtraindo-se da média de concluintes do Componente Específico desse curso i a média da nota de concluintes do Componente Específico da área J de todo o País, e dividindo-se o resultado da subtração pelo desvio padrão da nota de concluintes do Componente Específico desta área J . A fórmula é a seguinte:

$${}^{IES}AP_{CE}^C = \frac{{}^{IES}\bar{C}_{CE}^C - {}_J\bar{C}_{CE}^C}{DP_{CE}^C}, \quad (4)$$

onde ${}^{IES}AP_{CE}^C$ é o afastamento padronizado dos concluintes de um determinado curso i (da área J) de uma Instituição de Educação Superior (IES) em conhecimentos específicos, ${}^{IES}\bar{C}_{CE}^C$ é a média desses concluintes do curso i da IES no Componente Específico da área J , ${}_J\bar{C}_{CE}^C$ é a média das notas médias dos concluintes de todos os cursos avaliados no Componente Específico da área J , DP_{CE}^C é o desvio-padrão das médias dos concluintes dos cursos avaliados no Componente Específico da área J , e é calculado como:

$$DP_{CE}^C = \frac{\sum_{i=1}^{\#\{J\}} ({}^{IES}\bar{C}_{CE}^C - {}_J\bar{C}_{CE}^C)^2}{\#\{J\}} \quad (5)$$

onde $\#\{J\}$ é o número de cursos na área J .

Após a padronização, para que todos os cursos tivessem notas variando de 0 a 5, foi feito o seguinte ajuste: somou-se ao afastamento padronizado de cada área J o valor absoluto do menor afastamento padronizado entre todos os cursos i da área, em seguida, dividiu-se este resultado pela soma do maior afastamento padronizado, com o módulo do menor. Os cursos que obtiveram valores de afastamento padronizados inferiores a -3,0 receberam Nota Padronizada igual a 0 (zero) e aqueles com afastamento padronizado superiores a 3,0 receberam Nota Padronizada igual a 5 (cinco).

Finalmente, multiplicou-se o resultado desse quociente por 5. O cálculo acima descrito pode ser expresso pela fórmula que será chamada de Nota Padronizada dos concluintes do curso i , no Componente Específico da área J :

$${}^{IES}NP_{CE}^C = 5 \frac{{}^{IES}AP_{CE}^C + |{}_J\bar{C}_{CE}^C \text{ inferior}|}{{}_J\bar{C}_{CE}^C \text{ superior} + |{}_J\bar{C}_{CE}^C \text{ inferior}|}, \quad (6)$$

onde ${}_J\bar{C}_{CE}^C \text{ inferior}$ é o menor afastamento padronizado com respeito ao Componente Específico entre todos os cursos i da área J e ${}_J\bar{C}_{CE}^C \text{ superior}$ é o maior.

ii) Segundo Termo – referente ao desempenho dos estudantes concluintes na Formação Geral.

O cálculo deste termo seguiu o mesmo padrão do cálculo efetuado para o termo do Componente Específico. O Afastamento Padronizado dos estudantes concluintes na parte de Formação Geral de um curso i , ${}^{IES}AP_{FG}^C$, é calculado subtraindo-se da nota de concluintes de Formação Geral do curso i a média da nota de concluintes de Formação Geral da área J de todo o País, e dividindo-se o resultado pelo desvio padrão da nota de concluintes de Formação Geral da área J :

$${}^{IES}AP_{FG}^C = \frac{{}^{IES}\bar{C}_{FG}^C - {}_J\bar{C}_{FG}^C}{DP_{FG}^C}, \quad (7)$$

onde ${}^{IES}AP_{FG}^C$ é o afastamento padronizado dos concluintes de um determinado curso i (da área J) [de uma Instituição de Educação Superior (IES) num determinado município] em Formação Geral, ${}^{IES}\bar{C}_{FG}^C$ é a média desses concluintes do curso i em Formação Geral, ${}_J\bar{C}_{FG}^C$ é

a média das notas médias dos concluintes de todos os cursos avaliados em Formação Geral da área J , DP_{FG}^C é o desvio-padrão correspondente, e é calculado como:

$$DP_{FG}^C = \frac{\sum_{i=1}^{\#\{J\}} \left({}^{IES}\bar{C}_{FG}^C - {}_J\bar{C}_{FG}^C \right)^2}{\#\{J\}}. \quad (8)$$

onde $\#\{J\}$ foi o número de cursos na área J .

Semelhantemente ao que foi realizado para as informações do Componente Específico, também para a Formação Geral, após a padronização, para que todos os cursos avaliados tivessem notas variando de 0 a 5, foi feito o seguinte ajuste: somou-se ao afastamento padronizado de cada curso i o valor absoluto do menor afastamento padronizado entre todos os cursos da área J , em seguida, dividiu-se este resultado pela soma do maior afastamento padronizado, com o módulo do menor. Os cursos que obtiveram valores de afastamento padronizados inferiores a -3,0 receberam Nota Padronizada igual a 0 (zero) e aqueles com afastamento padronizado superiores a 3,0 receberam Nota Padronizada igual a 5 (cinco).

Finalmente, multiplicou-se o resultado desse quociente por 5. O cálculo acima descrito pode ser expresso pela fórmula que será chamada de Nota Padronizada dos concluintes do curso i [da IES no município], na Formação Geral da área J .

$${}^{IES}N_{FG}^C = 5 \frac{{}^{IES}AP_{FG}^C + \left| {}_J\bar{C}_{FG}^C \text{ inferior} \right|}{{}_J\bar{C}_{FG}^C \text{ superior} + \left| {}_J\bar{C}_{FG}^C \text{ inferior} \right|}, \quad (9)$$

onde ${}_J\bar{C}_{FG}^C \text{ inferior}$ é o menor afastamento padronizado da Formação Geral entre todos os cursos i da área J e ${}_J\bar{C}_{FG}^C \text{ superior}$ é o maior.

1.4.5 Nota final

A Nota Final do curso i [da área J da IES num dado município] é a média ponderada da nota padronizada dos concluintes no Componente Específico e da nota padronizada dos concluintes na Formação Geral. O Componente Específico contribuiu com 75% da nota final, enquanto a Formação Geral contribuiu com 25%, em consonância com o número de questões na prova, 30 e 10, respectivamente. A fórmula é:

$${}^{IES}_i N = 0,75 \times {}^{IES}_i N_{CE}^C + 0,25 \times {}^{IES}_i N_{FG}^C. \quad (10)$$

Observações:

1. Para os cálculos das médias e desvios-padrão de cada uma das notas de interesse (isto é, do Componente Específico de concluintes e de Formação Geral de concluintes) para uma determinada área J (combinada com subárea, quando pertinente) – que foram os elementos necessários para a padronização – não foram incluídos os cursos que tiveram:

- nota média (do Componente Específico e/ou de Formação Geral) igual a zero. Este é o caso em que todos os estudantes do curso i obtiveram nota zero nas provas. É importante destacar que o cálculo dos afastamentos padronizados de cada nota de cada curso foi independente. Dessa forma, um curso com média zero em uma determinada parte da prova, por exemplo, em Formação Geral, foi excluído do cálculo da média e do desvio-padrão no cômputo do afastamento padronizado da Formação Geral, e não necessariamente foi excluído do cálculo da média e desvio-padrão em Componente Específico, salvo o caso em que a média desse curso [combinação de Área/Subárea, IES e município] em Componente Específico também fosse zero; e
- apenas um participante concluinte fazendo as provas do ENADE. Como para estes cursos não se calculou o Conceito ENADE, optou-se por excluí-los do cálculo.

2. A nota do curso obtida a partir da equação (10) foi uma variável contínua no intervalo entre 0 e 5, por construção. Para a obtenção do Conceito ENADE, o seguinte procedimento foi realizado. Primeiramente, a nota do curso foi truncada com duas casas decimais e, então, o valor foi arredondado para uma casa decimal conforme procedimento padrão. Por exemplo, caso $NC = 0,95$ ou $NC = 0,96$, NC foi aproximada para 1,0. Caso $NC = 0,94$ ou $NC = 0,93$, NC foi aproximada para 0,9.

3. Não foram atribuídos conceitos de 1 a 5 para os mesmos casos citados no item 1:

- cursos com apenas um participante concluinte presente na prova do ENADE. No caso em que houve apenas um participante concluinte, não seria legalmente

possível divulgar o Conceito ENADE, visto que, na verdade, estaríamos divulgando a nota do estudante concluinte, algo não permitido.

- cursos que não contaram com nenhum estudante concluinte ou ingressante presente no Exame e, portanto, não foi possível calcular um conceito nesses casos – estes cursos foram excluídos, inclusive, da divulgação.

Os conceitos foram assim distribuídos:

Quadro 1 – Distribuição dos conceitos

Conceito ENADE	Notas finais (NC)
1	0,0 a 0,9
2	1,0 a 1,9
3	2,0 a 2,9
4	3,0 a 3,9
5	4,0 a 5,0

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

1.4.6 Correlação ponto-bisserial

As questões aplicadas na prova do ENADE deveriam ter um nível mínimo de poder de discriminação. Para ser considerada apta a avaliar os estudantes dos cursos, uma questão deveria ser mais acertada por estudantes que obtiveram bom desempenho que pelos que obtiveram desempenho ruim. Um índice que mediu essa capacidade das questões, e que foi escolhido para ser utilizado no ENADE, é o denominado correlação ponto-bisserial, usualmente representado por r_{pb} . Para ilustrar a utilização desse índice, foram considerados os estudantes concluintes de uma determinada área. Nesse caso, a correlação ponto-bisserial para uma das questões da prova dessa área será calculada pela fórmula:

$$r_{pb} = \frac{\bar{C}_A - \bar{C}_T}{DP_T} \sqrt{\frac{p}{q}}$$

em que \bar{C}_A é a média obtida na prova pelos concluintes que acertaram a questão; \bar{C}_T representou a média obtida na prova por todos os concluintes do País; DP_T é o desvio-padrão das notas na prova de todos os concluintes da área; p é a proporção de estudantes concluintes que acertaram a questão (número de concluintes que acertaram a questão dividido pelo número total de concluintes que compareceram à prova) e $q = 1 - p$ é a proporção de estudantes que erraram a questão.

Capítulo 2

Distribuição dos cursos³ e dos estudantes

Em 2009, o Exame Nacional de Desempenho de Estudantes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA contou com a participação de estudantes (ingressantes e concluintes) de 415 cursos.

Como mostra a Tabela 2.1, a Região Sudeste foi a de maior representação, concentrando 53,7% do total nacional.

Considerando-se a Categoria Administrativa da IES, destacou-se a predominância das instituições privadas de ensino, que concentraram mais de 90% dos cursos avaliados. As instituições federais participaram com 4,6% dos cursos, as municipais, com 2,7% e as estaduais, com apenas 0,8% do total nacional. Na Região Norte, não houve participação de cursos vinculados a instituições estaduais nem municipais, na Região Nordeste não houve participação de cursos da rede municipal e na Região Centro-Oeste, não houve participação de cursos nem da rede estadual e nem da rede municipal de ensino.

A Região Norte foi a de menor representatividade no Exame, concentrando 19 cursos, 5,2% do total nacional. Nessa Região, predominaram os 17 cursos ministrados por instituições privadas, que representaram 89,5% do total regional. As instituições federais contaram com 2 cursos participantes (10,5%). Não houve participação de cursos das redes estadual e municipal.

A Região Nordeste foi representada por 55 cursos, 15,0% do total nacional. Desses, 90,9% (50 cursos) eram ministrados por instituições privadas. A rede federal participou com 4 cursos (7,3%) e a rede estadual, com 1 (1,8%). Não houve participação de cursos vinculados a rede municipal de ensino.

Com 197 cursos, 53,7% do total nacional, a Região Sudeste foi a de maior representatividade. A participação da rede privada foi de 93,9%, o equivalente a 185 cursos, a maior concentração entre as Regiões. Foram avaliados, também, 7 cursos (3,6%) vinculados a instituições municipais, 4 cursos (2,0%) da rede federal e 1 curso (0,5%) da rede estadual de ensino.

A Região Sul participou com 62 cursos, 16,9% do total nacional. As instituições privadas concentraram 54 cursos, 87,1% do total regional, enquanto a rede federal contou

³ Lembrando que neste capítulo também, Curso refere-se à unidade de análise para o Conceito ENADE e é caracterizado pela combinação de IES, Área/Subárea (quando pertinente) e município de habilitação.

com a participação de 4 cursos (6,5%), a rede municipal com a de 3 cursos (4,8%) e a rede estadual com a de 1 curso (1,6%).

Da Região Centro-Oeste participaram 34 cursos, 9,3% em termos nacionais. A rede privada foi a de maior representatividade, concentrando 91,2% dos cursos dessa Região, enquanto a participação da rede federal foi de 3 cursos (8,8%) do total regional. Não houve participação de cursos das redes estadual e municipal de ensino.

Tabela 2.1 – Número de cursos participantes do ENADE/2009 por Categoria Administrativa segundo Região – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Região	Categoria Administrativa				
	Total	Federal	Estadual	Municipal	Particular
Brasil	367	17	3	10	337
Norte	19	2	0	0	17
Nordeste	55	4	1	0	50
Sudeste	197	4	1	7	185
Sul	62	4	1	3	54
Centro-Oeste	34	3	0	0	31

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Dos 367 cursos de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA avaliados no Exame de 2009, 175, equivalentes a 47,7% desse total, eram vinculados a faculdade, como mostra a Tabela 2.2. As universidades participaram com 122 cursos (33,2%) e os centros universitários, com 69 (18,8%). Os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFECT) participaram com 1 curso (0,3%). Não houve participação de cursos ministrados em Centro Federal de Educação Tecnológica (CEFET).

Na Região Norte, 63,2% dos cursos estavam vinculados a faculdades, 23,8%, a centros universitários, 21,1% a universidades e 5,3% a IFECTs.

A Região Nordeste foi a que apresentou maior proporção regional de cursos ministrados por faculdades, 72,7%, correspondentes a 55 cursos. Dos 15 cursos restantes, 12 (21,8%) eram vinculados a universidades e 3 (5,5%) a centros universitários.

Na Região Sudeste, as faculdades participaram com 78 cursos, 39,6%, as universidades com 73 cursos, 37,1%, e os centros universitários com 46 cursos, 23,4%, do total da Região.

Na Região Sul, a participação de cursos vinculados a faculdades foi de 27 cursos, 43,5%, das universidades foi de 25 cursos, 40,3% e dos centros universitários de 10 cursos, 16,1%, do total da Região.

Na Região Centro-Oeste, as faculdades participaram com 18 cursos, 52,9%, as universidades com 10 cursos, 29,4%, e os centros universitários com 6 cursos, 17,6%, do total da Região.

Tabela 2.2 – Número de cursos participantes do ENADE/2009 por Organização Acadêmica segundo Região – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Região	Organização Acadêmica					
	Total	Universidade	Centro Universitário	Faculdade	Centro Federal de Educação Tecnológica	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia
Brasil	367	122	69	175	0	1
Norte	19	2	4	12	0	1
Nordeste	55	12	3	40	0	0
Sudeste	197	73	46	78	0	0
Sul	62	25	10	27	0	0
Centro-Oeste	34	10	6	18	0	0

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

No Gráfico 2.1 é apresentado o número de cursos por unidade da federação. A partir dele, observa-se que o Estado de São Paulo possui a maior quantidade de cursos (33,2%), seguido de Minas Gerais e Rio de Janeiro (10,1% e 7,6%, respectivamente).

A área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA é oferecida em 26 estados brasileiros e Distrito Federal. Das unidades da federação, Acre, Roraima e Amapá possuem apenas 1 curso (0,3%).

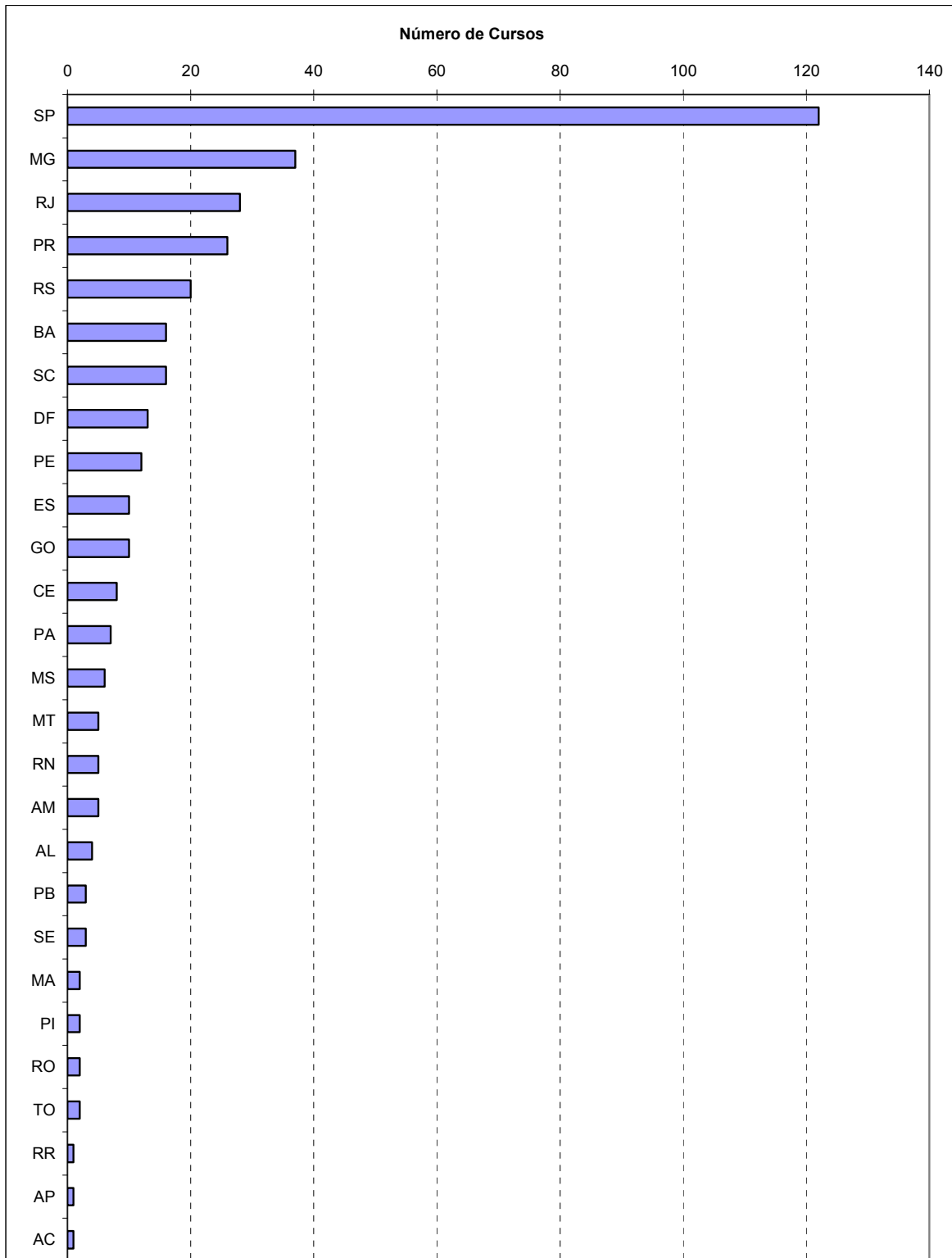


Gráfico 2.1 - Número de Cursos Participantes por Unidade da Federação ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Na Tabela 2.3 é apresentado o número de estudantes por Categoria Administrativa, segundo a Região e grupos de estudantes. A partir dela é possível notar que a maioria dos estudantes inscritos é oriunda de instituições privadas (93,9%), existindo, em menor quantidade, estudantes nas demais categorias de instituição: federal (3,9%), municipal (2,0%) e estadual (0,2%). Em todo o Brasil, participaram do Exame 27418 estudantes, dos quais 51,6% eram concluintes. Os estudantes de instituições federais, que representaram cerca de 4% do total nacional, foram mais representativos em todas as Regiões com exceção da Região Sudeste.

A Região Norte participou com 864 estudantes, 3,2% em termos nacionais. Nessa Região, a rede privada concentrou 743 participantes, a maioria (52,9%) concluintes, equivalentes a 86,0% do total regional. As instituições federais foram representadas por 121 estudantes (14,0%), dos quais 70,2% eram ingressantes. Não houve participação de estudantes das redes estadual e municipal de ensino.

Com 3121 participantes, 11,4% em termos nacionais, a Região Nordeste teve a maior parte de seus estudantes (92,4%) vinculados a instituições privadas. A participação da rede federal foi de 216 estudantes, correspondendo a 6,9% do total regional. As instituições estaduais também participaram com 21 estudantes, 0,7% do total da Região. Os concluintes, que foram maioria (52,2%) dos estudantes nordestinos, predominaram na rede privada, enquanto os ingressantes superaram os concluintes, tanto na rede federal (56,5%), quanto na estadual (66,7%).

Na Região Sudeste, 95,8% dos 17453 participantes (63,7% do total nacional) eram de instituições privadas, a maior representação entre as Regiões. A proporção de estudantes da rede municipal foi de 2,4%, da rede federal foi de 1,7% e da estadual, de apenas 0,1%. Os concluintes, 53,0% do total de estudantes participantes, predominaram em todas as categorias administrativas, com exceção dos poucos estudantes da rede estadual, todos ingressantes.

A Região Sul participou com 3694 estudantes, 13,5% do total nacional. Predominaram os estudantes de instituições privadas, 3311, equivalentes a 89,6% do total regional. A rede federal foi representada por 225 estudantes (6,1%), a municipal, por 126 (3,4%) e a estadual, por 32 (0,9%). Os ingressantes, que representaram 54,0% do total de estudantes sulistas, predominaram em todas as categorias administrativas, com exceção das estaduais em que ingressantes e concluintes tiveram igual participação.

Com 2286 participantes, a Região Centro-Oeste concentrou 8,3% do total nacional. As instituições privadas foram as de maior representatividade, com 91,0% do total regional, seguidas pelas instituições federais, que participaram com 9,0% dos estudantes dessa Região. Não houve participação das redes estadual e municipal. Os ingressantes, cerca de 52% do total regional, predominaram na rede privada, enquanto os concluintes predominaram na rede federal.

Tabela 2.3 – Número de estudantes inscritos e presentes na prova do ENADE/2009 por Categoria Administrativa segundo Região e grupos de estudantes – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Região / Grupos	Categoria Administrativa				
	Total	Federal	Estadual	Municipal	Privada
Brasil	27418	1068	68	549	25733
Ingressantes	13276	519	45	259	12453
Concluintes	14142	549	23	290	13280
Norte	864	121	0	0	743
Ingressantes	407	85	0	0	322
Concluintes	457	36	0	0	421
Nordeste	3121	216	21	0	2884
Ingressantes	1491	122	14	0	1355
Concluintes	1630	94	7	0	1529
Sudeste	17453	301	15	423	16714
Ingressantes	8196	108	15	190	7883
Concluintes	9257	193	0	233	8831
Sul	3694	225	32	126	3311
Ingressantes	1995	114	16	69	1796
Concluintes	1699	111	16	57	1515
Centro-Oeste	2286	205	0	0	2081
Ingressantes	1187	90	0	0	1097
Concluintes	1099	115	0	0	984

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Quanto à Organização Acadêmica, a Tabela 2.4 nos mostra que, em todas as Regiões brasileiras, predominaram as universidades, cujos 122 cursos, 33,2% do total nacional, concentraram 12748 estudantes inscritos e presentes na prova, o equivalente a 46,5% do total nacional. As faculdades participaram com 10177 estudantes, 37,1% em termos nacionais, enquanto os centros universitários foram representados por 4445 estudantes inscritos e presentes na prova, 16,2% do total nacional. Os IFECTs também participaram com 48 estudantes inscritos e presentes, 0,2% do total nacional.

Os concluintes, 51,6% do total de estudantes brasileiros, predominaram nas universidades e nas faculdades, enquanto os ingressantes foram a maioria dos estudantes dos centros universitários e a totalidade daqueles provenientes dos institutos tecnológicos.

Na Região Norte, as faculdades concentraram 403 dos 864 participantes, 46,3% do total regional, a maioria (60,3%) concluintes. As universidades participaram com 268 estudantes (31,0%), 59,0% concluintes. Os centros universitários contaram com 145 estudantes (16,8%), dos quais 61,4% eram ingressantes. Os 48 estudantes dos institutos tecnológicos, todos ingressantes, representaram 5,6% do total regional.

Dos 3121 participantes da Região Nordeste, 1859, quase 60% do total regional, eram de faculdades. As universidades participaram com 33,1% e os centros universitários, com 7,3% do total de estudantes. Os concluintes, que representaram 52,2% dos estudantes

nordestinos, foram maioria tanto nas universidades quanto nos centros universitários, enquanto os ingressantes predominaram entre os estudantes das faculdades.

As universidades da Região Sudeste concentraram mais de 50% dos 17453 estudantes da Região, a maior proporção dentre todas as Regiões brasileiras. As faculdades foram representadas por 5561 estudantes (31,9%) e os centros universitários, por 3088 (17,7%). Com exceção dos estudantes dos centros universitários, onde os ingressantes representaram a maioria dos participantes (53,6%), em todos os tipos de Organização Acadêmica, os concluintes participaram em maior número.

Na Região Sul, 49,2% dos 3694 estudantes eram de universidades. As faculdades participaram com 1241 estudantes, 33,6% do total regional, enquanto os centros universitários contaram com a participação de 636 estudantes, 17,2%. Os ingressantes predominaram em todos os tipos de Organização Acadêmica, chegando a representar 57,9% dos estudantes das faculdades.

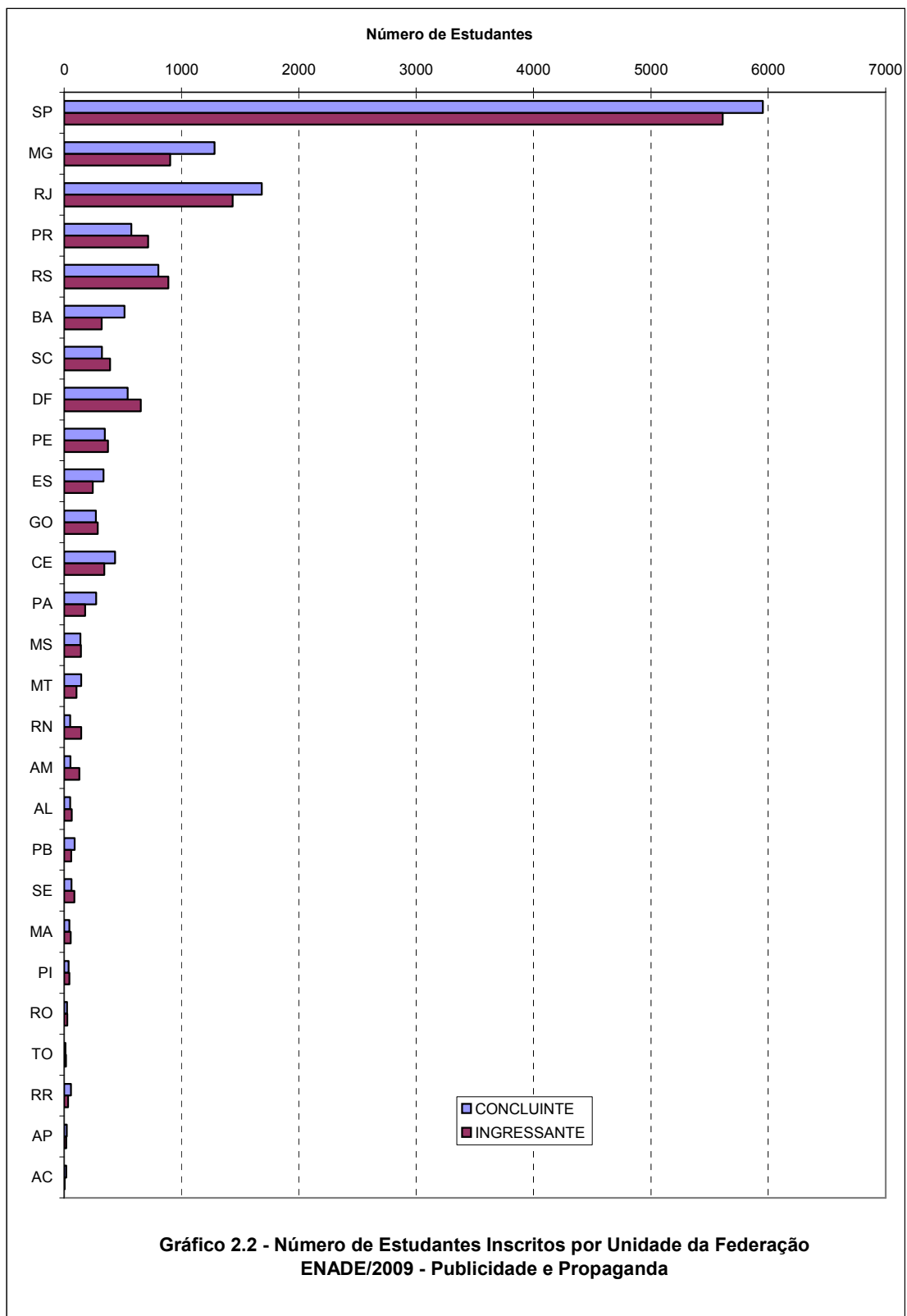
Na Região Centro-Oeste, 1113 dos 2286 estudantes eram de faculdades, equivalendo a 48,7% do total da Região. A proporção de estudantes de universidades foi de 36,1% e de centros universitários, de 15,2%. Os ingressantes, que foram 51,9% do total de estudantes, predominaram nas faculdades, enquanto os concluintes foram maioria nas universidades e nos centros universitários.

Tabela 2.4 – Número de estudantes inscritos e presentes na prova do ENADE/2009 por Organização Acadêmica segundo Região e grupos de estudantes – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Região / Grupos	Organização Acadêmica					
	Total	Universidade	Centro Universitário	Faculdade	Centro Federal de Educação Tecnológica	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia
Brasil	27418	12748	4445	10177	0	48
Ingressantes	13276	5966	2313	4949	0	48
Concluintes	14142	6782	2132	5228	0	0
Norte	864	268	145	403	0	48
Ingressantes	407	110	89	160	0	48
Concluintes	457	158	56	243	0	0
Nordeste	3121	1033	229	1859	0	0
Ingressantes	1491	495	51	945	0	0
Concluintes	1630	538	178	914	0	0
Sudeste	17453	8804	3088	5561	0	0
Ingressantes	8196	4069	1655	2472	0	0
Concluintes	9257	4735	1433	3089	0	0
Sul	3694	1817	636	1241	0	0
Ingressantes	1995	918	358	719	0	0
Concluintes	1699	899	278	522	0	0
Centro-Oeste	2286	826	347	1113	0	0
Ingressantes	1187	374	160	653	0	0
Concluintes	1099	452	187	460	0	0

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

No Gráfico 2.2 é apresentada uma representação da quantidade de estudantes (ingressantes e concluintes) inscritos e presentes na prova por unidade da federação. Os resultados mostraram que em 14 estados a quantidade de ingressantes superou a de concluintes. No estado de Mato Grosso do Sul a quantidade de ingressantes é semelhante a de concluintes.



Capítulo 3

Análise Técnica da Prova

Este capítulo tem por objetivo apresentar o desempenho dos estudantes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA no ENADE/2009. Para isso, foram calculadas as estatísticas básicas da prova como um todo, bem como as estatísticas das questões relacionadas à Formação Geral e ao Componente Específico. Nas Tabelas, são apresentadas as seguintes estatísticas: total da população de presentes, média, erro-padrão da média, desvio-padrão, mediana, nota máxima, nota mínima e coeficiente de assimetria (ver definição em 1.4.3). As estatísticas apresentadas neste capítulo contemplam, separadamente, os ingressantes, os concluintes e o total de estudantes, e foram calculadas tendo-se em vista as seguintes agregações: (a) Região Geográfica e País e (b) a Categoria Administrativa e a Organização Acadêmica.

As notas brutas das questões discursivas em cada uma das partes, Formação Geral/Componente Específico, foram calculadas a partir da média simples das notas de cada uma das questões correspondentes. A primeira questão discursiva da Formação Geral foi desconsiderada e, portanto, a nota bruta referente às questões discursiva de Formação Geral foi igual à nota da questão mantida, a segunda. No Componente Específico, a nota bruta correspondeu à média das notas nas três questões.

As notas brutas das questões objetivas de cada uma das partes, Formação Geral/Componente Específico, foram calculadas a partir dos acertos dos estudantes considerando-se uma regra de três para a conversão para a escala de 0 a 100, descontando-se aquelas questões que foram desconsideradas pela comissão ou que não passaram pelo teste do índice de discriminação ponto-bisserial (ver seção 1.4.6 para a descrição do índice). Questões com índices de discriminação inferior a 0,2 foram excluídas do cálculo da nota do estudante. As notas brutas de Formação Geral e no Componente Específico para cada um dos estudantes foram calculadas como médias ponderadas das suas notas nas questões objetivas e discursivas, ponderação diferente para cada parte:

$$C_{FG} = 0,6 \times C_{FG}^{OBJ} + 0,4 \times C_{FG}^{DIS}$$

$$C_{CE} = 0,85 \times C_{CE}^{OBJ} + 0,15 \times C_{CE}^{DIS}$$

onde C_{FG} é a nota bruta da Formação Geral, C_{FG}^{OBJ} é a nota bruta nas questões objetivas da Formação Geral, C_{FG}^{DIS} é a nota bruta nas questões discursivas da Formação Geral, C_{CE} é a

nota bruta do Componente Específico, C_{CE}^{OBJ} é a nota bruta nas questões objetivas do Componente Específico, e C_{CE}^{DIS} é a nota bruta nas questões discursiva do Componente Específico.

A nota bruta da prova, C_{GER} , por sua vez, é também uma média ponderada da nota de cada uma das partes, Formação Geral/Componente Específico:

$$C_{GER} = 0,25 \times C_{FG} + 0,75 \times C_{CE}.$$

3.1 Estatísticas Básicas da Prova

3.1.1 Estatísticas Básicas Gerais

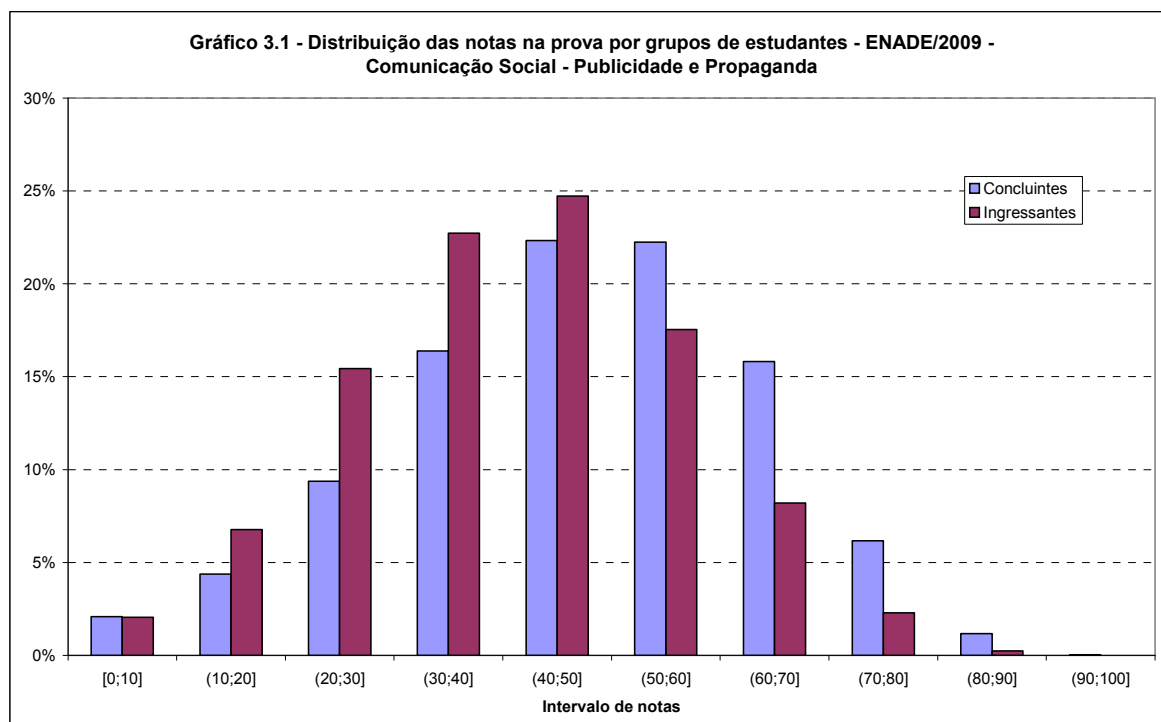
A Tabela 3.1 apresenta as estatísticas básicas da prova por grupo de estudantes. O total de estudantes inscritos para a prova foi de 36585. Destes, 74,9% compareceram, sendo que a presença foi maior entre concluintes (85,2%) do que entre ingressantes (66,4%). A média geral da prova foi de 44,02, sendo que os ingressantes obtiveram média mais baixa, de 40,87, que os concluintes, cuja média foi 46,98. O desvio-padrão geral foi de 16,3, sendo o do grupo de ingressantes menor (15,2), indicando que, em contraposição ao grupo dos concluintes (16,7), aqueles possuíram uma distribuição mais homogênea nas notas. A nota máxima foi 92,4, obtida por pelo menos um concluinte ao passo que a maior nota obtida por um ingressante foi 88,7. Os coeficientes de assimetria para os dois grupos considerados, o de concluintes e o de ingressantes, bem como para a população como um todo foram todos negativos, indicando uma maior concentração à esquerda da distribuição e um maior espalhamento à direita.

**Tabela 3.1 – Estatísticas Básicas da Prova por grupo de estudantes
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Média	44,02	40,87	46,98
Erro padrão da média	0,10	0,13	0,14
Desvio padrão	16,3	15,2	16,7
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	44,6	41,2	48,0
Nota máxima	92,4	88,7	92,4
Assimetria	-0,2	-0,1	-0,3

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Uma comparação entre o desempenho de ingressantes e concluintes pode ser realizada a partir dos dados apresentados no Gráfico 3.1. Cumpre destacar que as notas dos concluintes, de um modo geral, foram mais elevadas do que as dos ingressantes, cuja distribuição de notas está à esquerda dos primeiros. A ideia de melhor desempenho é reforçada pelas notas medianas dos dois grupos: 48,0 entre os concluintes e 41,2 entre os ingressantes. Nas faixas de notas até 50 pontos o percentual de ingressantes é maior que o dos concluintes, situação esta que se inverte para as faixas de notas superiores a 50 pontos. Constatou-se que, aproximadamente 28,3% dos ingressantes e 45,4% dos concluintes situam-se nas faixas de notas superiores a 50,0 pontos



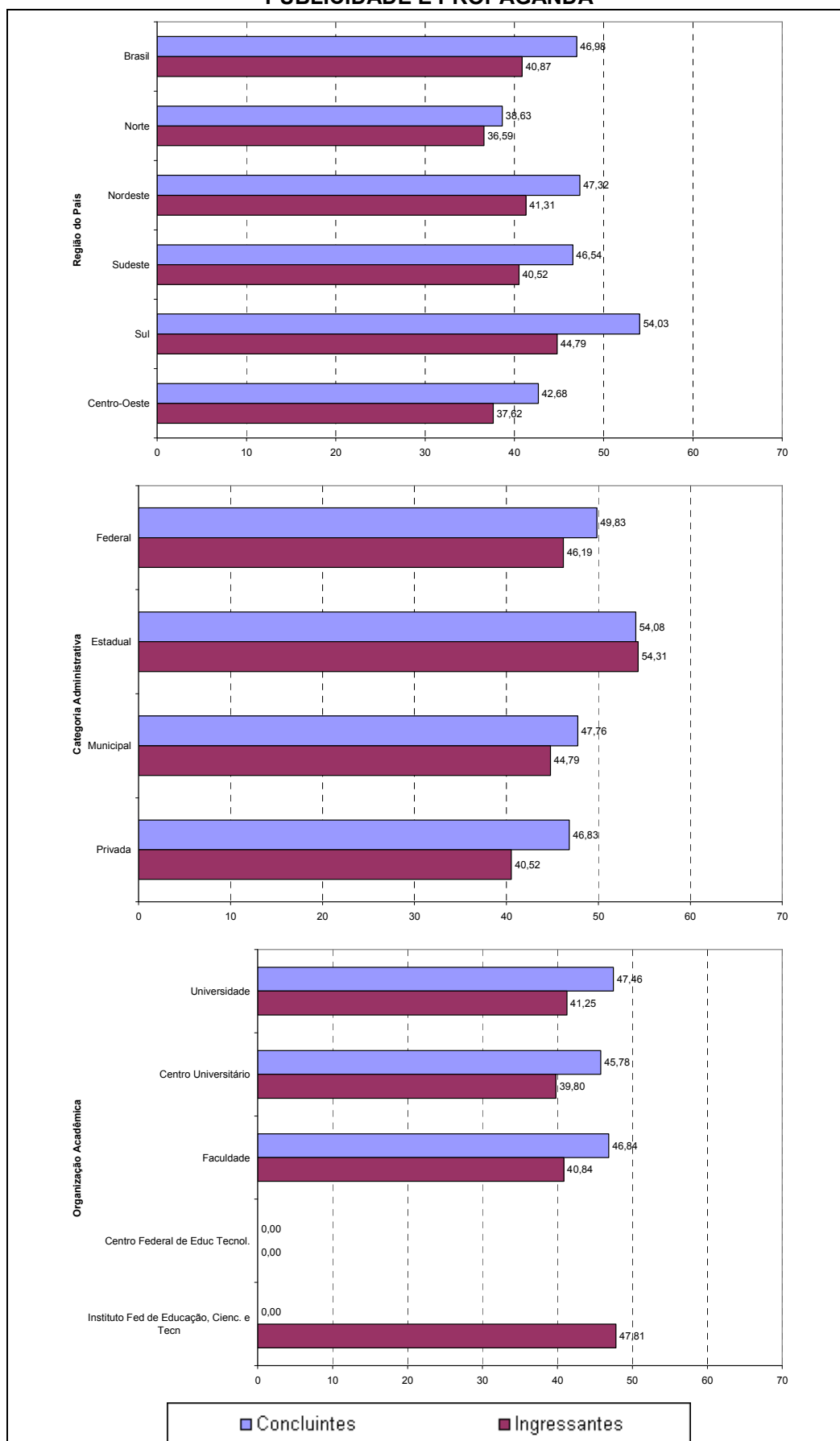
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

O Gráfico 3.2 apresenta informações referentes ao desempenho geral de ingressantes e concluintes, comparando os resultados considerando a Região, Categoria Administrativa e Organização Acadêmica. Levando-se em conta as notas médias dos estudantes em cada Região, observa-se que, há nos dois grupos, uma variação expressiva entre as Regiões. As notas médias mais elevadas entre os concluintes ocorreram nas Regiões Sul (54,03) e Nordeste (47,32), ambas acima da média nacional (46,98). Em relação aos ingressantes, as médias mais altas foram obtidas também nas Regiões Sul (44,79) e Nordeste (41,31), nas demais Regiões a média foi inferior à média nacional (40,87). Na Região Norte, foi obtida a média de notas mais baixa entre os concluintes (38,63) e ingressantes (36,59).

Cursos nesta área só foram oferecidos em instituições federais, estaduais, municipais e privadas. Levando-se em conta os agrupamentos dos estudantes em categorias administrativas, observa-se que a pontuação média mais elevada entre os concluintes e ingressantes foi encontrada em instituições de origem estadual (respectivamente 54,08 e 54,31) – ambas acima da média nacional.

Tendo como foco as notas médias dos estudantes agrupados por Organização Acadêmica, notamos que Universidades apresentaram as maiores médias entre os concluintes (47,46) e Institutos Federais de Educação, Ciência. e Tecnologia apresentaram as maiores médias entre os ingressantes (47,81). Ao passo que as piores notas médias foram observadas nos Centros Universitários para concluintes (45,78) e ingressantes (39,80).

Gráfico 3.2 – Notas médias na prova segundo Região, Categoria Administrativa e Organização Acadêmica, por grupo de estudantes – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

3.1.2 Estatísticas Básicas de Formação Geral

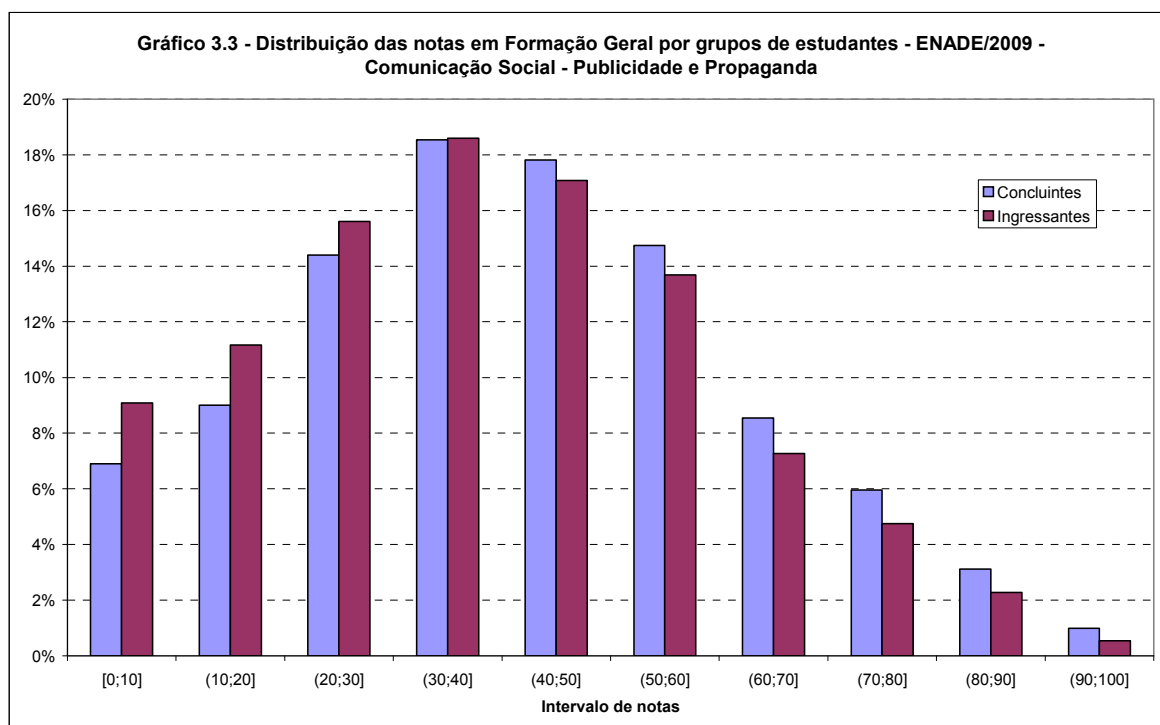
A Tabela 3.2 apresenta as estatísticas básicas de Formação Geral por grupo de estudantes. O total de estudantes inscritos para a prova foi de 36585. Destes, 74,9% compareceram, sendo que a presença foi maior entre concluintes (85,2%) do que entre ingressantes (66,4%). A média geral da parte da prova de Formação Geral foi de 39,94, sendo que os ingressantes obtiveram média mais baixa, 38,47, que os concluintes, cuja média foi 41,32. O desvio-padrão geral foi de 20,3, sendo o do grupo de ingressantes menor (20,0), indicando que, em contraposição ao grupo dos concluintes (20,4), aqueles possuíram uma distribuição mais homogênea nas notas. A nota máxima foi 91,4, obtida por estudantes de ambos os grupos. Para esta componente, assim como para a nota geral, os coeficientes de assimetria foram positivos para todos os grupos.

Tabela 3.2 – Estatísticas Básicas de Formação Geral por grupo de estudantes ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Média	39,94	38,47	41,32
Erro padrão da média	0,12	0,17	0,17
Desvio padrão	20,3	20,0	20,4
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	35,6	34,2	41,5
Nota máxima	91,4	91,4	91,4
Assimetria	0,3	0,3	0,2

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

O Gráfico 3.3 permite a comparação entre concluintes e ingressantes relativamente ao desempenho na parte da prova que aborda a Formação Geral. Nesta parte, se excluídas as provas com nota zero, tal como na prova como um todo, também os concluintes apresentaram desempenho superior, embora reste perceptível um maior equilíbrio. A mediana dos concluintes foi superior à dos ingressantes, o mesmo acontecendo com a média. Dos ingressantes, aproximadamente 28,5% alcançaram nota superior a 50; dentre os concluintes, o percentual dos estudantes nesta faixa de notas foi igual a 33,3%.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

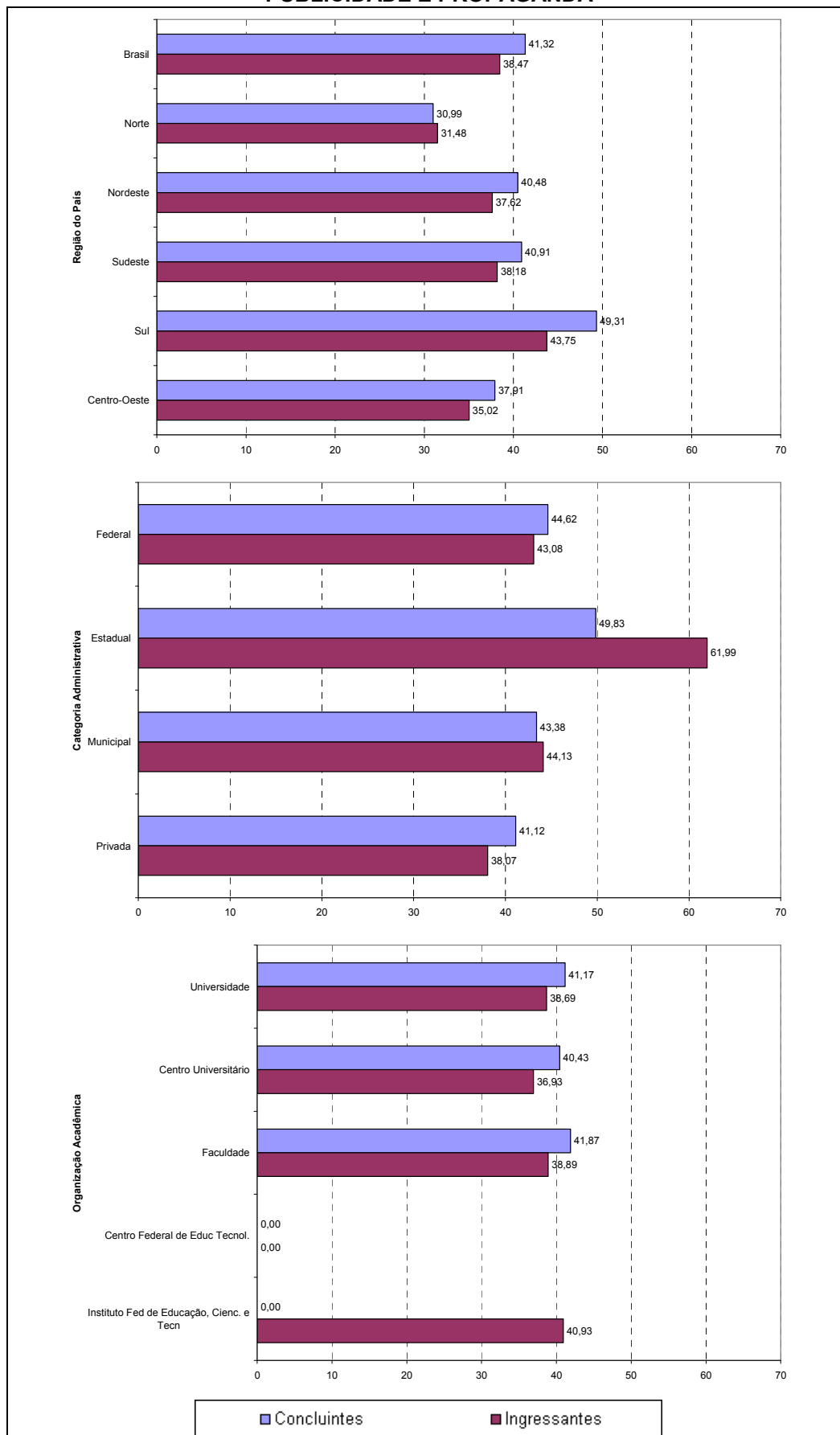
No Gráfico 3.4 são apresentadas as informações referentes ao desempenho dos ingressantes e dos concluintes na parte de Formação Geral, em diferentes agregações como Região, Categoria Administrativa e Organização Acadêmica.

Considerando-se as notas médias dos estudantes segundo cada Região, observou-se que, tanto no grupo dos ingressantes quanto no grupo dos concluintes, houve diferenças marcantes. As médias variam, entre os concluintes, de 30,99 na Região Norte a 49,31 na Região Sul. Entre os ingressantes, os valores foram de 31,48 na Região Norte a 43,75 na Região Sul. A maior dispersão de notas dos estudantes de uma dada Região foi encontrada no Norte tanto para os concluintes quanto para os ingressantes. Nas Regiões Nordeste, Sudeste, Sul e Centro-Oeste os concluintes apresentaram médias maiores do que os ingressantes, a situação inversa aconteceu no Norte. Todas as Regiões apresentaram concluintes.

Tendo como foco as categorias administrativas, destacou-se que todas as instituições estavam representadas. Sendo que as notas médias das estaduais foram superiores para ingressantes (61,99) e concluintes (49,83); As notas mais baixas para ambos os grupos foram encontradas nas instituições privadas. Os estudantes das instituições privadas se apresentam mais homogêneos, já que o desvio padrão para concluintes e ingressantes é o menor dos valores encontrados.

Considerando-se o tipo de Organização Acadêmica, as Faculdades apresentaram o maior valor para concluintes (41,87). Os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia apresentaram o maior valor para ingressantes (40,93), sendo que estes não apresentaram concluintes. Os estudantes das Universidades se apresentaram mais homogêneos. Os Centros Federais de Educação Tecnológica não estavam representados nesta área.

Gráfico 3.4 – Notas médias de Formação Geral segundo Região, Categoria Administrativa e Organização Acadêmica, por grupo de estudantes – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

3.1.3 Estatísticas Básicas do Componente Específico

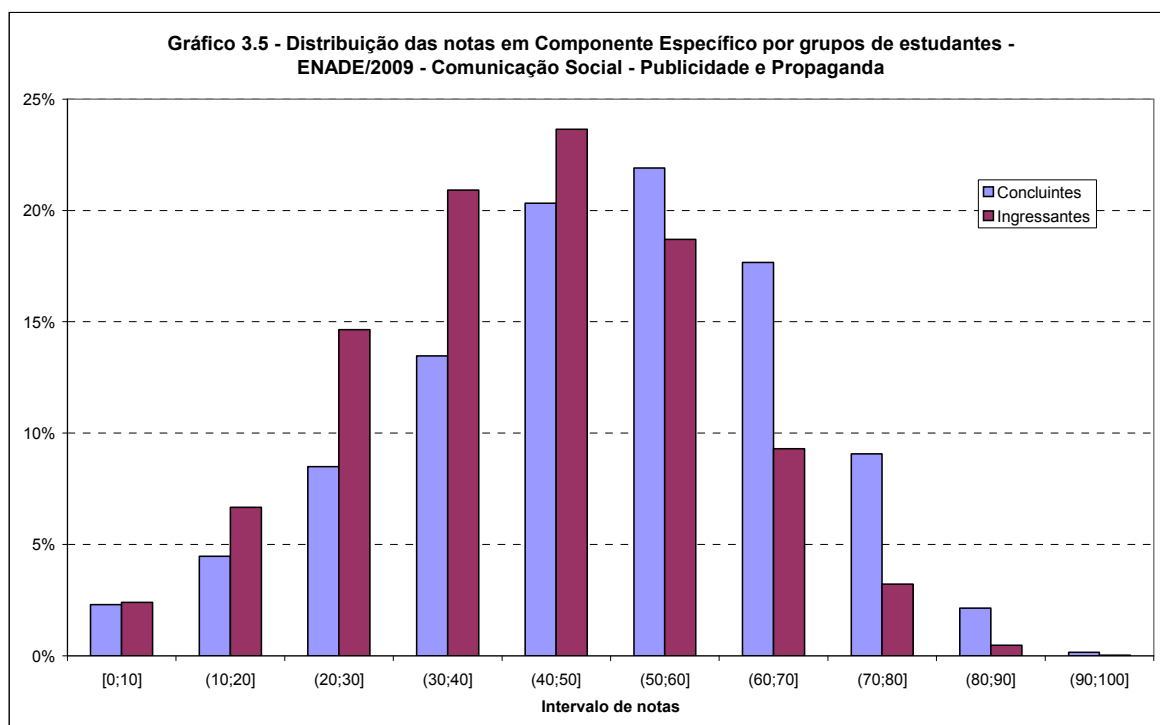
A Tabela 3.3 apresenta as estatísticas básicas referentes ao Componente Específico da prova, tendo sua média geral, de 45,44, superior ao desempenho da prova de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA como um todo, cuja média foi 44,02, como apresentado na Tabela 3.1, que por sua vez foi superior ao desempenho na Formação Geral, que teve média igual a 39,94, conforme mostrado na Tabela 3.2. Os concluintes apresentaram um desempenho médio (48,92) superior ao dos ingressantes (41,73), havendo ainda indícios de maior homogeneidade entre as notas médias dos ingressantes do que entre as dos concluintes, como sugeriu o desvio padrão, menor no grupo dos ingressantes do que no dos concluintes. As notas máximas obtidas por concluintes (93,8) foram superiores às obtidas por ingressantes (92,0). As distribuições de notas para cada grupo se apresentaram com uma inclinação para notas maiores, como evidenciados pelos coeficientes de assimetria negativos.

Tabela 3.3 – Estatísticas Básicas do Componente Específico por grupo de estudantes ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Média	45,44	41,73	48,92
Erro padrão da média	0,11	0,14	0,15
Desvio padrão	17,4	16,1	17,9
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	46,4	42,3	50,3
Nota máxima	93,8	92,0	93,8
Assimetria	-0,2	-0,1	-0,4

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

A situação de assimetria é confirmada pelo Gráfico 3.5 que proporciona uma comparação do desempenho entre concluintes e ingressantes em relação ao Componente Específico da prova. Dentre as três comparações já feitas (confrontar com Gráficos 3.1 e 3.3) observa-se que, neste componente, a diferença de desempenho entre concluintes e ingressantes é positivamente a favor dos concluintes. Claramente a distribuição das notas médias dos ingressantes, à esquerda daquela dos concluintes, evidenciou o percentual mais elevado de notas médias nas faixas mais baixas para este grupo. As medianas das distribuições das notas dos ingressantes e dos concluintes foram 42,3 e 50,3, respectivamente, enfatizando o melhor desempenho dos concluintes nesta parte da prova. Entre os ingressantes, 31,7% dos estudantes obtiveram notas superiores a 50 e entre os concluintes, 50,9%.



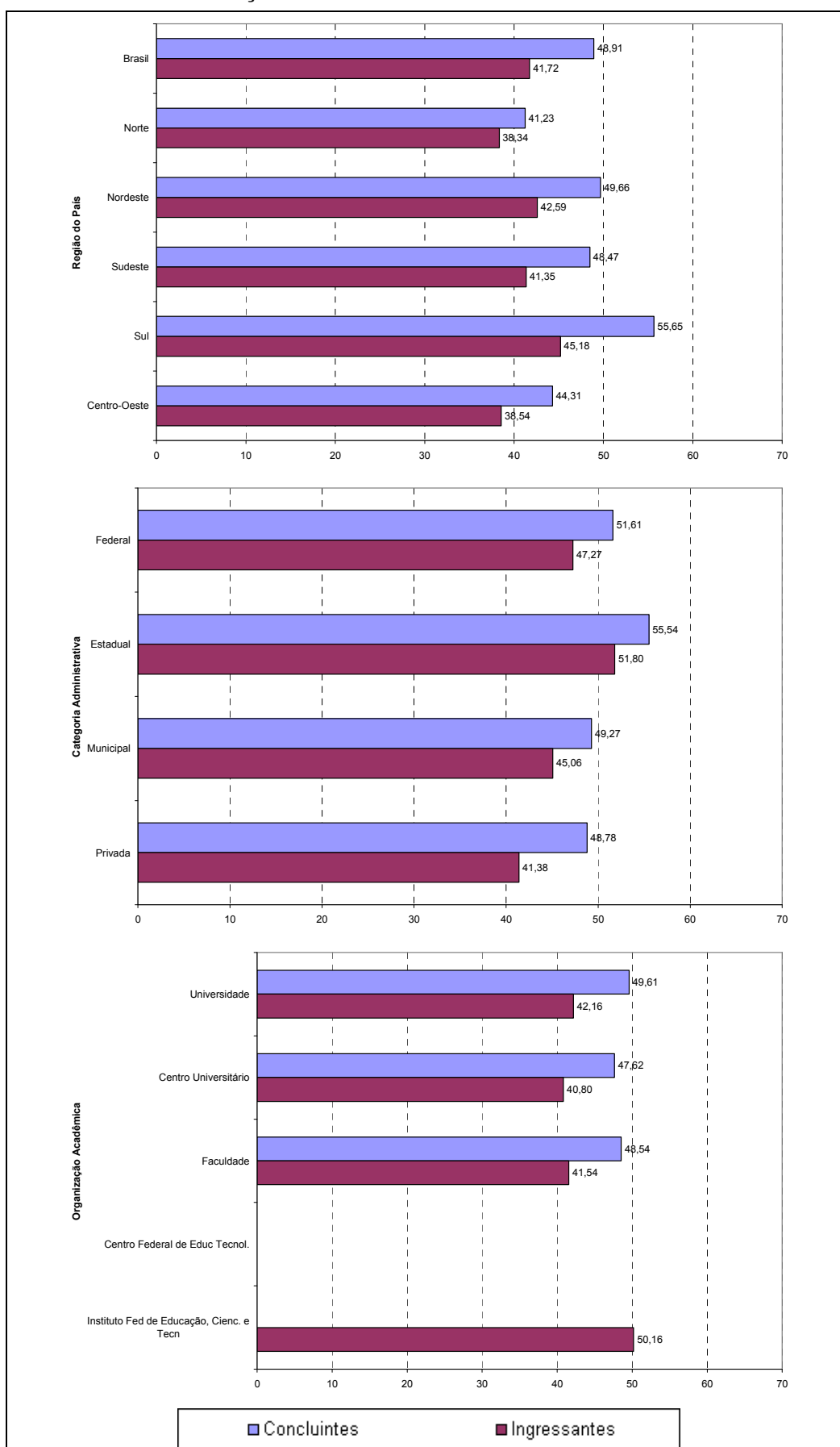
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Assim como os Gráficos 3.2 e 3.4, o Gráfico 3.6 apresenta uma comparação dos resultados em relação às Regiões, Categoria Administrativa e Organização Acadêmica, agora levando em conta o desempenho dos ingressantes e dos concluintes no Componente Específico da prova.

Tendo como foco as notas médias dos estudantes, em determinada Região, observa-se que, entre os concluintes, as mais elevadas foram encontradas nas Regiões Nordeste (49,66) e Sul (55,65), valores acima da média nacional para esta componente (48,91). Entre os ingressantes, as maiores notas ocorreram também nas Regiões Nordeste (42,59) e Sul (45,18), todos acima da média nacional (41,72).

Novamente, para a análise segundo a Categoria Administrativa, todas as entidades estão representadas. Observa-se comportamento semelhante àquele da Formação Geral, ou seja, as médias mais elevadas, tanto entre os concluintes como entre os ingressantes, foram encontradas em instituições de origem estadual (55,54 entre os concluintes e 51,80 entre os ingressantes). Os estudantes das instituições privadas apresentam uma maior homogeneidade. Quanto à Organização Acadêmica, o comentário é o mesmo já feito para a nota bruta e referente à Formação Geral: as Universidades, Centros Universitários, Faculdades e Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia estão representados neste curso. Considerando-se o tipo de Organização Acadêmica, entre os concluintes, Universidades apresentaram os maiores valores, seguidas das Faculdades e dos Centros Universitários. E entre os ingressantes, Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia apresentaram os maiores valores, seguidos das Universidades, das Faculdades e, por fim, dos Centros Universitários.

Gráfico 3.6 – Notas médias do Componente Específico segundo Região, Categoria Administrativa e Organização Acadêmica, por grupo de estudantes ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

3.2 Análise das Questões Objetivas

3.2.1 Formação Geral

A Tabela 3.4 apresenta as estatísticas básicas relativas às oito questões objetivas da Formação Geral dos estudantes. Adiantamos que a primeira questão foi desconsiderada pelo critério da correlação ponto-bisserial.

Como pode ser observado na Tabela 3.4, os estudantes concluintes obtiveram desempenho superior, com nota média de 51,29, em relação aos estudantes ingressantes cuja nota média foi 48,00. A variabilidade entre os concluintes foi um pouco menor do que entre os ingressantes, como indicaram os desvios-padrão de 21,0 e 21,3, respectivamente. A amplitude total das notas foi a mesma para ambos os grupos: nota mínima de 0,00 e máxima de 85,7. A mediana dos concluintes foi 57,1 e a dos ingressantes, 42,8. A assimetria, medida pelo coeficiente de assimetria (*skewness*) foi um pouco menor em módulo para os ingressantes (-0,3) do que para os concluintes (-0,4), ainda que ambos fossem negativos indicando uma assimetria para a direita, fato reforçado pelos valores menores das médias dos dois grupos quando comparados à mediana correspondente.

Tabela 3.4 – Estatísticas Básicas das Questões Objetivas de Formação Geral por grupo de estudantes – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Média	49,70	48,00	51,29
Erro padrão da média	0,13	0,19	0,18
Desvio padrão	21,2	21,3	21,0
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	57,1	42,8	57,1
Nota máxima	85,7	85,7	85,7
Assimetria	-0,3	-0,3	-0,4

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

A Tabela 3.5 apresenta a classificação das questões objetivas da Formação Geral, segundo o índice de facilidade (questões em vermelho foram desconsideradas pelo critério ponto-bisserial). Como as questões foram comuns a todas as áreas, a tabela apresenta a classificação considerando-se os concluintes de todas as áreas e aqueles do curso de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. De acordo com os índices obtidos, as questões objetivas da prova foram assim avaliadas para a área: das oito questões, duas tiveram entre 60%, inclusive, e 85% de acertos e foram classificadas como fáceis (somente uma para o total de concluintes); outras três foram consideradas medianas,

alcançando entre 40%, inclusive, e 60% de acertos (três para o total de concluintes); duas obtiveram entre 15%, inclusive, e 40% de acertos, sendo consideradas difíceis (três para o total de concluintes). Por fim, uma foi classificada como muito difícil tendo obtido percentual menor do que 15% de acertos (uma para o total de concluintes), coincidentemente a questão desconsiderada pelo critério ponto-biserial. Nenhuma questão foi classificada na categoria Muito fácil.

Tabela 3.5 – Classificação das questões objetivas de Formação Geral segundo índice de facilidade – ENADE/2009 – Todas as áreas e COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Índice de Facilidade (IF)	Classificação	Questões	
		Todas	COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA
$IF \geq 0,85$	Muito Fácil		
$0,85 > IF \geq 0,60$	Fácil	8	7, 8
$0,60 > IF \geq 0,40$	Médio	2, 3, 7	2, 3, 6
$0,40 > IF \geq 0,15$	Difícil	4, 5, 6	4, 5
$0,15 > IF$	Muito difícil	1	1

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

A Tabela 3.6 descreve os resultados das análises das questões objetivas relativas à Formação Geral, segundo o poder de discriminação, utilizando-se para tal o índice de discriminação ponto-biserial. Como as questões foram comuns a todas as áreas, a tabela apresenta a classificação considerando-se os concluintes de todas as áreas e aqueles do curso de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. A desconsideração da questão segundo este critério considerou o universo de todos os concluintes. Duas das oito questões apresentaram índices iguais ou acima de 0,40 (nenhuma para a população de concluintes como um todo), sendo, portanto, classificadas como muito boas nesta característica, para este grupo de estudantes, uma foi classificada como boa com índice entre 0,30, inclusive, e 0,40 (três para os concluintes como um todo) e quatro foram classificadas como médias, com índice entre 0,20, inclusive, e 0,30 (quatro para os concluintes como um todo). Uma das questões foi classificada como fraca tanto para a população de concluintes como um todo como para a de concluintes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA e foi desconsiderada pelo critério.

Tabela 3.6 – Classificação das questões objetivas de Formação Geral segundo índice de discriminação – ENADE/2009 – Todas as áreas e COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Índice de Discriminação (ID)	Classificação	Questões	
		Todas	COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA
$ID \geq 0,40$	Muito Bom		7, 8
$0,40 > ID \geq 0,30$	Bom	6, 7, 8	6
$0,30 > ID \geq 0,20$	Médio	2, 3, 4, 5	2, 3, 4, 5
$0,20 > ID$	Fraco	1	1

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Na sequência, no Quadro 3.1, estão especificadas, por questão, as habilidades aferidas pelas questões de Formação Geral da prova da COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, bem como os resultados da análise relativa aos índices de facilidade e de discriminação de cada questão. O índice de facilidade para a área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA teve uma variação considerável, oscilando entre 0,09 até 0,80 (na população de concluintes o intervalo foi de 0,08 a 0,75) e o de discriminação ficou entre 0,02 e 0,48 (na população de concluintes o intervalo foi de 0,02 a 0,39). A questão 8 aferiu as habilidades de “Ler e interpretar textos”, “Analisar e criticar informações”, “Extrair conclusões por indução e/ou dedução”, “Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações”, “Detectar contradições”, “Fazer escolhas valorativas avaliando consequências”, “Questionar a realidade”, e “Argumentar coerentemente” foi a que apresentou, para a população de concluintes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, maior poder discriminatório, ambas com índice de 0,48. A questão mais Fácil, com 80% de acertos, foi também a de número 8. De outra parte, a questão com menor índice de facilidade e de discriminação em Formação Geral foi a questão 1, que foi desconsiderada, e que deveria aferir as habilidades de “Analisar informações”; “Extrair conclusões” e “Propor soluções para situações-problema”.

Quadro 3.1
Temas predominantes e Habilidades Aferidas nas questões objetivas de Formação Geral
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

(continua)

Questão	Temas predominantes	Habilidades Aferidas	Índice de Facilidade	Índice de Discriminação (ponto-biserial)
1	Políticas públicas: educação, habitação, saneamento, saúde, segurança, defesa, desenvolvimento sustentável; Vida urbana e rural.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ler e interpretar textos; ▪ Analisar e criticar informações; ▪ Extrair conclusões por indução e/ou dedução; ▪ Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; ▪ Detectar contradições; ▪ Fazer escolhas valorativas avaliando consequências; ▪ Questionar a realidade; ▪ Argumentar coerentemente. 	0,09	0,02
2	Políticas públicas: educação, habitação, saneamento, saúde, segurança, defesa, desenvolvimento sustentável; Redes sociais e responsabilidade: setor público, privado, terceiro setor; Exclusão e minorias; Vida urbana e rural; Violência; Relações de trabalho; Diferentes mídias e tratamento da informação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisar e criticar informações; ▪ Extrair conclusões por indução e/ou dedução; ▪ Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; ▪ Detectar contradições; ▪ Fazer escolhas valorativas avaliando consequências; ▪ Questionar a realidade; ▪ Argumentar coerentemente. 	0,59	0,30
3	Ecologia; Políticas públicas: educação, habitação, saneamento, saúde, segurança, defesa, desenvolvimento sustentável; Redes sociais e responsabilidade: setor público, privado, terceiro setor; Avanços tecnológicos; Tecnociência; Diferentes mídias e tratamento da informação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ler e interpretar textos; ▪ Analisar e criticar informações; ▪ Extrair conclusões por indução e/ou dedução; ▪ Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; ▪ Detectar contradições; ▪ Fazer escolhas valorativas avaliando consequências; ▪ Questionar a realidade; ▪ Argumentar coerentemente. 	0,54	0,34
4	Globalização; Políticas públicas: educação, habitação, saneamento, saúde, segurança, defesa, desenvolvimento sustentável; Redes sociais e responsabilidade: setor público, privado, terceiro setor; Democracia e cidadania; Diferentes mídias e tratamento da informação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ler e interpretar textos; ▪ Analisar e criticar informações; ▪ Extrair conclusões por indução e/ou dedução; ▪ Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; ▪ Detectar contradições; ▪ Fazer escolhas valorativas avaliando consequências; ▪ Questionar a realidade; ▪ Argumentar coerentemente. 	0,30	0,24

Quadro 3.1
Temas predominantes e Habilidades Aferidas nas questões objetivas de Formação Geral
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

(continuação)

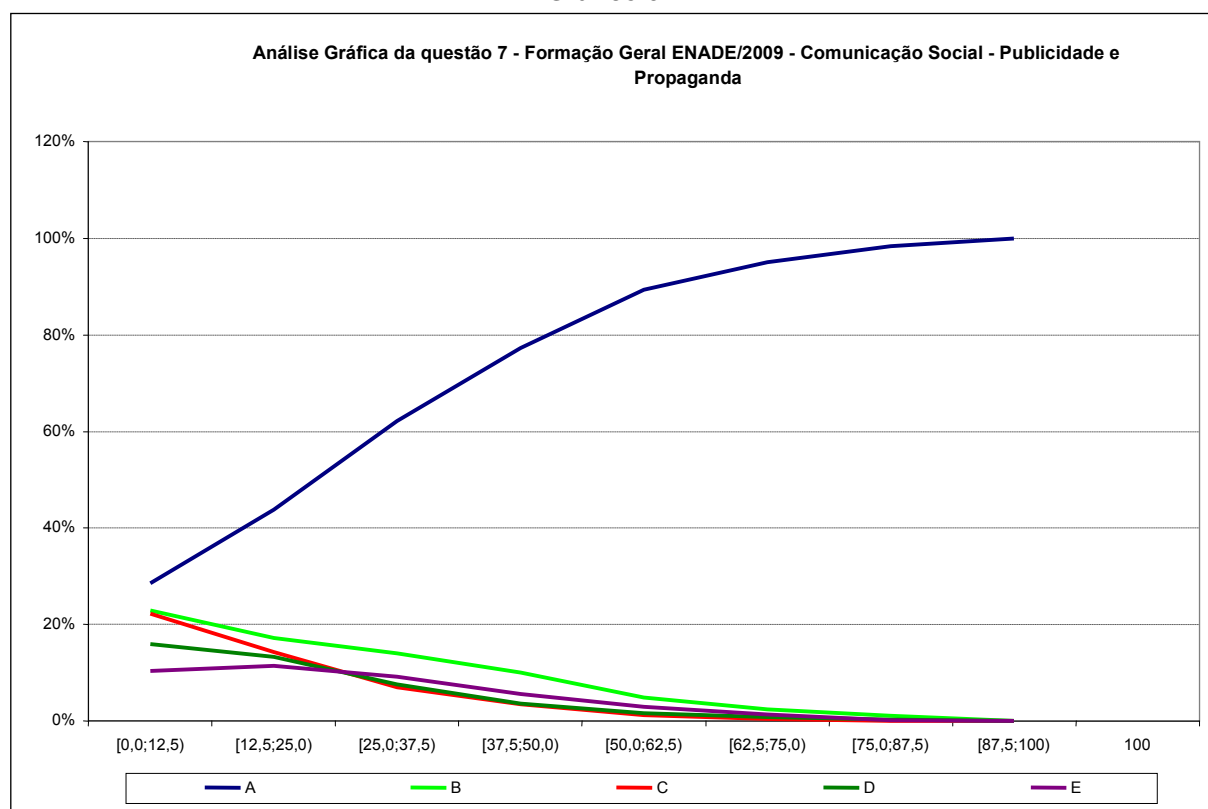
Questão	Temas predominantes	Habilidades Aferidas	Índice de Facilidade	Índice de Discriminação (ponto-bisserial)
5	Ecologia; Biodiversidade; Políticas públicas: educação, habitação, saneamento, saúde, segurança, defesa, desenvolvimento sustentável.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ler e interpretar textos; ▪ Analisar e criticar informações; ▪ Extrair conclusões por indução e/ou dedução; ▪ Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; ▪ Detectar contradições; ▪ Fazer escolhas valorativas avaliando consequências; ▪ Questionar a realidade; ▪ Argumentar coerentemente. 	0,31	0,26
6	Arte, cultura e filosofia; Mapas geopolíticos e socioeconômicos; Globalização; Relações interpessoais: respeitar, cuidar, considerar, conviver; Sociodiversidade: multiculturalismo, tolerância, inclusão; Avanços tecnológicos; Diferentes mídias e tratamento da informação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ler e interpretar textos; ▪ Analisar e criticar informações; ▪ Extrair conclusões por indução e/ou dedução; ▪ Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; ▪ Detectar contradições; ▪ Fazer escolhas valorativas avaliando consequências; ▪ Questionar a realidade; ▪ Argumentar coerentemente. 	0,46	0,39
7	Mapas geopolíticos e socioeconômicos; Globalização; Exclusão e minorias; Diferentes mídias e tratamento da informação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisar e criticar informações; ▪ Extrair conclusões por indução e/ou dedução; ▪ Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; ▪ Detectar contradições; ▪ Fazer escolhas valorativas avaliando consequências; ▪ Questionar a realidade; ▪ Argumentar coerentemente. 	0,73	0,45
8	Arte, cultura e filosofia; Mapas geopolíticos e socioeconômicos; Políticas públicas: educação, habitação, saneamento, saúde, segurança, defesa, desenvolvimento sustentável; Redes sociais e responsabilidade: setor público, privado, terceiro setor; Exclusão e minorias; Democracia e cidadania; Diferentes mídias e tratamento da informação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ler e interpretar textos; ▪ Analisar e criticar informações; ▪ Extrair conclusões por indução e/ou dedução; ▪ Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; ▪ Detectar contradições; ▪ Fazer escolhas valorativas avaliando consequências; ▪ Questionar a realidade; ▪ Argumentar coerentemente. 	0,80	0,48

O Gráfico 3.7 mostra, a título de ilustração, o comportamento das respostas à questão 7 de Formação Geral para os estudantes concluintes da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA como função da nota geral na prova⁴. Trata-se de uma questão considerada de dificuldade fácil para os concluintes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA de dificuldade média para o conjunto de concluintes de todas as áreas. O poder de discriminação foi muito bom para os estudantes da área e bom para o conjunto de todos os concluintes. Neste Gráfico, cada uma das cinco curvas, representou o percentual de respostas em determinada alternativa da questão, em função do escore total dos estudantes concluintes da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. A curva azul marinho corresponde à alternativa A, a correta para esta questão. Assim, observa-se que entre os estudantes com notas mais baixas – desempenho geral mais fraco na prova como um todo –, não há uma preponderância na escolha de nenhuma das alternativas, ainda que a alternativa correta seja já a mais frequente, seguida de alternativas incorretas, especialmente a alternativa B – curva verde claro e da alternativa C – curva em vermelho. A proporção de estudantes que selecionaram a resposta correta A, aumentou com o desempenho deste grupo de estudantes chegando ao acerto de 100% dos estudantes com notas pelo menos 87,5. Esta análise permitiu verificar como a questão discriminou entre os grupos de desempenho.

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

⁴ As notas da prova foram grupadas em 8 intervalos de amplitude 12,5, fechados à direita e abertos à esquerda e um ponto com a nota máxima.

Gráfico 3.7



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

3.2.2 Componente Específico

A Tabela 3.7 apresenta as estatísticas básicas em relação às questões objetivas do Componente Específico. Como pode ser observado, os estudantes concluintes obtiveram desempenho superior, com uma média de 52,78 pontos, em relação aos estudantes ingressantes com uma média de 45,54 pontos. Os desvios-padrão indicaram que a variabilidade entre os concluintes foi maior (19,2) do que entre os ingressantes (17,5). Os coeficientes de assimetria para os dois grupos foram negativos indicando uma inclinação para a direita. A assimetria foi, porém, maior entre os concluintes.

Tabela 3.7 – Estatísticas Básicas das Questões Objetivas do Componente Específico por grupo de estudantes – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Média	49,28	45,54	52,78
Erro padrão da média	0,11	0,15	0,16
Desvio padrão	18,7	17,5	19,2
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	50,0	45,3	54,6
Nota máxima	100,0	100,0	100,0
Assimetria	-0,3	-0,2	-0,5

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

A análise das questões objetivas do Componente Específico em COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, em relação ao grau de facilidade da prova (ver Tabela 3.8), mostrou que, das 27 questões, nenhuma se encontrou na categoria 'muito difícil' (percentual de acertos menor do que 15%) e nem na categoria 'muito fácil' (acima de 85% de acertos), oito tiveram classificação de nível 'médio' (entre 41% e 60% de acertos), quatro estavam na categoria 'fácil' (entre 61% e 85% de acertos) e onze tiveram a classificação 'difícil' (entre 15% e 40% de acertos). Foram desconsideradas pela Comissão quatro questões.

Tabela 3.8 – Classificação das questões objetivas do Componente Específico segundo índice de facilidade – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Índice de Facilidade (IF)	Classificação	Questões
$IF \geq 0,85$	Muito Fácil	
$0,85 > IF \geq 0,60$	Fácil	16, 17, 26, 29
$0,60 > IF \geq 0,40$	Médio	11, 12, 14, 20, 24, 31, 32, 35
$0,40 > IF \geq 0,15$	Difícil	13, 15, 21, 22, 23, 25, 27, 28, 30, 34, 36
$0,15 > IF$	Muito difícil	
	Cancelado Comissão	18, 19, 33, 37

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Das 27 questões objetivas relativas ao Componente Específico (ver Tabela 3.9), sete obtiveram o índice de discriminação muito bom, oito obtiveram o índice de discriminação bom e uma obteve nível de discriminação médio. O índice fraco que eliminaria a questão foi alcançado por sete questões. Foram desconsideradas pela comissão quatro questões.

Tabela 3.9 – Classificação das questões objetivas do Componente Específico segundo índice de discriminação – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Índice de Discriminação (ID)	Classificação	Questões
$ID \geq 0,40$	Muito Bom	11, 14, 17, 20, 24, 31, 35
$0,40 > ID \geq 0,30$	Bom	12, 13, 16, 23, 26, 29, 30, 32
$0,30 > ID \geq 0,20$	Médio	25
$0,20 > ID$	Fraco	15, 21, 22, 27, 28, 34, 36
	Cancelado Comissão	18, 19, 33, 37

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Na sequência, no Quadro 3.2 estão especificadas, por questão, as habilidades aferidas pelas questões do Componente Específico da prova, bem como os resultados da análise relativa aos índices de facilidade e de discriminação de cada questão.

Quadro 3.2
Conteúdos predominantes e Habilidades Aferidas nas questões objetivas do Componente
Específico
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

(continua)

Questão	Conteúdos predominantes	Habilidades Aferidas	Índice de Facilidade	Índice de Discriminação (ponto-bisserial)
11	História da Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender criticamente e analisar conceitos e teorias da área. ▪ Analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área. 	0,57	0,41
12	Teorias da Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender criticamente e analisar conceitos e teorias da área. ▪ Analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área. ▪ Refletir criticamente sobre as práticas profissionais na área da Comunicação. 	0,48	0,38
13	Teorias da Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender criticamente e analisar conceitos e teorias da área. ▪ Analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área. ▪ Refletir criticamente sobre as práticas profissionais na área da Comunicação. 	0,38	0,35
14	Tecnologias em Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dominar as linguagens usadas nos processos de comunicação, nos aspectos da criação e produção; ▪ Experimentar, desenvolver e inovar ações e linguagens midiáticas; ▪ Compreender a ação profissional mediada por suportes e técnicas comunicacionais. 	0,51	0,45
15	Linguagem e Expressão em Som e Imagem.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área; ▪ Experimentar, desenvolver e inovar ações e linguagens midiáticas; 	0,23	0,05
16	Políticas de Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área; ▪ Refletir criticamente sobre as práticas profissionais na área da Comunicação; ▪ Compreender a ação profissional mediada por suportes e técnicas comunicacionais. 	0,62	0,39
17	Sistemas de Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área. ▪ Refletir criticamente sobre as práticas profissionais na área da Comunicação. 	0,77	0,53
18	ANULADA			
19	ANULADA			
20	Estética na Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender criticamente e analisar conceitos e teorias da área. ▪ Dominar as linguagens usadas nos processos de comunicação, nos aspectos da criação e produção. ▪ Experimentar, desenvolver e inovar ações e linguagens midiáticas. 	0,60	0,47
21	Sociologia da Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender criticamente e analisar conceitos e teorias da área. ▪ Analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área. ▪ Refletir criticamente sobre as práticas profissionais na área da Comunicação. 	0,15	0,06

Quadro 3.2
Conteúdos predominantes e Habilidades Aferidas nas questões objetivas do Componente
Específico
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

(continuação)

Questão	Conteúdos predominantes	Habilidades Aferidas	Índice de Facilidade	Índice de Discriminação (ponto-biserial)
22	Mercado Midiático.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dominar as linguagens usadas nos processos de comunicação, nos aspectos da criação e produção. ▪ Experimentar, desenvolver e inovar ações e linguagens midiáticas. 	0,20	0,17
23	Crítica de Mídia.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área. ▪ Demonstrar atitudes e responsabilidades inerentes ao contexto ético-político da profissão. ▪ Refletir criticamente sobre as práticas profissionais na área da Comunicação. 	0,37	0,34
24	Formação da Opinião Pública.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demonstrar atitudes e responsabilidades inerentes ao contexto ético-político da profissão. ▪ Compreender a ação profissional mediada por suportes e técnicas comunicacionais. 	0,41	0,41
25	Pesquisa em Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Compreender criticamente e analisar conceitos e teorias da área. ▪ Analisar criticamente a realidade a partir dos conceitos e teorias da área. ▪ Experimentar, desenvolver e inovar ações e linguagens midiáticas. 	0,19	0,25
26	Marketing.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar e ordenar informações para subsidiar diagnósticos dos problemas\situação dos clientes. ▪ Realizar pesquisas de mercado e pesquisas científicas, bem como, analisar investigações quantitativas e qualitativas. ▪ Identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem nas práticas da profissão. ▪ Reconhecer as mudanças no público consumidor, sua formas de apreensão das mensagens, suas novas exigências e saber reagir a elas. 	0,61	0,39
27	Criação e Redação Publicitária.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar e ordenar informações para subsidiar diagnósticos dos problemas\situação dos clientes. ▪ Dominar linguagens, estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades. ▪ Identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem nas práticas da profissão. 	0,25	0,08
28	Legislação e Ética Profissional.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar a responsabilidade social da profissão, mantendo os compromissos éticos estabelecidos. ▪ Conhecer os códigos de ética profissional, os órgãos de regulamentação e legislação que contemplam a área. 	0,32	0,06

Quadro 3.2
Conteúdos predominantes e Habilidades Aferidas nas questões objetivas do Componente
Específico
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

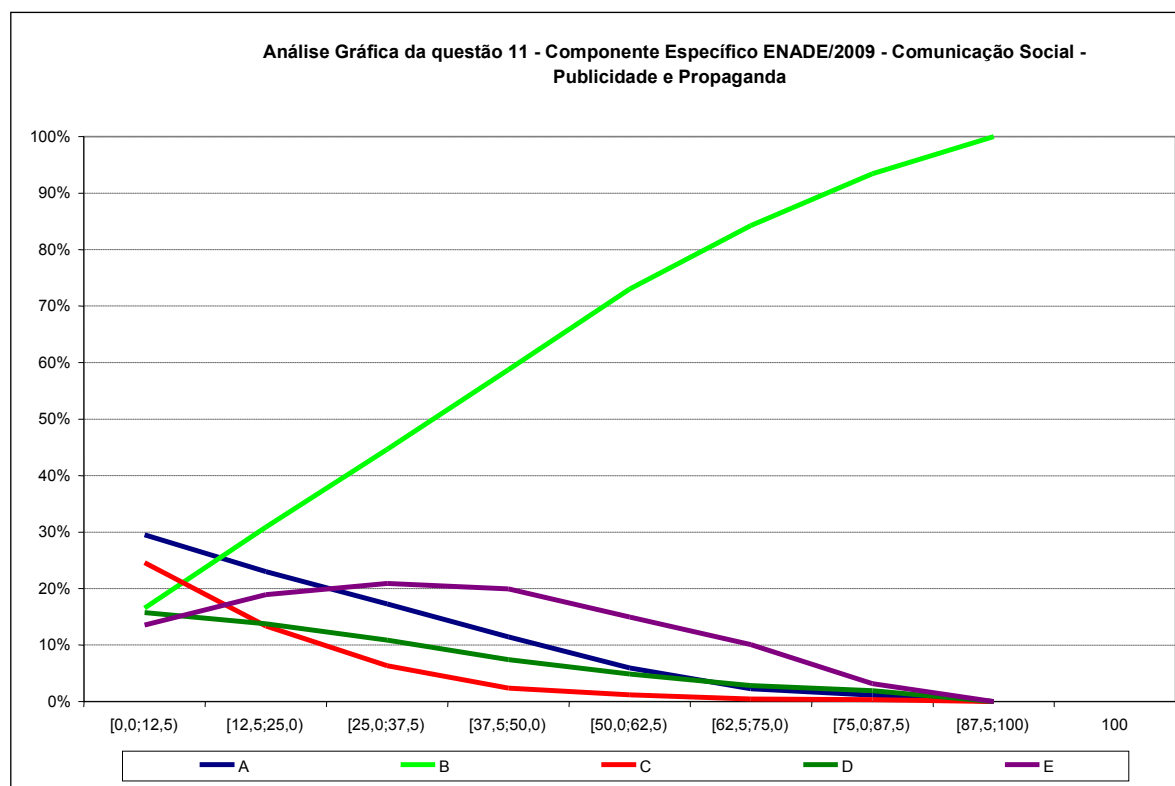
(continuação)

Questão	Conteúdos predominantes	Habilidades Aferidas	Índice de Facilidade	Índice de Discriminação (ponto-bisserial)
29	Comunicação Visual.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Executar e administrar o trabalho de criação, produção e veiculação de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais. ▪ Dominar linguagens, estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades. ▪ Identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem nas práticas da profissão. 	0,72	0,40
30	História da Arte.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dominar linguagens, estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades. 	0,30	0,35
31	Direção de Arte.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Executar e administrar o trabalho de criação, produção e veiculação de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais. ▪ Dominar linguagens, estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades. ▪ Identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem nas práticas da profissão. 	0,57	0,41
32	Produção Gráfica.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar e ordenar informações para subsidiar diagnósticos dos problemas\situação dos clientes; ▪ Executar e administrar o trabalho de criação, produção e veiculação de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais. ▪ Dominar linguagens, estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades. 	0,49	0,35
33	ANULADA			
34	Planejamento de Mídia.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reconhecer as mudanças no público consumidor, sua formas de apreensão das mensagens, suas novas exigências e saber reagir a elas. ▪ Conhecer a mídia correta para veiculação de cada campanha, bem como, ser capaz de comprar e negociar espaços utilizando-os com pertinência. 	0,15	0,04
35	Gestão de Negócios.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planejar, executar e administrar campanhas de comunicação, envolvendo além do uso da propaganda, a promoção de vendas, o merchandising, marketing direto, eventos, comunicação digital e demais ferramentas pertinentes à profissão. ▪ Gerenciar um negócio no campo da comunicação. 	0,58	0,42
36	Comportamento do consumidor.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Executar e administrar o trabalho de criação, produção e veiculação de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais. 	0,21	0,00
37	ANULADA			

O Gráfico 3.8 mostra, a título de ilustração, o comportamento da questão 11 do Componente Específico para os estudantes concluintes da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA como função da nota geral na prova⁵. Trata-se de uma questão considerada média para os concluintes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. O poder de discriminação foi muito bom para os estudantes da área. Neste Gráfico, cada uma das cinco curvas, representa o percentual de respostas em determinada alternativa da questão, em função da nota total dos estudantes concluintes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. A curva verde claro correspondeu à alternativa B, a correta para esta questão. Assim, observou-se que entre os estudantes com escores mais baixos – desempenho geral mais fraco na prova como um todo –, a tendência foi a escolha de uma alternativa incorreta, a alternativa A – curva azul marinho. A proporção de estudantes que selecionaram a resposta correta B aumentou com o desempenho deste grupo de estudantes chegando ao acerto de 100% dos estudantes com notas pelo menos 87,5. Esta análise permitiu verificar como a questão discriminou entre os grupos de desempenho.

Os Gráficos relativos às demais questões do Componente Específico constam do Anexo I.

Gráfico 3.8



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

⁵ Aqui também, as notas da prova foram grupadas em 8 intervalos de amplitude 12,5, fechados à direita e abertos à esquerda e um ponto com a nota máxima.

3.3 Análise das Questões Discursivas

3.3.1 Formação Geral

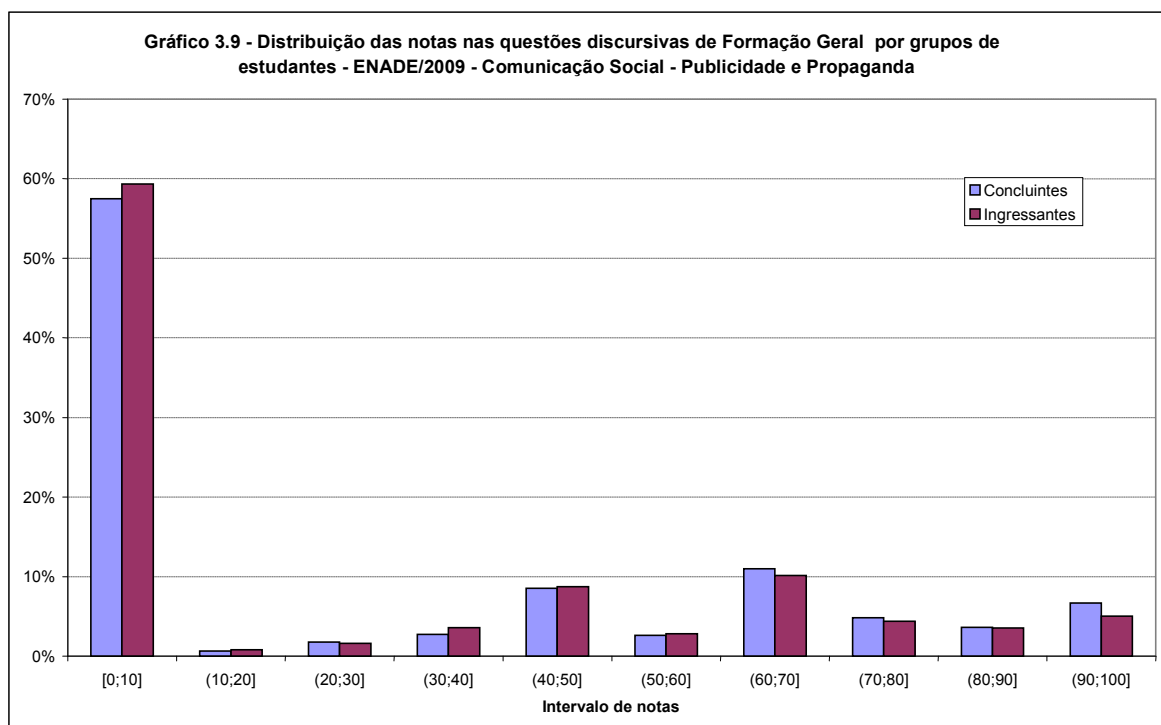
A Tabela 3.10 apresenta as estatísticas básicas da prova por grupo de estudantes. A análise dos resultados de desempenho dos estudantes nas questões discursivas que são apresentados na tabela 3.10 e no gráfico 3.9 mostrou que as notas foram mais baixas no conjunto dessas questões que no das questões objetivas. O total de estudantes inscritos para a prova foi de 36585. Destes, 74,9% compareceram, sendo que a presença foi maior entre concluintes (85,2%) do que entre ingressantes (66,4%). A média geral da prova foi de 25,42, sendo que os ingressantes obtiveram média mais baixa, de 24,29, que os concluintes, cuja média foi 26,48. O desvio-padrão geral foi de 33,4, sendo o do grupo de ingressantes menor (32,6), em relação ao grupo dos concluintes (34,2), aqueles possuíram uma distribuição mais homogênea nas notas. A nota máxima foi 100,0, atingida por concluintes e ingressantes. Os coeficientes de assimetria para os dois grupos considerados, o de concluintes e o de ingressantes, bem como para a população como um todo foram todos positivos, indicando uma maior concentração à esquerda da distribuição. Para todos os grupos, mais de metade dos estudantes presentes obtiveram nota zero nas questões discursivas da Formação Geral. Das 16705 provas com nota zero, 602 (3,6%) continham um protesto, 5289 (31,7%) estavam em branco e 10814 (64,7%) foram respondidas, porém de forma inadequada. Entre os concluintes, a maioria (65,7%) dentre aqueles com nota zero estava com as provas respondidas de forma inadequada. Entre os ingressantes, 63,7% das notas nulas decorreram de correção.

Tabela 3.10 – Estatísticas Básicas das questões discursivas de Formação Geral por grupo de estudantes – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Notas =0	16705	8265	8440
% notas=0	60,9%	62,3%	59,7%
Nota=0 p/Protesto	602	264	338
Nota=0 em branco	5289	2735	2554
Nota=0 p/insuficiência	10814	5266	5548
Média	25,42	24,29	26,48
Erro padrão da média	0,2	0,3	0,3
Desvio padrão	33,4	32,6	34,2
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	0,0	0,0	0,0
Nota máxima	100,0	100,0	100,0
Assimetria	0,9	0,9	0,8

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Uma comparação entre o desempenho de ingressantes e concluintes pode ser realizada a partir dos dados apresentados no Gráfico 3.9. As notas dos concluintes, de um modo geral, foram ligeiramente mais elevadas do que as dos ingressantes, cuja distribuição de notas está a esquerda dos primeiros. A ideia de melhor desempenho foi reforçada pela proporção de notas nulas: 57,5% entre os concluintes e 59,4% entre os ingressantes.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Na sequência, discorrer-se-á, especificamente, sobre uma das questões discursivas de Formação Geral, a número 10 já que a número 9 foi desconsiderada. Em especial, serão analisados os conteúdos englobados na questão e os resultados obtidos pelos estudantes. Ao final, são apresentados os comentários da banca corretora a respeito do observado nas respostas dos estudantes, suas impressões e conclusões.

Cumprе esclarecer que, tendo em vista que as questões discursivas de Formação Geral foram padronizadas, ou seja, constam de todas as provas, os comentários da banca foram os mesmos para todas as áreas acadêmicas, eis que direcionados a todos os estudantes que participaram do ENADE/2009.

A seguir, serão analisados os desempenhos de ingressantes e concluintes da área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA na questão discursiva de Formação Geral, não anulada, do ENADE/2009, comparando os resultados obtidos com a habilidade exigida na questão.

3.3.1.1 Análise da Questão Discursiva 9 de Formação Geral

DESCONSIDERADA

3.3.1.2 Análise da Questão Discursiva 10 de Formação Geral

A Questão Discursiva nº. 10 buscou avaliar as habilidades:

- Ler e interpretar textos;
- Analisar e criticar informações;
- Extrair conclusões por indução e/ou dedução;
- Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações;
- Detectar contradições;
- Fazer escolhas valorativas avaliando consequências;
- Questionar a realidade;
- Argumentar coerentemente.

O Quadro 3.3 apresenta as habilidades/competências, temas predominantes e estatísticas básicas da questão 10 de Formação Geral por grupo de estudantes. Cumpre notar que como a questão 9 foi desconsiderada a nota referente às questões discursivas da Formação Geral é idêntica à nota da questão 10. A média geral desta questão foi de 25,42, sendo que os ingressantes obtiveram média mais baixa, de 24,29, que os concluintes, cuja média foi 26,48. O desvio-padrão geral foi de 33,4, sendo o do grupo de ingressantes menor (32,6), em relação ao grupo dos concluintes (34,2), aqueles possuíram uma distribuição mais homogênea nas notas. A nota máxima foi 100,0, atingida por concluintes e ingressantes. Os coeficientes de assimetria para os dois grupos considerados, o de concluintes e o de ingressantes, bem como para a população como um todo foram positivos, indicando uma maior concentração à esquerda da distribuição. Para todos os grupos, cerca de metade dos estudantes presentes obtiveram nota zero nesta questões discursivas de Formação Geral. Das 16705 provas com nota zero, 602 (3,6%) continham um protesto, 5289 (31,7%) estavam em branco e 10814 (64,7%) foram respondidas, porém de forma inadequada. Entre os concluintes, a maioria (65,7%) dentre aqueles com nota zero estavam com as provas respondidas de forma inadequada. Entre os ingressantes, 63,7% das notas nulas (zero) decorreram do desempenho do próprio estudante verificadas na correção.

Quadro 3.3 – Habilidades/competências, Conteúdos e Estatísticas Básicas da questão 10 de Formação Geral – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Questão 10			
Temas predominantes	Habilidades / Competências		
Políticas públicas: educação, habitação, saneamento, saúde, segurança, defesa, desenvolvimento sustentável; Redes sociais e responsabilidade: setor público, privado, terceiro setor; Relações interpessoais: respeitar, cuidar, considerar, conviver; Sociodiversidade: multiculturalismo, tolerância, inclusão; Exclusão e minorias; Democracia e cidadania; Diferentes mídias e tratamento da informação.	Ler e interpretar textos; Analisar e criticar informações; Extrair conclusões por indução e/ou dedução; Estabelecer relações, comparações e contrastes em diferentes situações; Fazer escolhas valorativas avaliando consequências; Questionar a realidade; Argumentar coerentemente.		
Estatísticas	Total	Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Notas =0	16705	8265	8440
% notas=0	60,9%	62,3%	59,7%
Nota=0 p/Protesto	602	264	338
Nota=0 em branco	5289	2735	2554
Nota=0 p/insuficiência	10814	5266	5548
Média	25,42	24,29	26,48
Erro padrão da média	0,2	0,3	0,3
Desvio padrão	33,4	32,6	34,2
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	0,0	0,0	0,0
Nota máxima	100,0	100,0	100,0
Assimetria	0,9	0,9	0,8

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Uma comparação entre o desempenho de ingressantes e concluintes para esta questão foi exatamente igual à já realizada para a nota discursiva de Formação Geral a partir dos dados apresentados no Gráfico 3.9.

3.3.1.3 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 10

Apresentação

A questão 10 de Formação Geral apresentou um questionamento capaz de analisar a habilidade do estudante em reconhecer o que é um direito social, optar por um direito social vigente que possa diminuir as desigualdades de renda familiar no Brasil e discutir os argumentos em favor do direito social escolhido como suporte à resposta.

Para análise das respostas apresentadas pelos estudantes, houve uma leitura inicial bastante criteriosa. Foram considerados para efeito de pontuação, os seguintes argumentos:

- Acesso à educação pública, gratuita e de qualidade, garantindo ao cidadão melhores condições de vida;
- Assistência à saúde, em seu contexto mais amplo, garantindo os cuidados essenciais de saúde, baseados em técnicas apropriadas ao alcance de todas as pessoas, contando com a participação da população;
- Permanência do estudante na escola, em todos os níveis escolares (da educação infantil à educação superior, possibilitando a qualificação profissional), o que garante melhores condições de trabalho e remuneração. Considerou-se a qualificação e o desempenho docente, desenvolvendo nos estudantes melhores expectativas de aprendizagem e interesse pelo conteúdo da escola. Os professores desenvolvendo metodologias adequadas e conhecimento pleno quanto a questões de aprendizagem;
- Condições dignas de trabalho, com remuneração que garanta qualidade de vida. Foram consideradas as condições de trabalho, a preparação profissional para o trabalho e os cursos de aperfeiçoamento, oportunizando momentos de aprendizagem e desenvolvimento, a partir de situações desencadeadoras;
- Ser proprietário do imóvel em que reside, reduzindo os gastos com aluguel, garantindo melhores condições de vida, equilíbrio financeiro e construção do bem-estar familiar.

Desempenho dos estudantes na questão

É importante salientar que havia respostas que desenvolveram adequadamente o questionamento apresentado, com fundamentação baseada em argumentos coerentes. Contudo, em um número considerável de respostas, havia apenas um argumento e não dois, conforme fora solicitado. Muitos estudantes informaram sobre problemas da educação, de um modo geral.

Algumas observações mencionadas pelos corretores durante o processo de correção foram:

- há preocupação com uma educação de qualidade, com sugestões de cursos profissionalizantes e métodos preparatórios de aulas.
- a educação é revelada como de baixa qualidade, exaltando-se treinamentos e cursos de atualização para a classe docente.
- a saúde como essência para a vida. O SUS é colocado como parte integrante de direito social, garantindo às pessoas fácil acesso.
- oportunidade de emprego como forma de ascensão social, direito, cidadania.
- os políticos brasileiros como causadores do despreparo educacional.

As respostas analisadas apresentaram norma culta, coesão e coerência razoáveis, que garantiram a compreensão da mensagem desenvolvida pelos estudantes. Os erros ortográficos foram poucos e não comprometeram a discussão sobre o assunto e sobre os pontos de vista abordados.

Quanto à coerência, houve um desvio quanto ao objetivo da questão, já que alguns estudantes, através dos seus argumentos retrataram reivindicações, reclamações e situações de problemas enfrentados pelos brasileiros, citando golpes políticos. Porém, mesmo quando se tratava desta avaliação, os estudantes foram autênticos através das explicações.

Houve erros quanto à concordância verbal e nominal. Houve também, dificuldade em utilizar os conectores corretamente.

Alguns estudantes, por falta de ideias, apresentaram em suas respostas redundância e prolixidade.

O desempenho foi considerado satisfatório, pois a maioria dos estudantes soube responder ao questionamento. Houve domínio do conteúdo, pois as ideias, os argumentos e a originalidade corresponderam ao esperado.

3.3.2 Componente Específico

Nas questões discursivas do Componente Específico – questões de números 38, 39 e 40 –, a diferença de desempenho entre os grupos não foi muito acentuada, inclusive menor do que para as questões discursivas de Formação Geral. A Tabela 3.11 contém as estatísticas da média destas questões. Observa-se que no grupo dos concluintes, a nota média alcançada foi 27,34, enquanto que no grupo dos ingressantes foi 20,37, ambas menores do que as obtidas nas questões discursivas de Formação Geral, que foram 23,97 para os ingressantes e 26,5 para os concluintes (Tabela 3.10). As médias foram também menores do que as obtidas para as questões objetivas do Componente Específico (Tabela 3.7): respectivamente 45,5 e 52,8 para ingressantes e concluintes. O desempenho mais baixo nas questões discursivas refere-se não só à maior complexidade desse tipo de

questão, mas também a uma dificuldade, por parte dos estudantes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, de discorrer sobre temas específicos da área. A análise de cada uma destas questões será feita nas subseções seguintes.

Os valores positivos para a medida de assimetria indicaram uma distribuição com cauda para a direita.

Tabela 3.11 – Estatísticas Básicas das questões discursivas do Componente Específico por grupo de estudantes – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Notas =0	7871	4171	3700
% notas=0	28,7%	31,4%	26,2%
Média	23,97	20,37	27,34
Erro padrão da média	0,14	0,18	0,21
Desvio padrão	22,8	20,4	24,4
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	20,0	16,6	24,1
Nota máxima	100,0	100,0	100,0
Assimetria	0,7	0,8	0,5

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

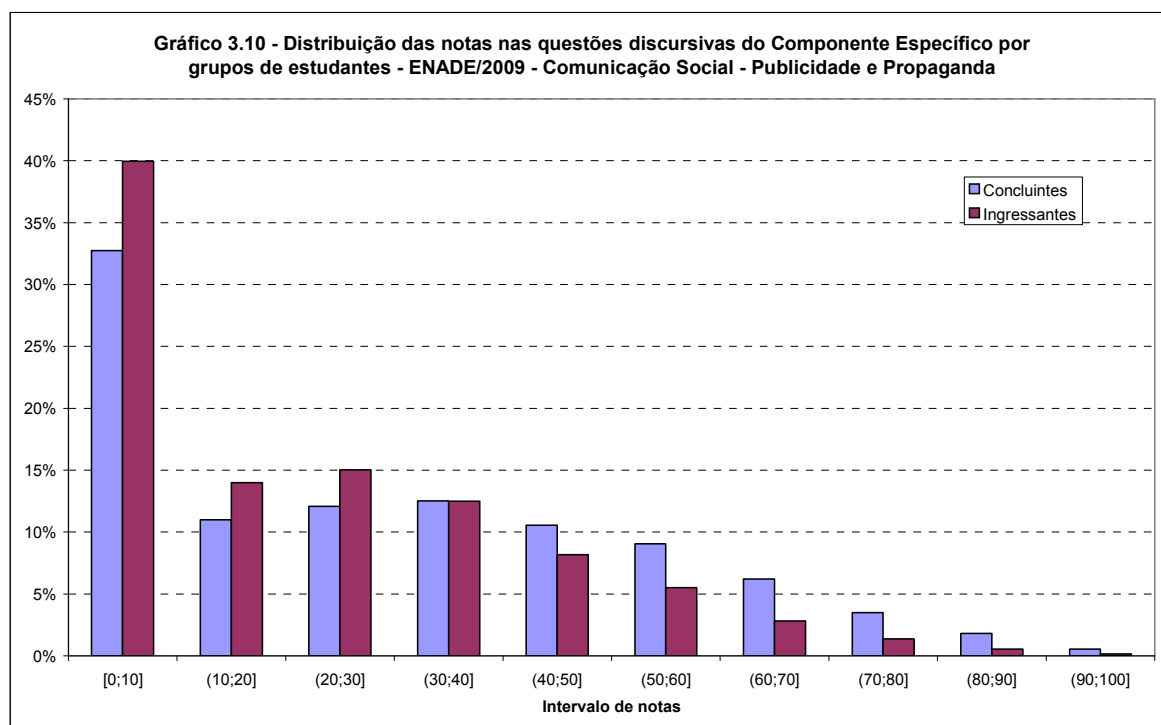
Dos 27418 presentes, 28,7% obtiveram nota zero. A tabela 3.12 apresenta um detalhamento da situação destes estudantes. A maioria (48,2%) não fez nenhuma das 3 questões. Esta proporção foi menor entre os concluintes (47,6%) do que entre os ingressantes (48,7%). A combinação de questões em branco e preenchidas correspondeu a 96,7% das provas. Menos de 1% no total das provas correspondeu a 3 questões com protesto.

Tabela 3.12 – Distribuição das situações das questões discursiva do Componente Específico por grupo de estudantes para aqueles com nota zero – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
Todas em branco	48,2%	48,7%	47,6%
Todas com protesto	0,4%	0,3%	0,4%
Todas preenchidas	17,7%	16,6%	18,9%
só branco e protesto (pelo menos 1)	0,6%	0,4%	0,9%
só branco e resposta preenchida (pelo menos uma)	30,8%	31,8%	29,7%
só protesto e resposta preenchida (pelo menos uma)	2,2%	2,1%	2,3%
outras combinações	0,1%	0,1%	0,2%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

O Gráfico 3.10 apresenta a distribuição das notas nas questões discursivas do Componente Específico por grupo de estudantes. A moda se situou no primeiro intervalo, aquele com valores entre 0 e 10 incluindo os extremos do intervalo. A impressão de assimetria informada pelos coeficientes de assimetria positivos (Tabela 3.11) foi reforçada no gráfico pela concentração no primeiro intervalo.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

3.3.2.1 Análise da Questão Discursiva 38 do Componente Específico

A questão 38, cujas habilidades aferidas encontram-se descritas no Quadro 3.4, que ainda contém outras informações, seguido da Tabela 3.13 e do Gráfico 3.11, foi aquela em que os grupos de estudantes observados obtiveram o melhor desempenho entre as questões discursivas do Componente Específico. A nota média do grupo dos ingressantes foi de 20,90, e a dos concluintes 32,89. O percentual de notas zero obtidas, o mais baixo das questões discursivas do Componente Específico, nos dois grupos foi de 39,7%, maior entre os ingressantes (45,1%) do que entre os concluintes (34,6%). Quase 70% dos concluintes e dos ingressantes que tiraram zero deixaram a questão em branco (ver Tabela 3.13). Uma pequena minoria (2,9%) utilizou a questão para protestar. Apesar do baixo desempenho, em ambos os grupos a nota máxima de 100,0 pontos foi alcançada. Os coeficientes de assimetria positivos indicam uma inclinação para a esquerda e cauda para a direita.

Quadro 3.4 – Habilidades/competências, Conteúdos e Estatísticas Básicas da questão 38 do Componente Específico – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Questão 38			
Conteúdos predominantes	Habilidades / Competências		
Comunicação Digital.	<ul style="list-style-type: none"> • Executar e administrar o trabalho de criação, produção e veiculação de campanhas de propaganda em veículos impressos, eletrônicos e digitais. • Dominar linguagens, estéticas e técnicas para criar, orientar e julgar materiais de comunicação pertinentes a suas atividades. • Identificar e analisar as rápidas mudanças econômicas e sociais em escala global e nacional que influem nas práticas da profissão. 		
Estatísticas	Total	Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Notas =0	10882	5985	4897
% notas=0	39,7%	45,1%	34,6%
Média	27,09	20,90	32,89
Erro padrão da média	0,2	0,2	0,3
Desvio padrão	31,8	27,8	34,1
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	10,0	10,0	20,0
Nota máxima	100,0	100,0	100,0
Assimetria	1,0	1,4	0,7

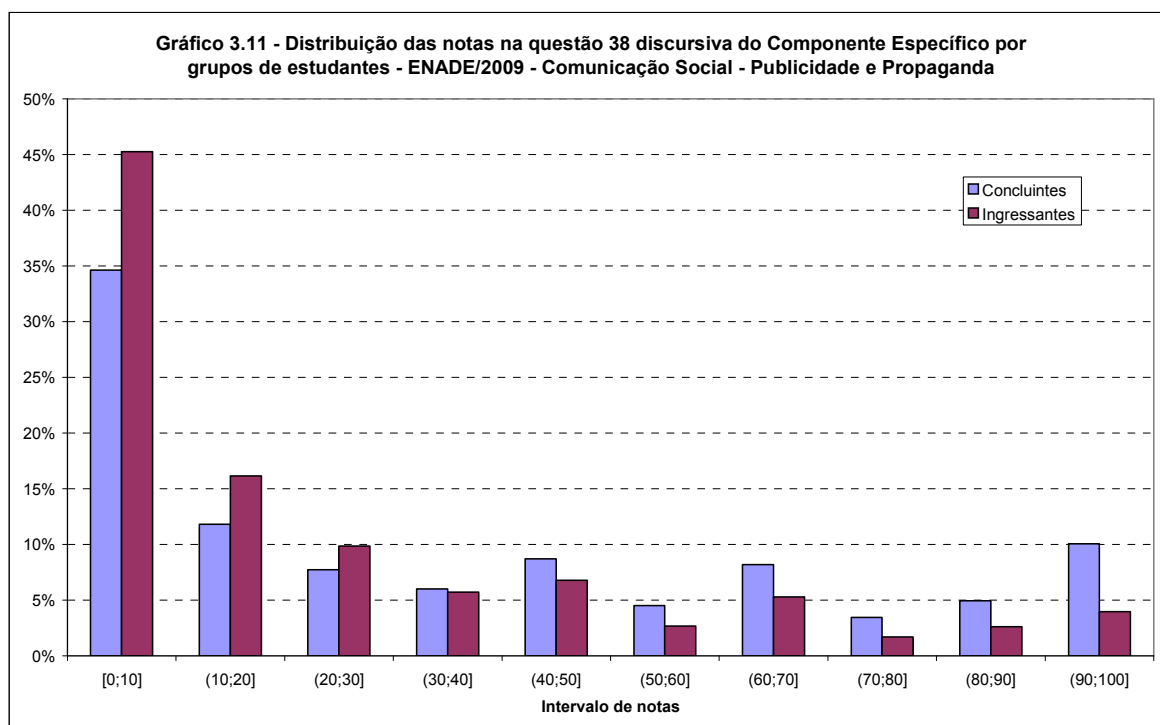
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela 3.13 – Distribuição das situações da questão 38, questão discursiva do Componente Específico por grupo de estudantes para aqueles com nota zero – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
branco	68,6%	68,7%	68,4%
protesto	2,9%	2,5%	3,3%
preenchidas	28,6%	28,8%	28,3%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

O Gráfico 3.11 apresenta a distribuição das notas na questão 38 discursiva do Componente Específico por grupo de estudantes. A moda se situou no primeiro intervalo, aquele com valores entre 0 e 10 incluindo os extremos do intervalo. A impressão de assimetria informada pelos coeficientes de assimetria positivos (Quadro 3.4) foi reforçada no gráfico pela concentração no primeiro intervalo.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

3.3.2.2 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 38

O objetivo central da questão foi apurar o conhecimento dos estudantes sobre as novas possibilidades de uso dos meios eletrônicos para a publicidade. O próprio enunciado já procurava direcionar a resposta para a solução correta ao expor dados sobre o problemático cenário econômico mundial pós-crise, a redução das verbas publicitárias decorrentes dele e o baixo custo de veiculação de publicidade em meio digital.

Quando os estudantes demonstraram ter compreendido o comando e o objetivo do enunciado, em geral, obtiveram um desempenho de razoável para bom, mas o percentual de respostas corretas foi bem mais baixo que o esperado, uma vez que o próprio enunciado direcionava a resposta para a solução correta: um planejamento voltado aos meios digitais e seus recursos. Houve um bom percentual de respostas que apresentaram soluções como a articulação entre as opções digitais e as tradicionais de mídia, com predomínio das primeiras, exatamente como seria o desejável.

As respostas, muitas vezes, não se enquadraram às limitações impostas, talvez por não serem muito frequentes nesta área, ações propostas exclusivamente às mídias digitais, já que estas são tradicionalmente as que recebem menos recursos.

Também foi frequente nas respostas, o erro de querer estabelecer condições financeiras para a venda dos imóveis (prazo de financiamento, valores de juros ou mesmo inexistência deles, isenção do pagamento de parcelas como promoção, etc.) ou determinar características arquitetônicas específicas (acabamentos luxuosos, recursos modernos de respeito ao meio ambiente, existência de áreas de lazer, etc.), apesar de nada disso ser citado no enunciado, ou solicitado, e de todos esses aspectos fugirem totalmente às atribuições de um profissional de publicidade.

Concluindo, podemos afirmar que o enfoque foi de agrado dos estudantes e não foram registrados impropérios ou desabafos, quando da resposta a questão.

3.3.2.3 Análise da Questão Discursiva 39 do Componente Específico

A questão 39, cujas habilidades aferidas encontram-se descritas no Quadro 3.5, que ainda contém outras informações, seguido da Tabela 3.14 e do Gráfico 3.12, foi aquela em que os grupos de estudantes observados obtiveram desempenho intermediário entre as questões discursivas do Componente Específico. A nota média do grupo dos ingressantes foi de 20,84, e a dos concluintes 26,00. O percentual de notas zero obtidas nos dois grupos foi de 50,5% entre os ingressantes e 48,1% entre os concluintes. Das provas com notas nulas nesta questão, um pouco mais de 1/3 foi deixada em branco: 37,6% entre os ingressantes e 31,6% entre os concluintes (ver Tabela 3.14). Entre os com nota nula, uma pequena minoria (1,2%) utilizou a questão para protestar. Apesar do baixo desempenho, em ambos os grupos a nota máxima de 100,0 pontos foi alcançada. Os coeficientes de assimetria positivos indicaram uma inclinação para a esquerda e cauda para a direita.

Quadro 3.5 – Habilidades/competências, Conteúdos e Estatísticas Básicas da questão 39 do Componente Específico – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Questão 39			
Conteúdos predominantes	Habilidades / Competências		
Planejamento Estratégico e de Comunicação.	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar e ordenar informações para subsidiar diagnósticos dos problemas/situação dos clientes. • Definir objetivos e estratégias de comunicação como soluções para problemas dos anunciantes. 		
Estatísticas	Total	Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Notas =0	13516	6711	6805
% notas=0	49,3%	50,5%	48,1%
Média	23,50	20,84	26,00
Erro padrão da média	0,2	0,2	0,3
Desvio padrão	30,0	27,4	32,1
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	10,0	10,0	10,0
Nota máxima	100,0	100,0	100,0
Assimetria	1,2	1,4	1,0

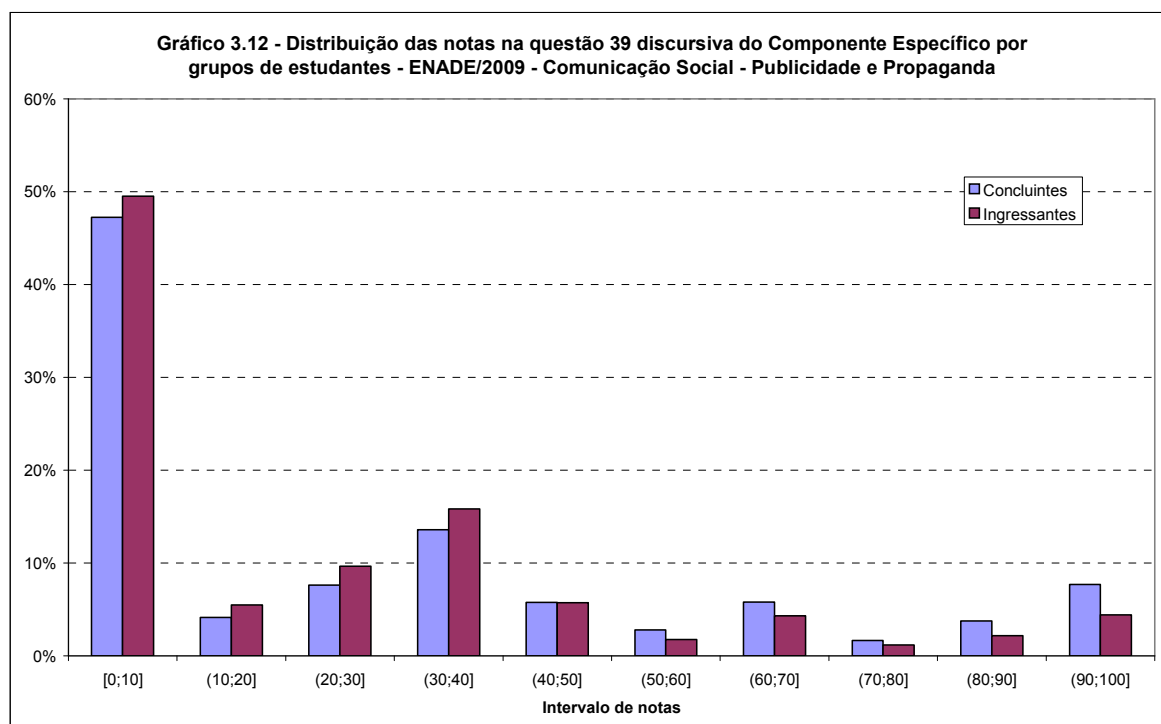
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela 3.14 – Distribuição das situações da questão 39, questão discursiva do Componente Específico por grupo de estudantes para aqueles com nota zero – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
branco	34,6%	37,6%	31,6%
protesto	1,2%	0,9%	1,5%
preenchidas	64,2%	61,5%	67,0%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

O Gráfico 3.12 apresenta a distribuição das notas na questão 39 discursiva do Componente Específico por grupo de estudantes. A moda se situou no primeiro intervalo, aquele com valores entre 0 e 10 incluindo os extremos do intervalo. A impressão de assimetria informada pelos coeficientes de assimetria positivos (Quadro 3.5) foi reforçada no gráfico pela concentração no primeiro intervalo. A distribuição apresentou um máximo local no terceiro intervalo, de notas baixas, indicando um baixo aproveitamento dos estudantes.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

3.3.2.4 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 39

A questão pode ser considerada fácil, exigindo dos estudantes apenas uma análise baseada em suas próprias experiências e conhecimentos práticos, sem exigência acentuada de conhecimentos técnicos ou teóricos da área. Bastou-se perceber que os ícones apresentados representaram outra geração, distinta e almejada, portanto, não se enquadraram, e que a distribuição das mídias *flyers* e *folders* em locais (*boites* e *bares*) onde as pessoas não estão propícias a recepção deste material era equivocada.

O principal fator para a correção da resposta e um bom desempenho era a percepção da inadequação de atores famosos, principalmente nas décadas de 1940, 1950 e 1960 com um perfil de consumidor com faixa etária entre 25 e 35 anos. Quando esse dado era claramente percebido pelo estudante, o desempenho era, no mínimo, satisfatório com alto índice de notas elevadas entre esse grupo. Houve um percentual razoável de respostas focadas exclusivamente na correção do dado do planejamento de mídia que serviu de erro secundário.

O erro causado pela incompreensão do correto significado da expressão “esporte fino”, confundido com as vestimentas utilizadas para a prática esportiva de modalidades, como o tênis e o golfe (citadas frequentemente) foi bastante corriqueiro, assim como a opção por esportistas e/ou outros atores sociais que não são considerados modelos de elegância. Acredita-se que o desconhecimento do significado dessa expressão demonstrou a dificuldade de vivência social de boa parcela dos estudantes.

Outro erro, mais grave, foi decorrente do total desconhecimento das condições de vida da população pertencente à classificação socioeconômica descrita no enunciado e ao preconceito. Diversas respostas apontaram como erro a inclusão das classes sociais C+ e B- entre as que comporiam o público alvo da empresa, muitas vezes essa afirmação era justificada por expressões como “pessoas das classes sociais C+ e B- não podem comprar roupas de boa qualidade”.

3.3.2.5 Análise da Questão Discursiva 40 do Componente Específico

A questão 40, cujas habilidades aferidas encontram-se descritas no Quadro 3.6, que ainda contém outras informações, seguido da Tabela 3.15 e do Gráfico 3.13, foi aquela em que os grupos de estudantes observados obtiveram o pior desempenho entre as questões discursivas do Componente Específico. A nota média do grupo dos ingressantes foi de 19,45, e a dos concluintes 23,19. Nesta questão ocorre também o maior percentual de notas nulas: 55,7% entre os ingressantes e 52,5% entre os concluintes. Aqui a maioria das provas com nota zero decorreu de provas com respostas desenvolvidas inadequadamente: 59,9% entre os ingressantes e 64,2% entre os concluintes (ver Tabela 3.15). Uma pequena minoria (1,1%), dentre aqueles com nota nula, utilizou a questão para protestar. Em ambos os grupos a nota máxima de 100,0 pontos foi alcançada. Os coeficientes de assimetria positivos indicaram uma inclinação para à esquerda.

Quadro 3.6 – Habilidades/competências, Conteúdos e Estatísticas Básicas da questão 40 do Componente Específico – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Questão 40			
Conteúdos predominantes	Habilidades / Competências		
Comunicação Integrada.	<ul style="list-style-type: none"> • Buscar e ordenar informações para subsidiar diagnósticos dos problemas/situação dos clientes. • Planejar, executar e administrar campanhas de comunicação, envolvendo além do uso da propaganda, a promoção de vendas, o merchandising, marketing direto, eventos, comunicação digital e demais ferramentas pertinentes à profissão. • Conhecer a mídia correta para veiculação de cada campanha, bem como, ser capaz de comprar e negociar espaços utilizando-os com pertinência. 		
Estatísticas	Total	Ingressantes	Concluintes
População	36585	19992	16593
Presentes	27418	13276	14142
% de presença	74,9%	66,4%	85,2%
Notas =0	14825	7396	7429
% notas=0	54,1%	55,7%	52,5%
Média	21,38	19,45	23,19
Erro padrão da média	0,2	0,2	0,2
Desvio padrão	27,4	25,8	28,8
Nota mínima	0,0	0,0	0,0
Mediana	0,0	0,0	0,0
Nota máxima	100,0	100,0	100,0
Assimetria	1,0	1,1	0,9

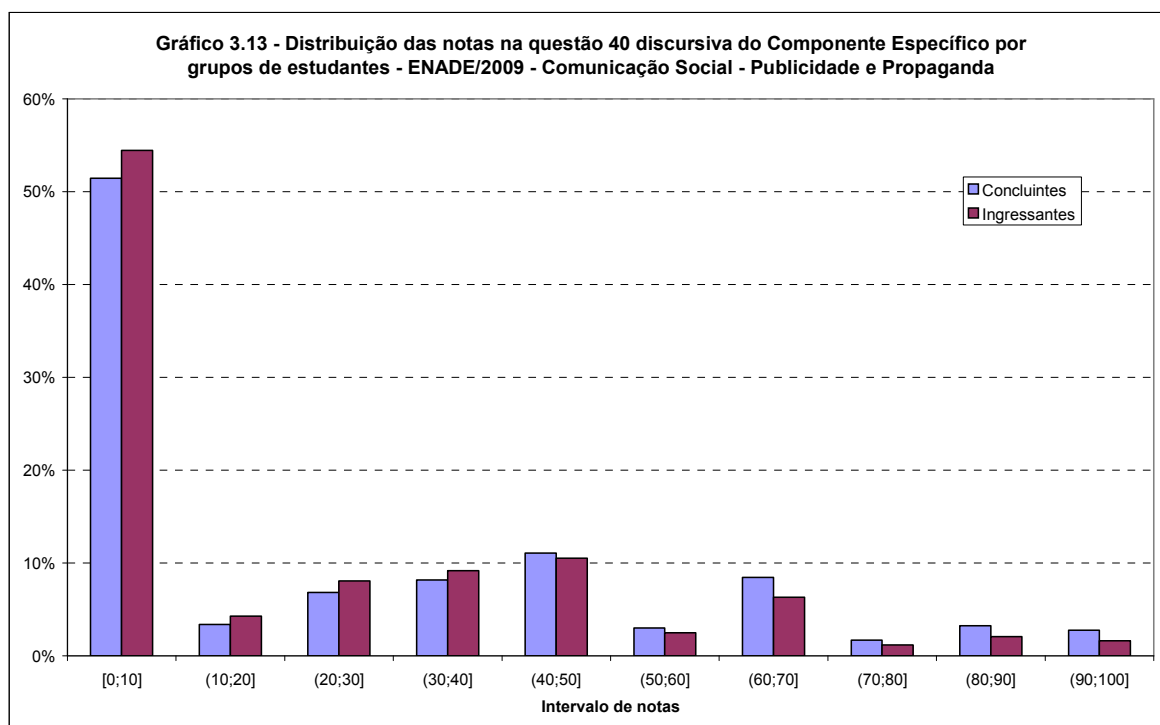
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela 3.15 – Distribuição das situações da questão 40, questão discursiva do Componente Específico por grupo de estudantes para aqueles com nota zero – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Estatísticas	Total	Grupo	
		Ingressantes	Concluintes
branco	36,8%	39,1%	34,6%
protesto	1,1%	1,0%	1,2%
preenchidas	62,1%	59,9%	64,2%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

O Gráfico 3.13 apresenta a distribuição das notas na questão 40 discursiva do Componente Específico por grupo de estudantes. A moda se situou no primeiro intervalo, aquele com valores entre 0 e 10 incluindo os extremos do intervalo. A impressão de assimetria informada pelos coeficientes de assimetria positivos (Quadro 3.6) foi reforçada no gráfico pela concentração no primeiro intervalo.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

3.3.2.6 Comentários sobre as respostas à Questão Discursiva 40

O objetivo central da questão era apurar o conhecimento dos estudantes sobre os processos e as ferramentas de comunicação integrada. O enunciado exigiu do estudante uma boa capacidade de compreensão do processo de comunicação como um todo, direcionando a resposta para ações de reposicionamento de marca que deveriam ser praticadas, para que a comunicação da empresa-problema fosse integralmente reformulada, visando à conquista de um novo público alvo, uma vez que a razão alegada para a perda de público consumidor anterior era o seu envelhecimento.

Esta foi a questão com menor aproveitamento entre as demais. Houve grande dificuldade dos estudantes de perceberem que o solicitado pelo enunciado não era a simples criação de peças de divulgação da marca. Mesmo entre os estudantes que procuraram atender ao comando, ficou patente o pequeno grau de conhecimento do ponto em foco (comunicação integrada).

O erro mais frequente foi a apresentação de respostas, cujo conteúdo era a simples sugestão da produção de algumas peças publicitárias. Também foi comum a sugestão de investimento maior na reconquista do público consumidor perdido. Uma vez que a razão alegada para perda desse público era seu envelhecimento e que a empresa-problema era uma fábrica de bebidas e que deveria ser presumível pelo estudante que tal investimento fosse inócuo, somente pela leitura atenta do enunciado, o que deveria gerar o consequente questionamento das razões que levariam um público envelhecido a abandonar o hábito do consumo de bebidas alcoólicas.

Outro equívoco frequente foi a sugestão da feitura de uma pesquisa de mercado, dado já informado no enunciado como realizado. Nesse caso, a desatenção ao enunciado provocou o erro, uma vez que, na maioria dessas respostas não ocorreu a mera repetição do enunciado, mas sim o desenvolvimento deste dado como sendo algo novo.

Além dos problemas já apontados, também foi comum a compreensão errônea de que a empresa-problema (produtora de bebidas alcoólicas) seria uma cervejaria, o que direcionou a resposta para as soluções publicitárias mais visíveis neste segmento do mercado publicitário contemporâneo.

A escrita, de modo geral, apresentou erro de ortografia, o que foi evidenciado nos argumentos apresentados.

Capítulo 4

Percepção sobre a Prova

As percepções dos estudantes sobre a prova aplicada no ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA foram mensuradas por meio de nove itens que avaliaram desde o grau de dificuldade da prova até o tempo gasto para concluí-la. As questões foram analisadas separando-se concluintes e ingressantes, e as percepções sobre a prova foram relacionadas com o desempenho dos estudantes e com a Região Geográfica de localização do curso⁶.

O desempenho dos estudantes dentro de cada Área/Subárea foi classificado em quartos (1/4) para os concluintes e para os ingressantes em separado (ver Figura 1 para o esquema de representação gráfica destas grandezas). As notas finais foram colocadas em ordem ascendente e no primeiro quarto foram colocadas as 25% notas mais baixas, limitadas superiormente pelo percentil 25 que vem a ser o primeiro quartil. No segundo quarto, as 25% seguintes, limitadas superiormente pelo percentil 50 que vem a ser a mediana. No terceiro quarto, as 25% notas após as encontradas no segundo quarto, ou seja, as primeiras 25% acima da mediana, limitadas superiormente pelo percentil 75 que vem a ser o terceiro quartil. No último quarto foram alocadas as 25% maiores notas. Potencialmente, poderia existir uma relação entre a nota do estudante e a sua percepção sobre a prova. Calculando as médias das respostas segundo os quartos de notas, seria possível reconhecer a existência (ou não) de algum gradiente nas respostas, por exemplo, uma melhor nota correspondendo a uma percepção menos negativa. Este gradiente seria traduzido, por exemplo, no gráfico 4.1a, pela diminuição das áreas laranja e vermelha (Difícil e Muito difícil) com o aumento do desempenho (indo do primeiro ao último quarto).

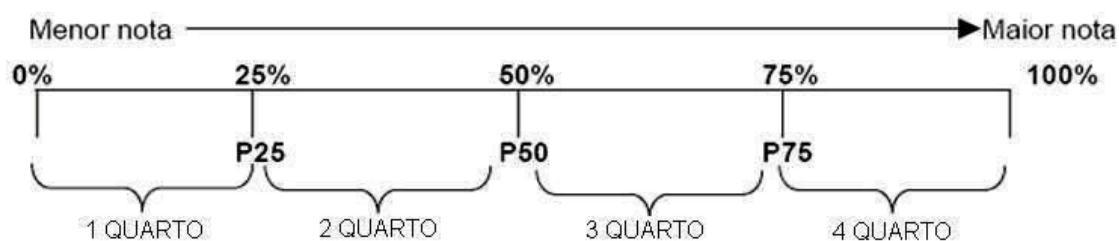


Figura 1 – Esquema de representação gráfica dos quartos, quartis e percentis selecionados de notas

A medida tradicional de “grau de discriminação” comparou os resultados dos estudantes do primeiro quarto (25% piores estudantes) aos do último quarto (25% melhores). Esta comparação, no gráfico disponibilizado, foi idêntica à comparação da primeira barra (primeiro quarto) com a última barra (último quarto) de cada grupo

⁶ Curso, neste relatório, refere-se à unidade de análise para o Conceito ENADE e é caracterizado pela combinação de IES, Área/Subárea (quando pertinente) e município de habilitação.

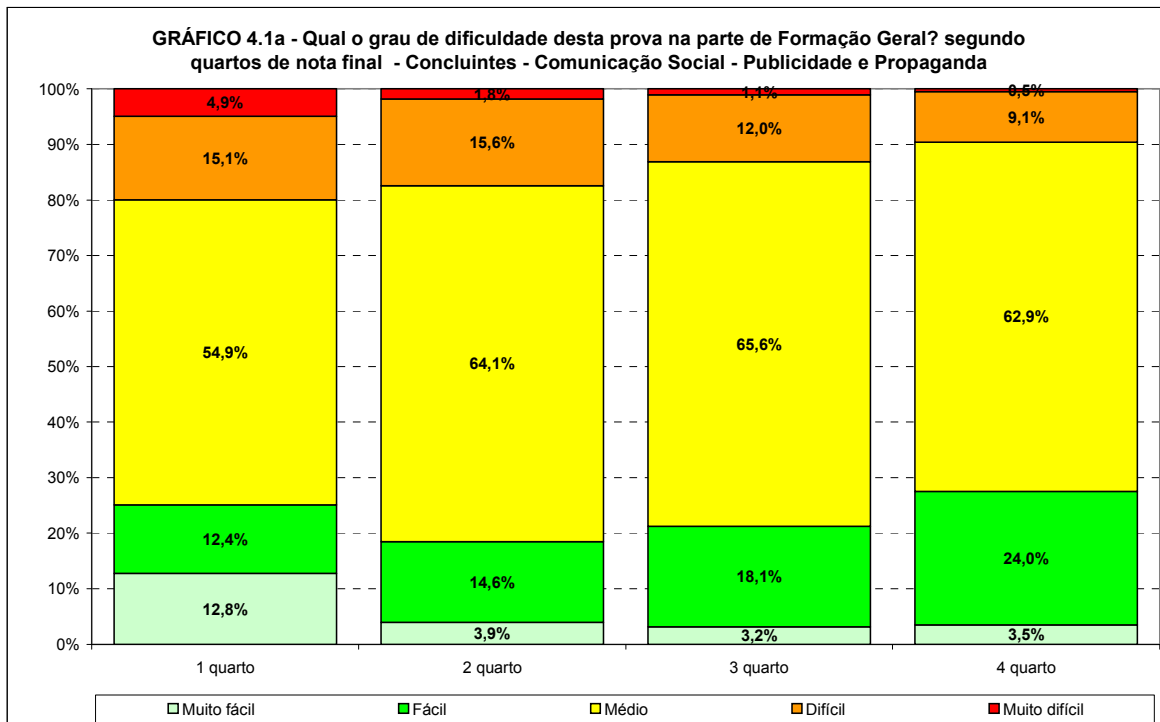
ingressante ou concluinte nos gráficos “segundo quartos de nota final” (gráficos com números ímpares neste capítulo). Por outro lado, a disponibilização das informações segundo os quartos de nota permitiu verificar o comportamento de dois outros grupos intermediários que na análise somente dos extremos tem que ser suposto monotônico.

A seguir, serão apresentados os principais resultados relativos aos nove itens avaliados.

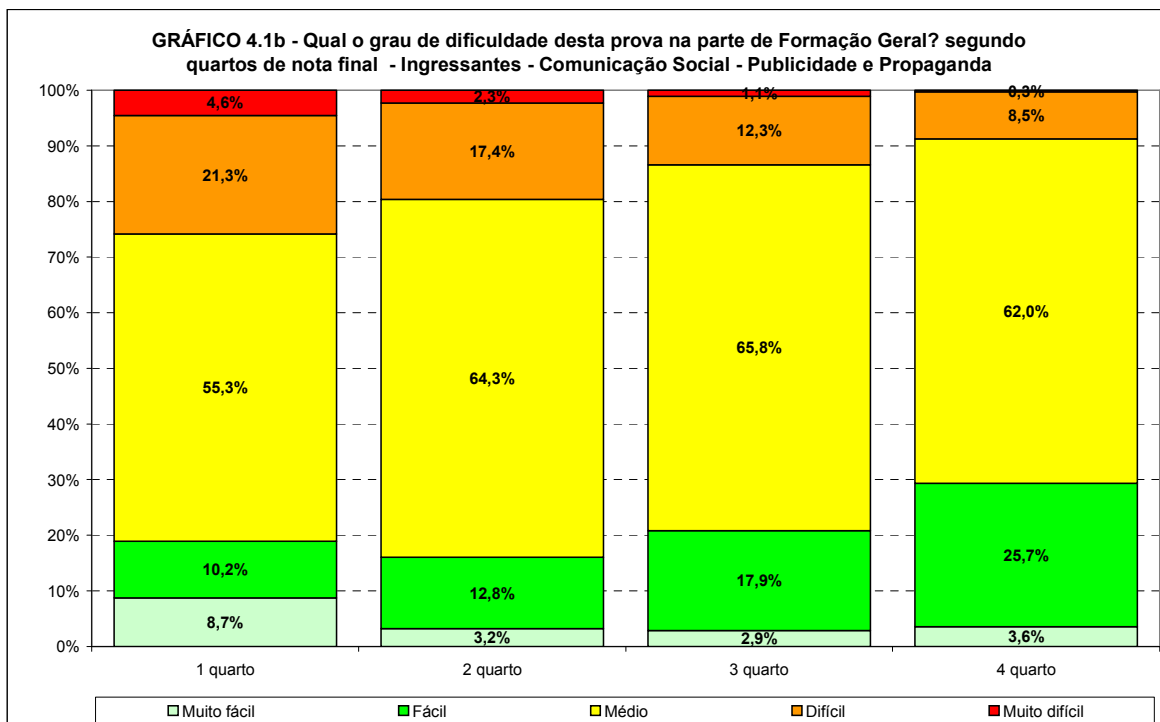
4.1 Grau de dificuldade da prova

4.1.1 Formação Geral

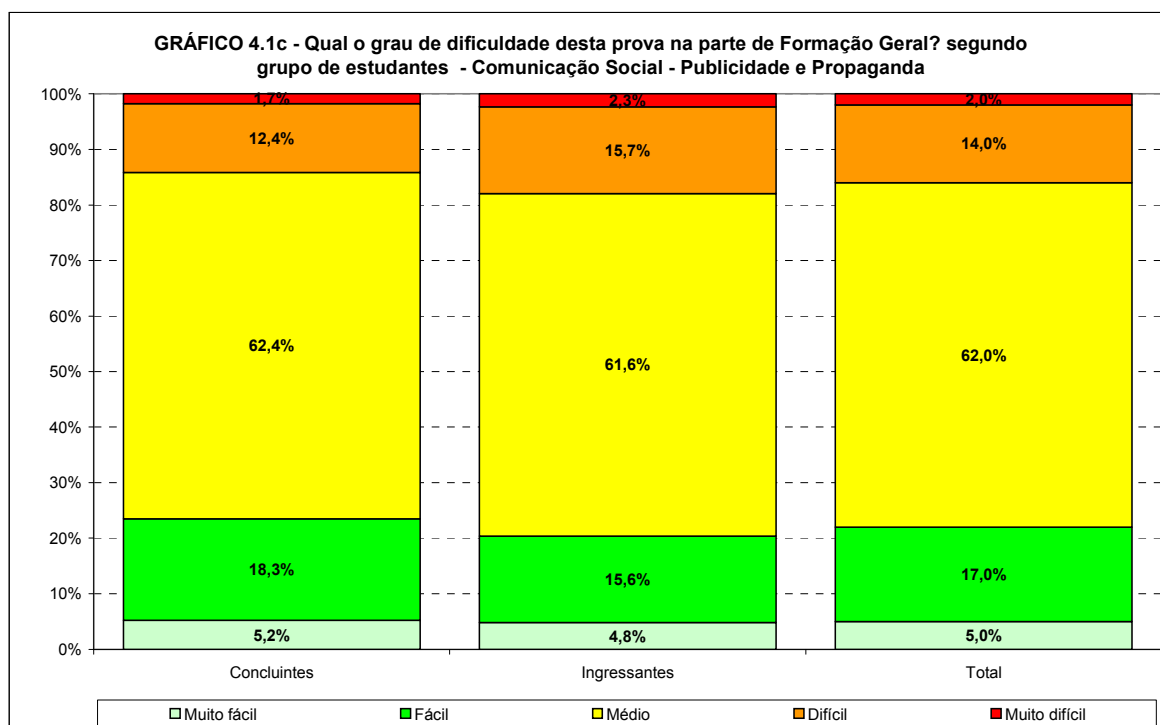
Os Gráficos 4.1a, 4.1b e 4.1c apresentam a distribuição das respostas à questão “Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?” segundo quartos de nota final e grupo de estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. No total de concluintes, 14,1% declararam que a prova na parte da Formação Geral foi Difícil/Muito difícil, e com um valor próximo para os ingressantes, 18,0%. Tanto entre os concluintes, como entre os ingressantes, a proporção de indivíduos que classificaram esta parte como Difícil/Muito difícil diminui com o desempenho do estudante. Por outro lado, a proporção que declarou a parte Fácil/Muito fácil foi maior entre os concluintes (23,5%) do que entre os ingressantes (20,4%). Não se observou uma variação monotônica significativa desta proporção com o aumento no desempenho, nem entre os concluintes, nem entre os ingressantes. Entre os concluintes, 62,4% classificaram esta parte com um nível médio de dificuldade. A proporção entre os ingressantes foi ligeiramente menor, 61,6%. Entre os concluintes e ingressantes, esta proporção apresentou um comportamento não monotônico, pois aumentou do 1º até o 3º quarto depois declina para o último quarto; o maior percentual está no 3º quarto.



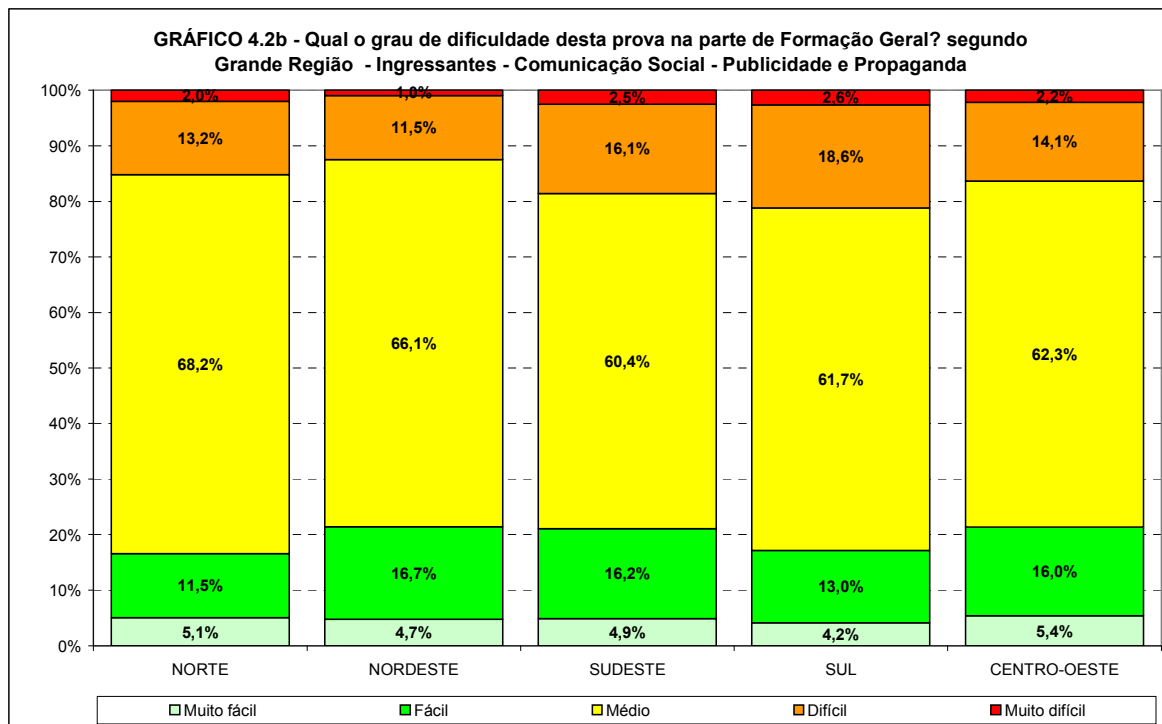
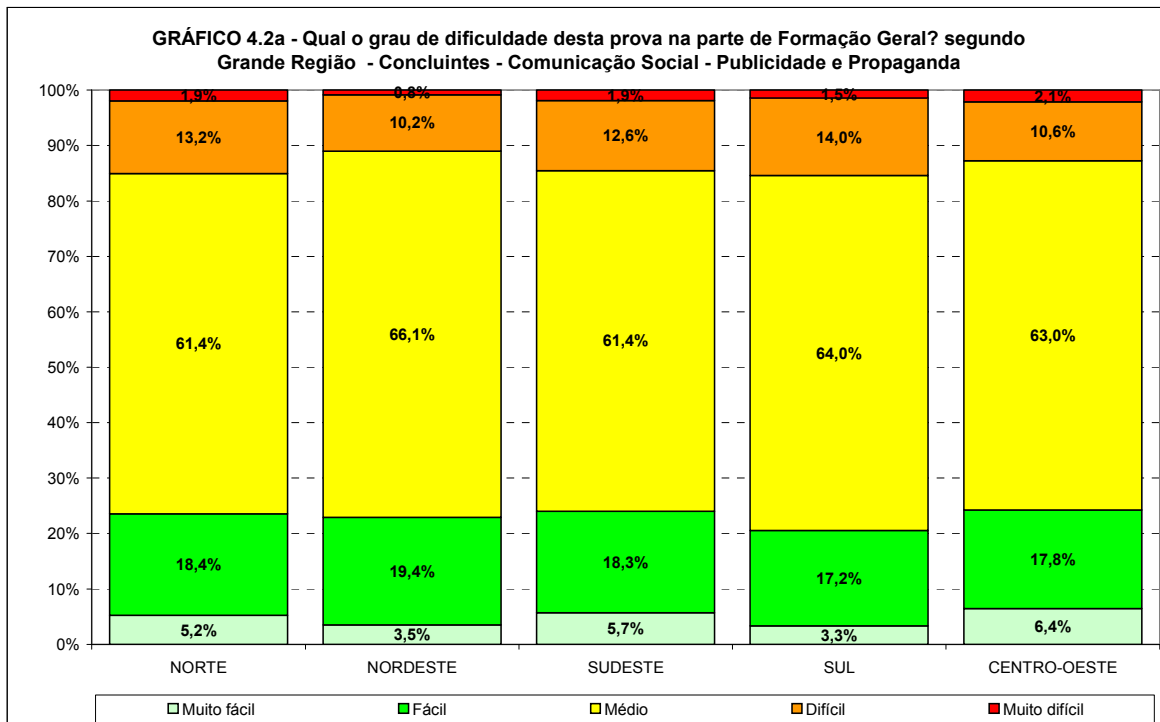
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

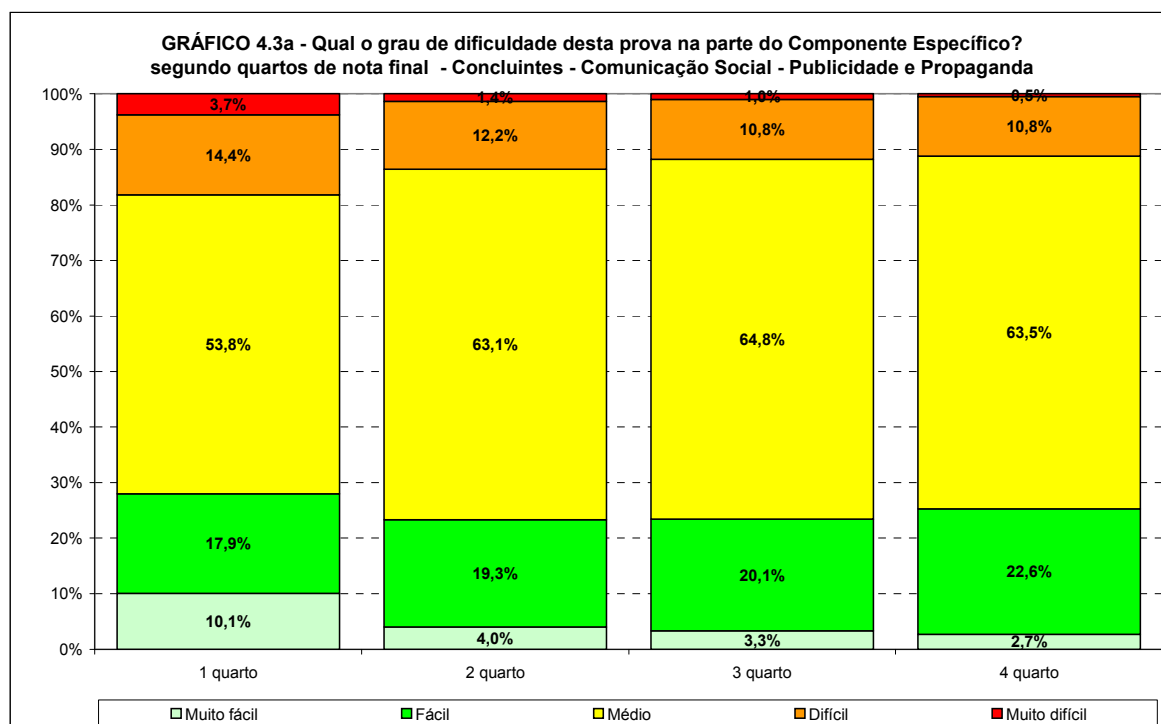


Os Gráficos 4.2a e 4.2b apresentaram a distribuição das respostas à questão “Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?” segundo a Região onde o curso está situado para os estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Todas as Regiões apresentaram estudantes. Na Região Nordeste um percentual muito baixo (0,8%) entre os estudantes concluintes declarou a prova como Muito difícil. Entre os concluintes, a maior proporção de estudantes que considerou a parte de Formação Geral da prova como de dificuldade média entre todas as Regiões, foram os da Região Nordeste com 66,1%, já entre os ingressantes, foram os estudantes da Região Norte com 68,2%. As Regiões com as menores proporções desta resposta foram, respectivamente, para os concluintes e ingressantes, Norte (61,4%) e Sudeste (60,4%).

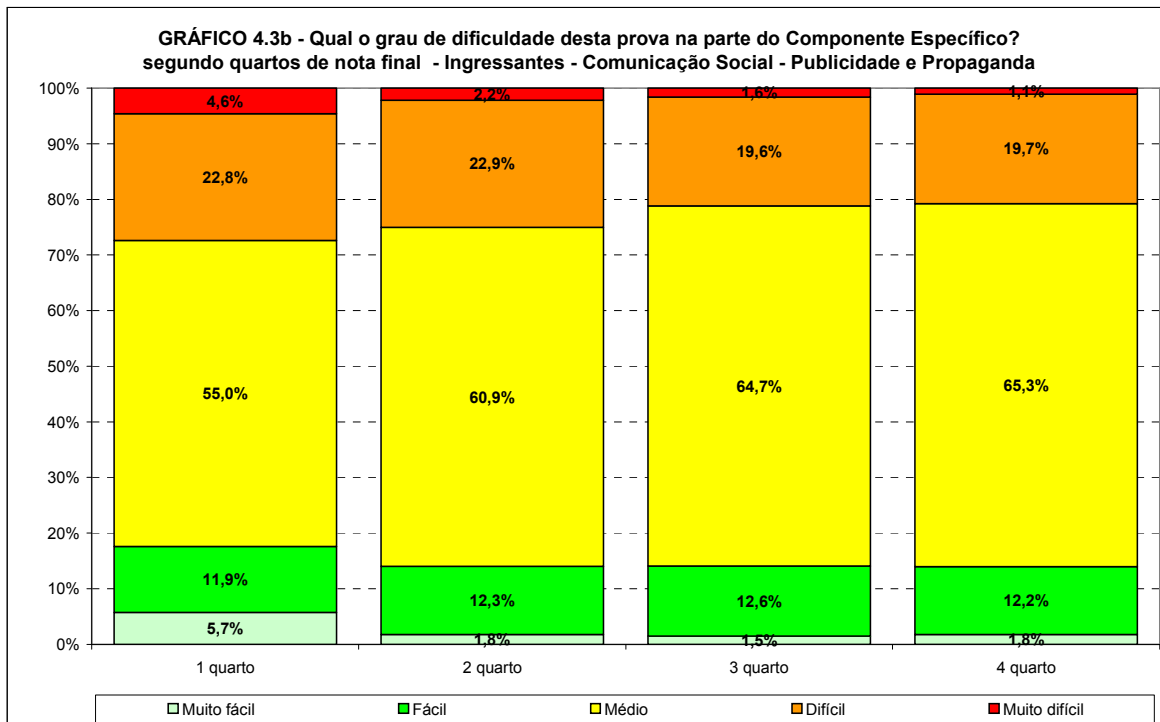


4.1.2 Componente Específico

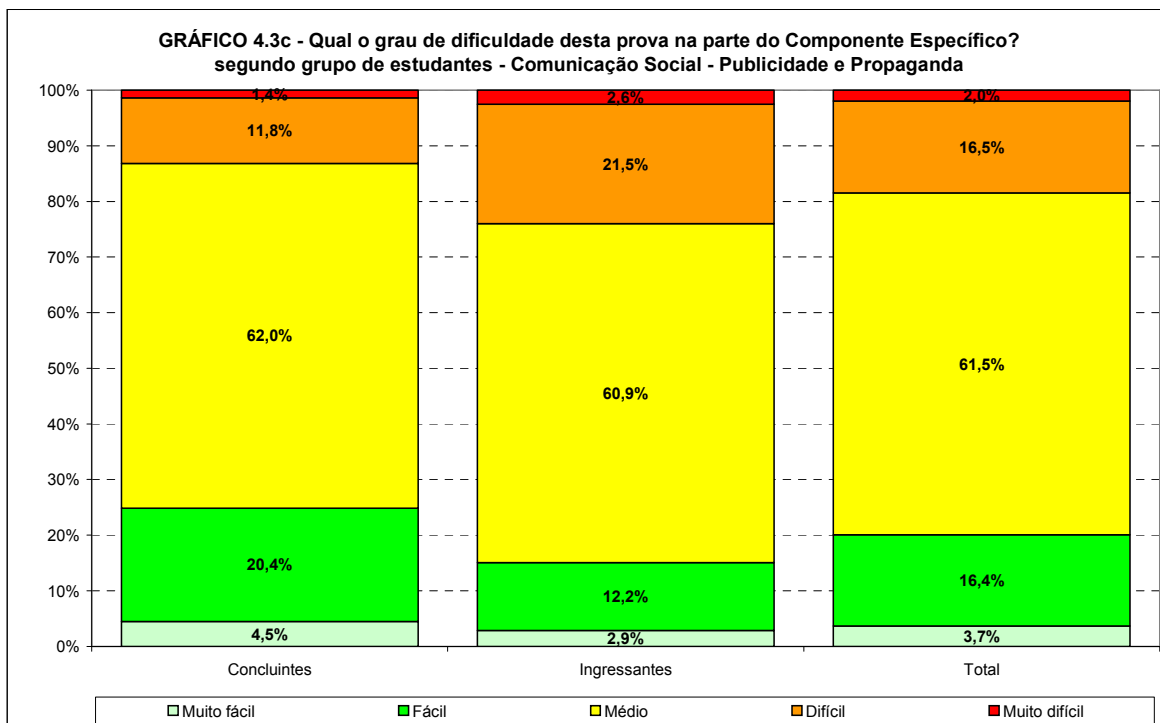
Os Gráficos 4.3a, 4.3b e 4.3c apresentam a distribuição das respostas à questão “Qual o grau de dificuldade desta prova na parte do Componente Específico?” segundo os quartos de nota final e grupo de estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Em geral, para as desagregações consideradas, os estudantes classificaram o Componente Específico como mais Difícil que a Formação Geral. No total de concluintes, 13,2% declararam que a prova na parte do Componente Específico foi Difícil/Muito difícil, contra um valor de quase o dobro para os ingressantes, 24,1%. Tanto entre os concluintes como entre os ingressantes, a proporção de indivíduos que classificaram esta parte como Muito difícil diminui com o desempenho do estudante. O mesmo comportamento foi notado para a proporção que declara Difícil/Muito difícil. A proporção que declarou a parte Fácil/Muito fácil foi maior entre os concluintes (24,9%) do que entre os ingressantes (15,1%). Entre os concluintes, conforme o esperado, a proporção dos que consideraram esta parte como Fácil cresce com o desempenho. Entre os ingressantes, a proporção foi estável em torno de 12% independente do grau de desempenho na prova. Entre os concluintes, 62,0% classificaram esta parte com um nível médio de dificuldade. A proporção entre os ingressantes foi ligeiramente menor, 60,9%. Entre os concluintes, esta proporção aumentou com o desempenho até o 3º quarto apresentando declínio para o último quarto. Entre os ingressantes, esta proporção basicamente aumentou com o desempenho, indo de 55,0% no primeiro quarto de notas a 65,3% no último quarto.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



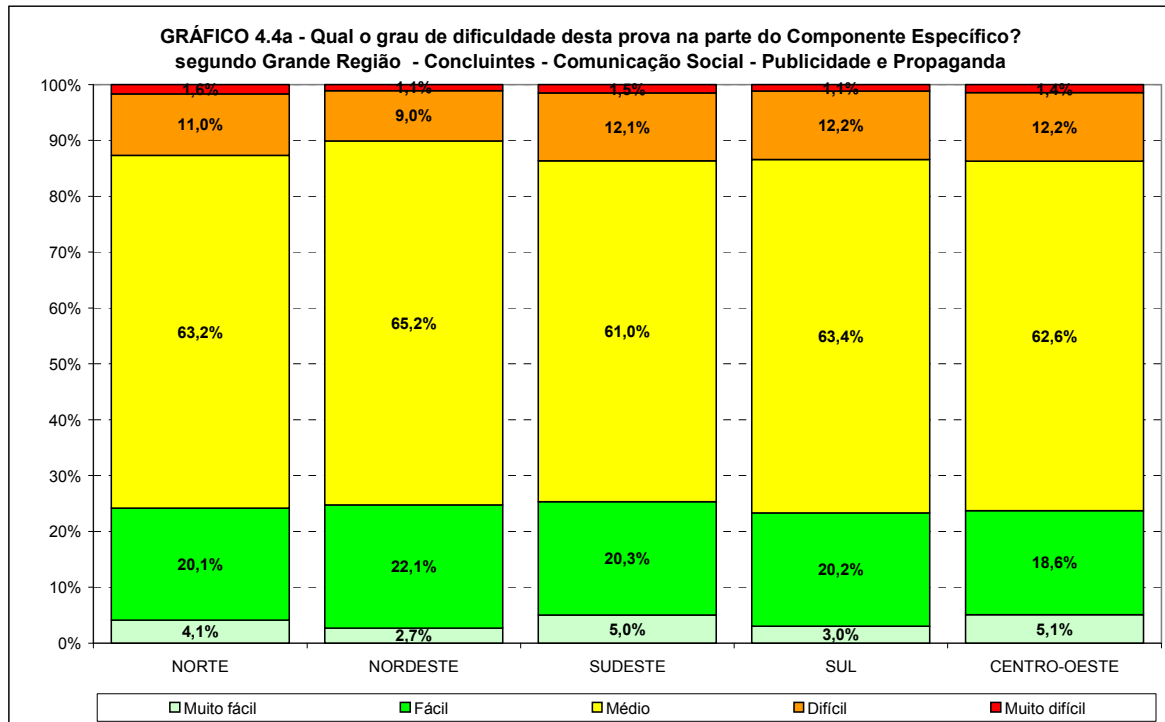
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



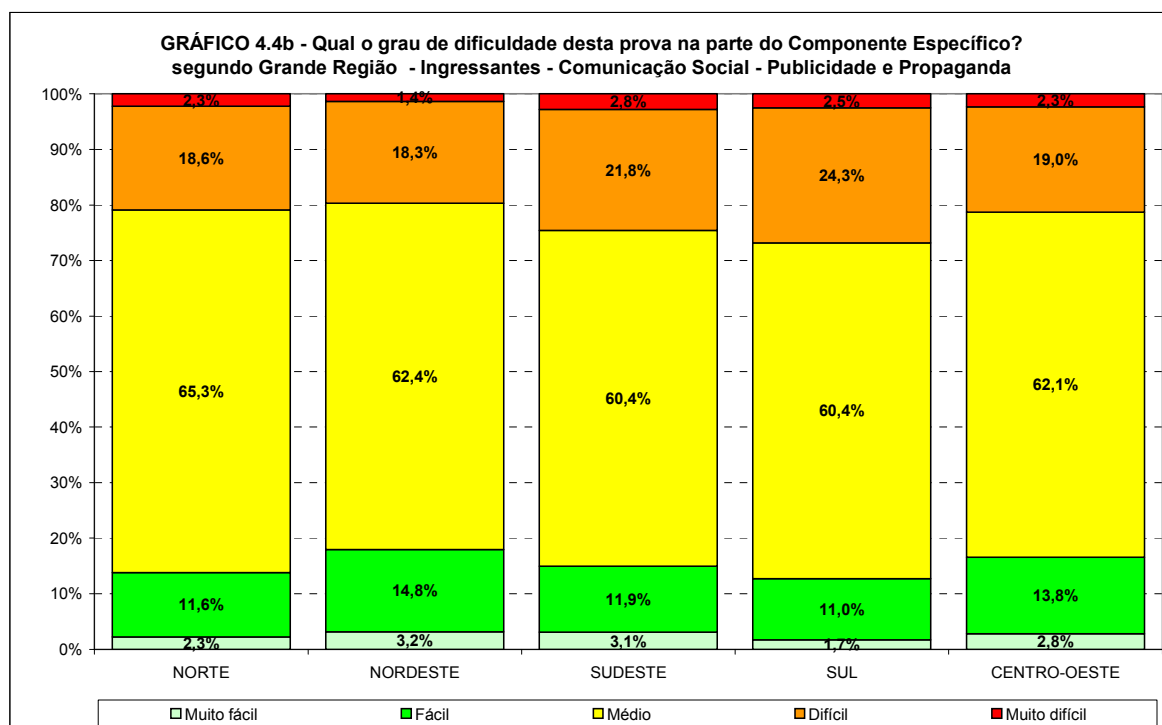
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Os Gráficos 4.4a e 4.4b apresentaram a distribuição das respostas à questão “Qual o grau de dificuldade desta prova na parte do Componente Específico?” segundo a Região onde o curso está situado para os estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Todas as Regiões apresentaram estudantes, tanto concluintes quanto ingressantes. Entre os

concluintes, a maior proporção de estudantes que considerou a parte do Componente Específico da prova como de dificuldade média entre todas as Regiões, foi na Região Nordeste com 65,2%. Já entre os ingressantes, a maior proporção foi na Região Norte com 65,3%. A Região com a menor proporção desta resposta para os concluintes foi a Região Sudeste (61,0%) e para os ingressantes foram as Regiões Sul e Sudeste (ambas com 60,4%).



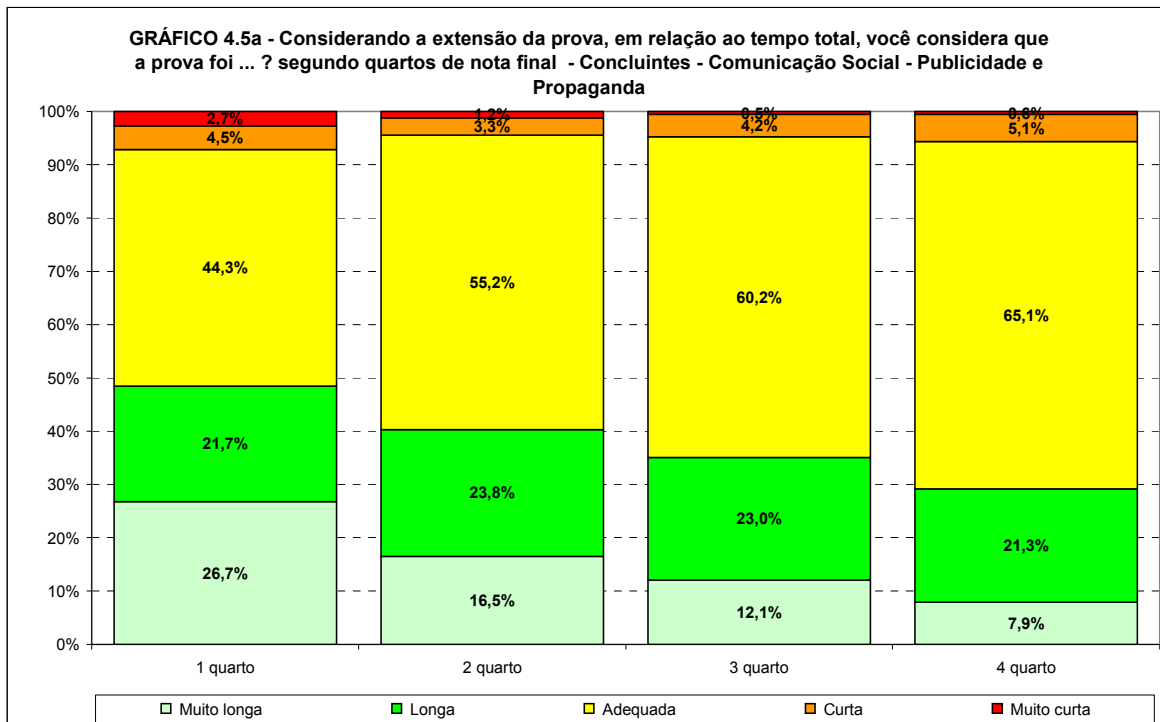
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



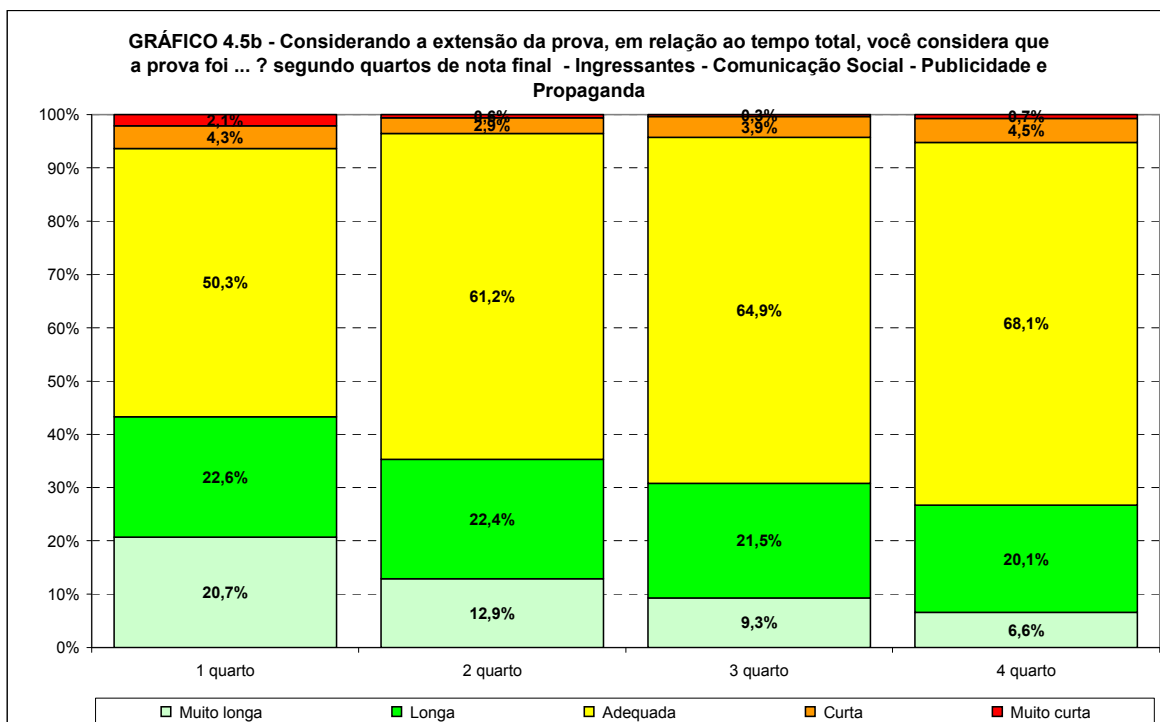
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

4.2 Extensão da prova em relação ao tempo total

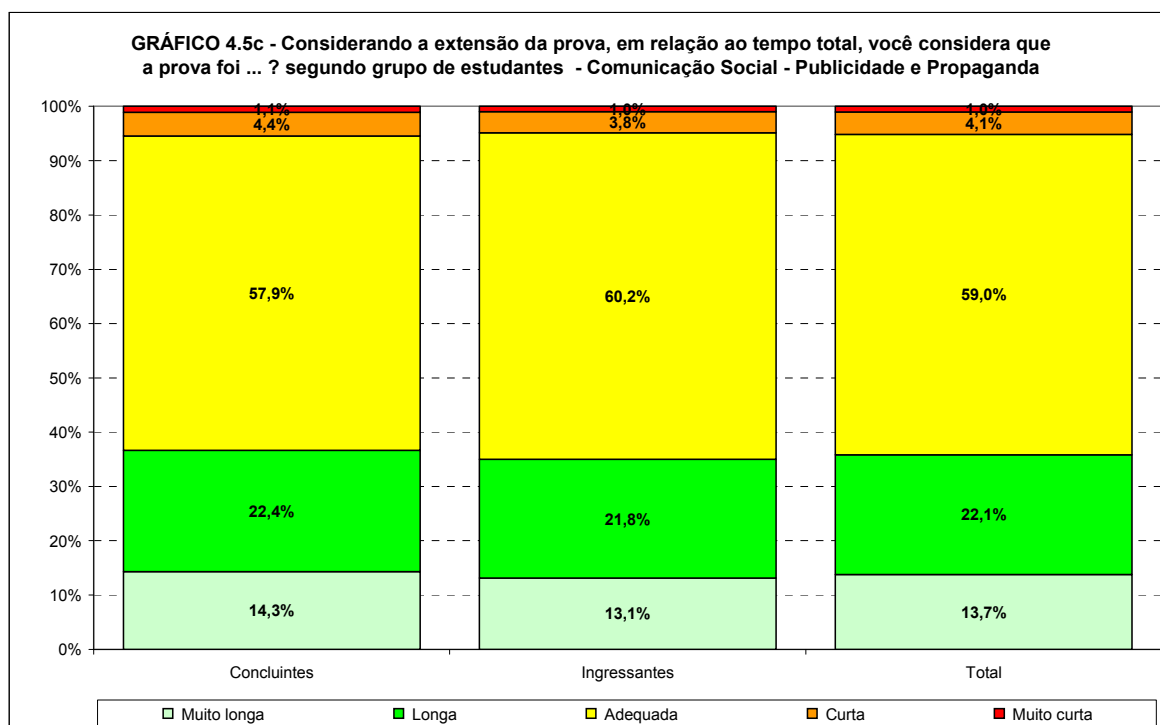
Os Gráficos 4.5a, 4.5b e 4.5c apresentam a distribuição das respostas à questão sobre a extensão da prova em relação ao tempo total, segundo quartos de nota final e grupo de estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Tanto para concluintes quanto para ingressantes, a maioria considerou a extensão da prova como adequada em relação ao tempo destinado à sua resolução, respectivamente 57,9% e 60,2%. Entre os concluintes e ingressantes esta proporção cresceu com o desempenho. A proporção dos que consideraram a extensão da prova Muito curta foi ligeiramente maior entre os concluintes (1,1%) do que entre os ingressantes (1,0%). A proporção dos que consideraram a extensão da prova Curta/Muito curta foi maior entre os concluintes (5,5%) do que entre os ingressantes (4,8%). Entre os concluintes, 0,5% dos estudantes com desempenho no 3º grupo declararam que a extensão da prova teria sido Muito curta com relação ao tempo total. Entre os ingressantes, o menor percentual ocorre também no 3º quarto (0,3%). A maior proporção de concluintes declarando que a prova foi Curta/Muito curta foi entre os estudantes de pior desempenho, 7,2%. A proporção dos que consideraram a extensão da prova Muito longa foi ligeiramente maior entre os concluintes (14,3%) que entre os ingressantes (13,1%). A proporção dos que consideraram a extensão da prova Longa também foi ligeiramente maior entre os concluintes (22,4%) do que entre os ingressantes (21,8%).



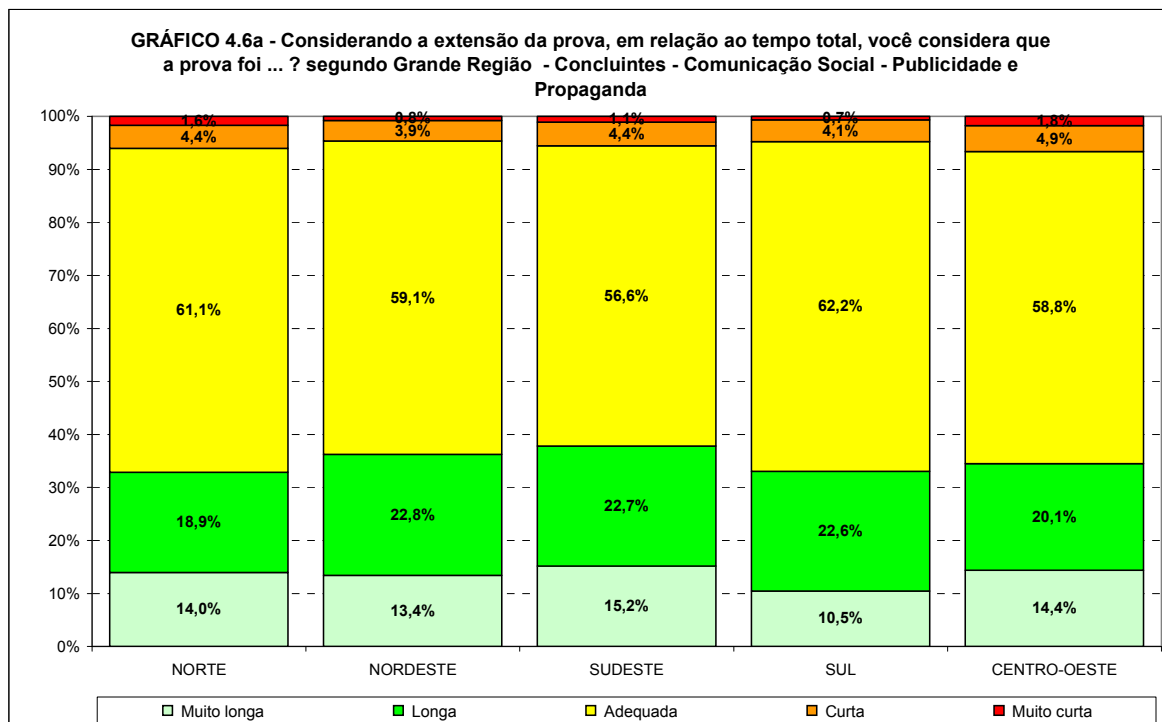
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



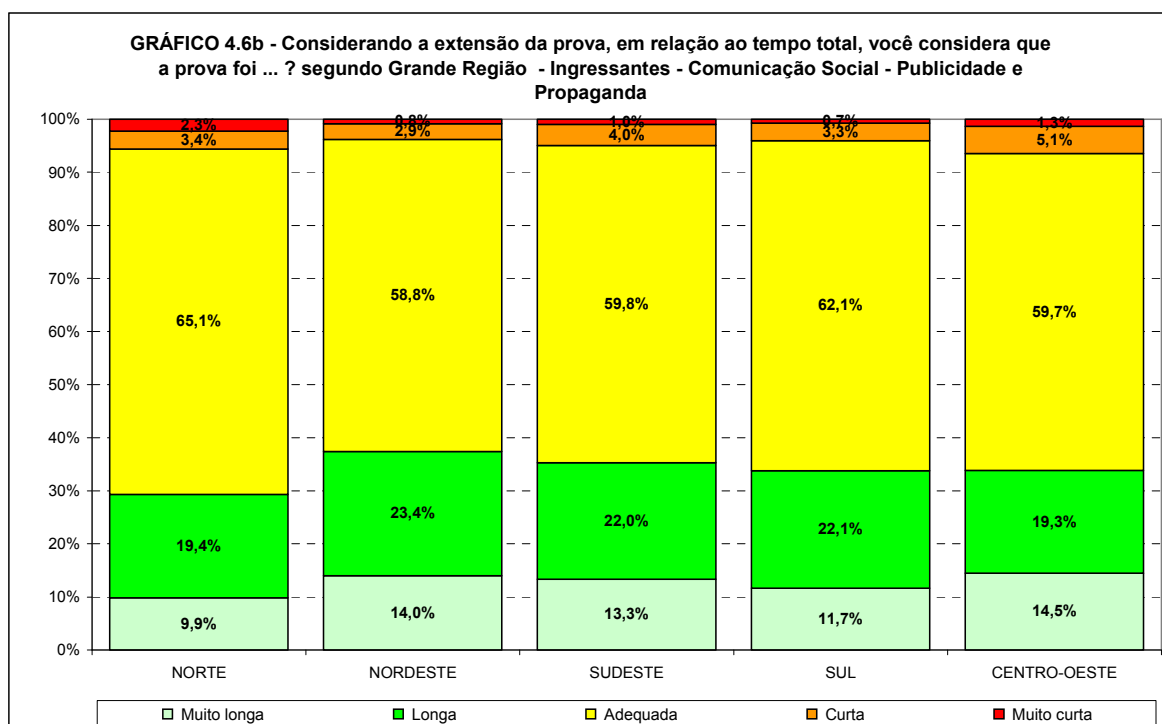
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



Os Gráficos 4.6a e 4.6b apresentam a distribuição das respostas à questão sobre a extensão da prova em relação ao tempo total, segundo a Região onde o curso está situado para os estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Em todas as Regiões brasileiras, a maioria dos estudantes, tanto concluintes como ingressantes, perceberam a prova como Adequada. Os concluintes da Região Sudeste (56,6%) se situaram abaixo da média (57,9%) para esta resposta, enquanto entre os ingressantes, os da Região Norte (65,1%) e Sul (62,1%) ficaram acima da média (60,2%).



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

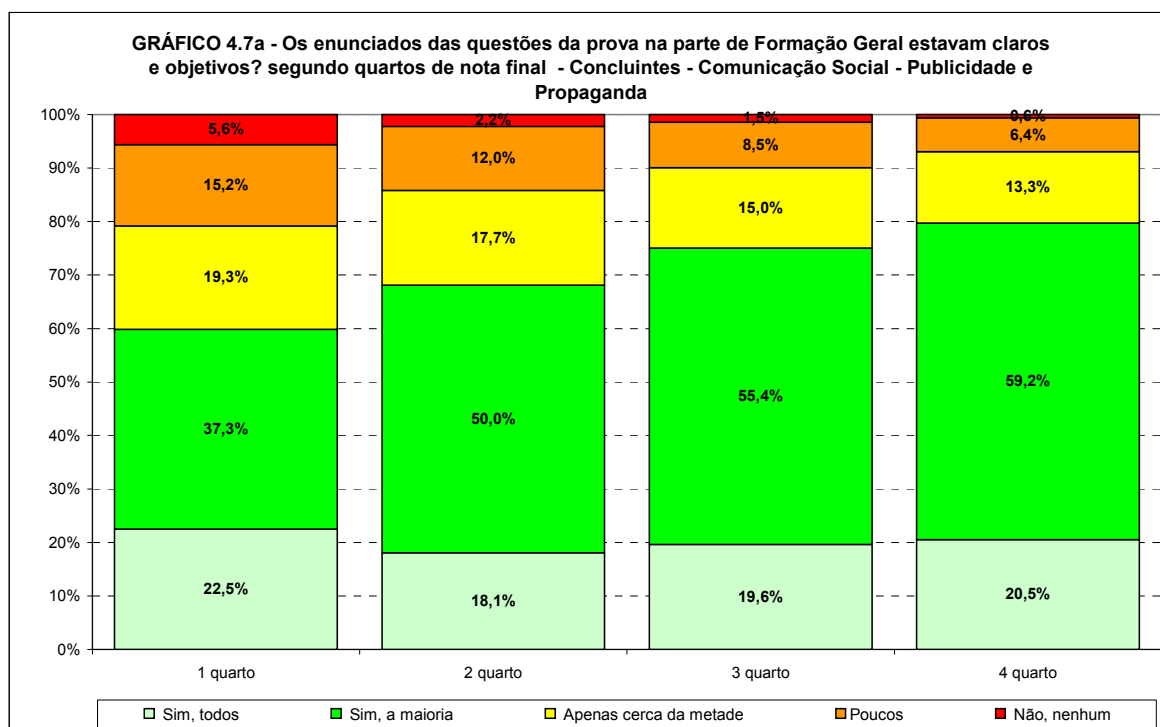
4.3 Compreensão dos Enunciados das Questões

4.3.1 Formação Geral

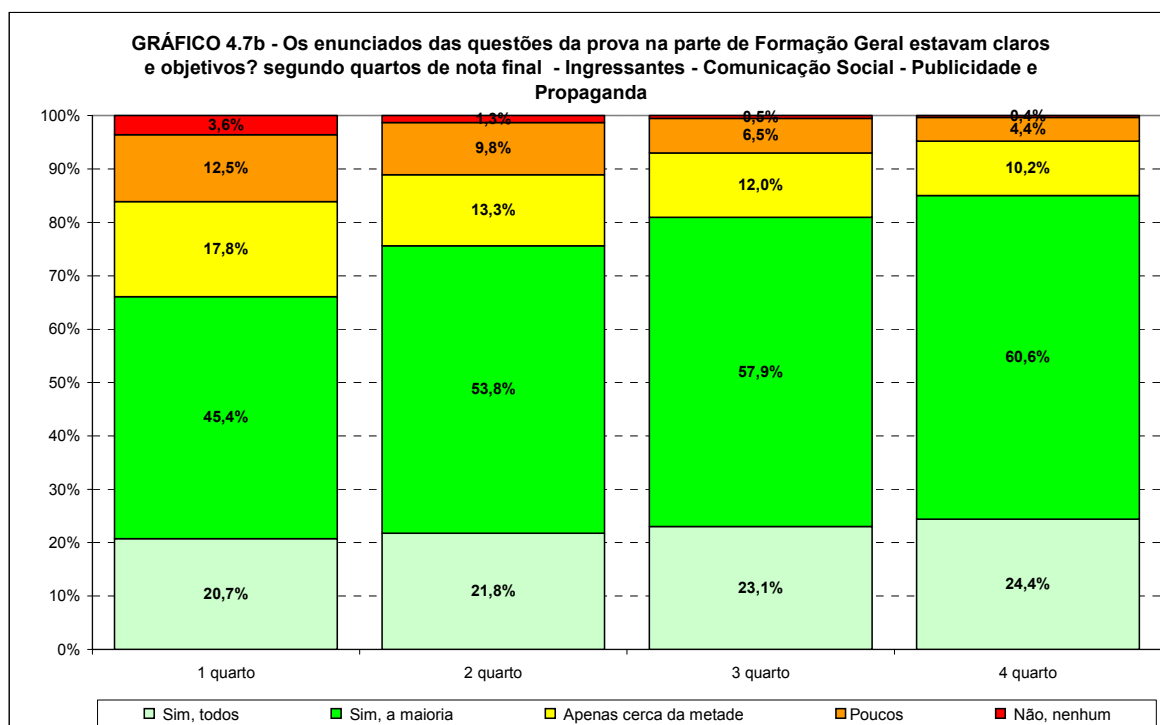
Os Gráficos 4.7a, 4.7b e 4.7c apresentam a distribuição das respostas à questão “Os enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e

objetivos?” segundo quartos de nota final e grupo de estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Com relação aos enunciados das questões da parte de Formação Geral, as opiniões foram positivas: a grande maioria dos concluintes (72,3%) e ingressantes (75,8%) consideraram claros e objetivos os enunciados de todas ou da maioria das questões. Entre os concluintes, esta proporção cresceu conforme o desempenho: 59,8% para o grupo com o pior desempenho a 79,7% para o de melhor. Entre os ingressantes o mesmo comportamento se repete, esta proporção cresceu conforme o desempenho, indo de 66,1% a 85,0%.

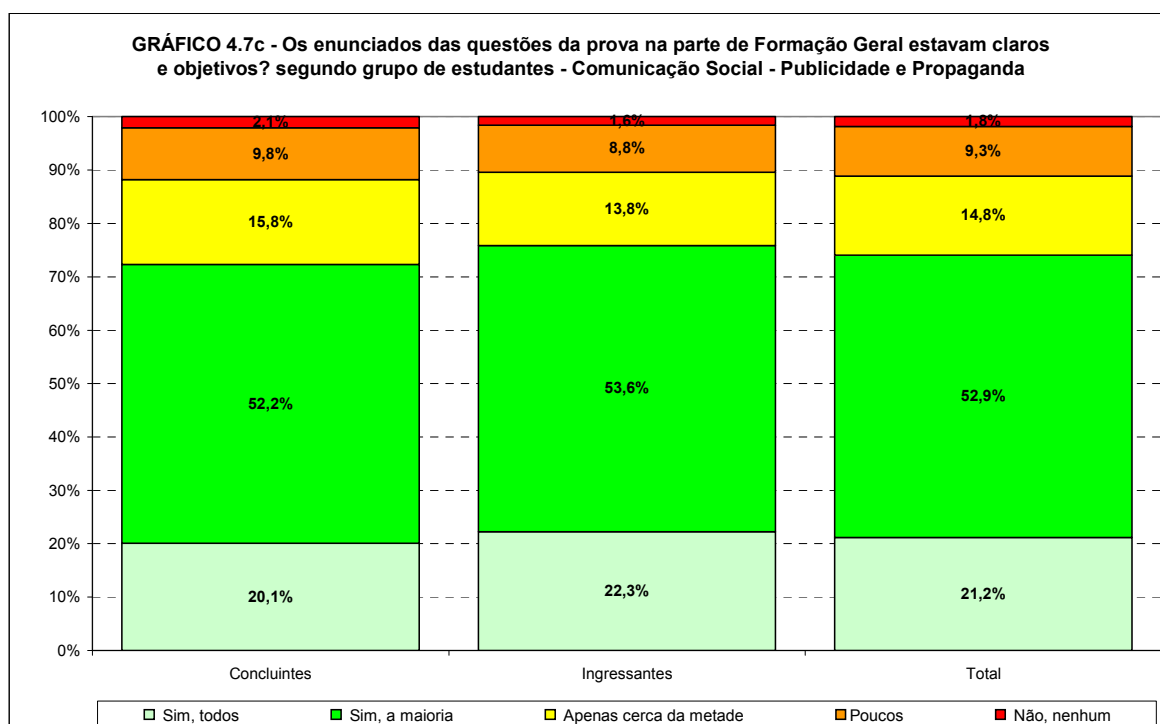
Em linhas gerais, pode-se dizer que a combinação de Poucos e Nenhum decresceu com o desempenho tanto para concluintes como para ingressantes: caiu de 20,7% a 7,0% para os concluintes e de 16,1% a 4,8% para os ingressantes.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

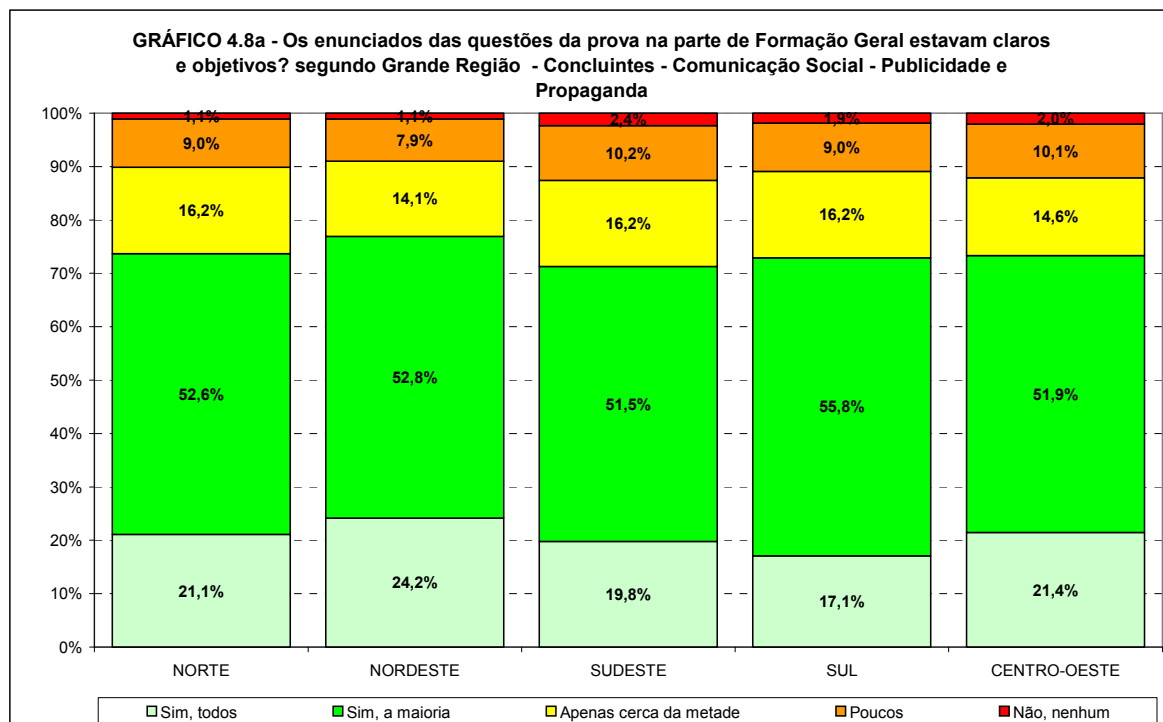


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

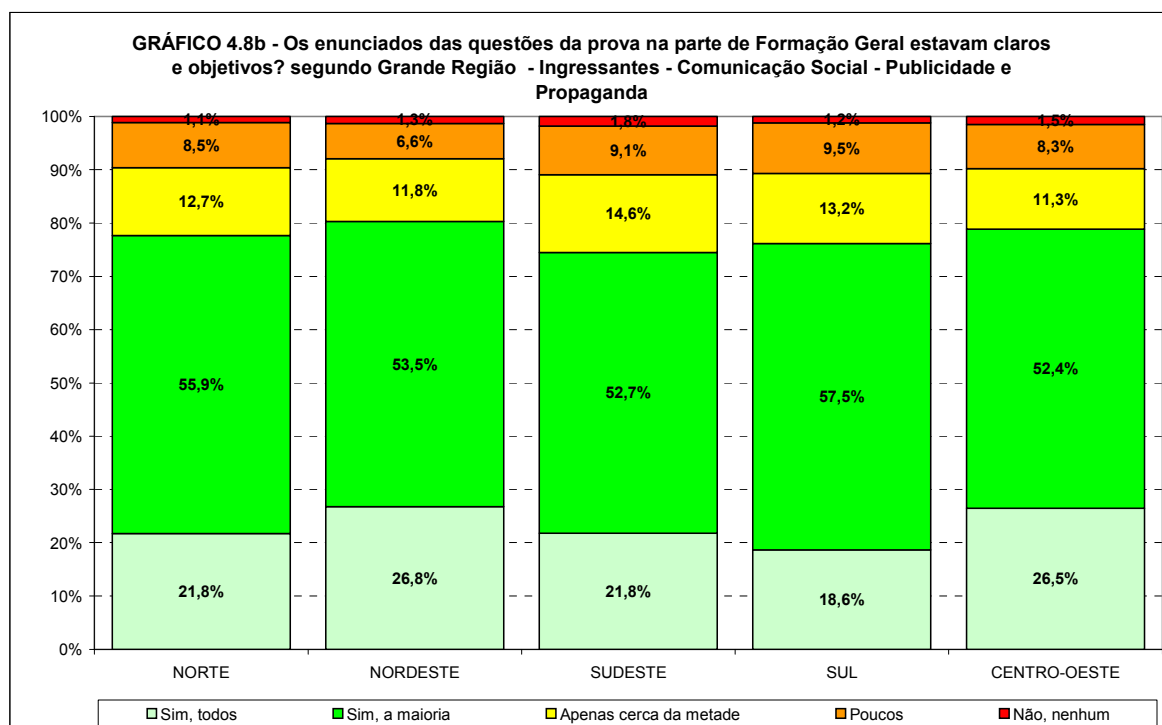
Os Gráficos 4.8a e 4.8b apresentam a distribuição das respostas à questão “Os enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos?” segundo a Região onde o curso está situado para os estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Em termos regionais, as proporções de ingressantes e de

concluintes que consideraram claros e objetivos os enunciados de todas ou da maioria das questões não variaram muito (no máximo 10 pontos percentuais). Entre os concluintes, os valores foram de 71,3% no Sudeste a 77,0% no Nordeste. Entre os ingressantes, as Regiões extremas foram as mesmas e estas proporções variaram de 74,5% no Sudeste a 80,3% no Nordeste.

Com relação às respostas “poucos” e “não, nenhum” tanto para concluintes como para ingressantes as maiores proporções ocorreram na Região Sudeste, respectivamente 12,6% e 10,9%.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

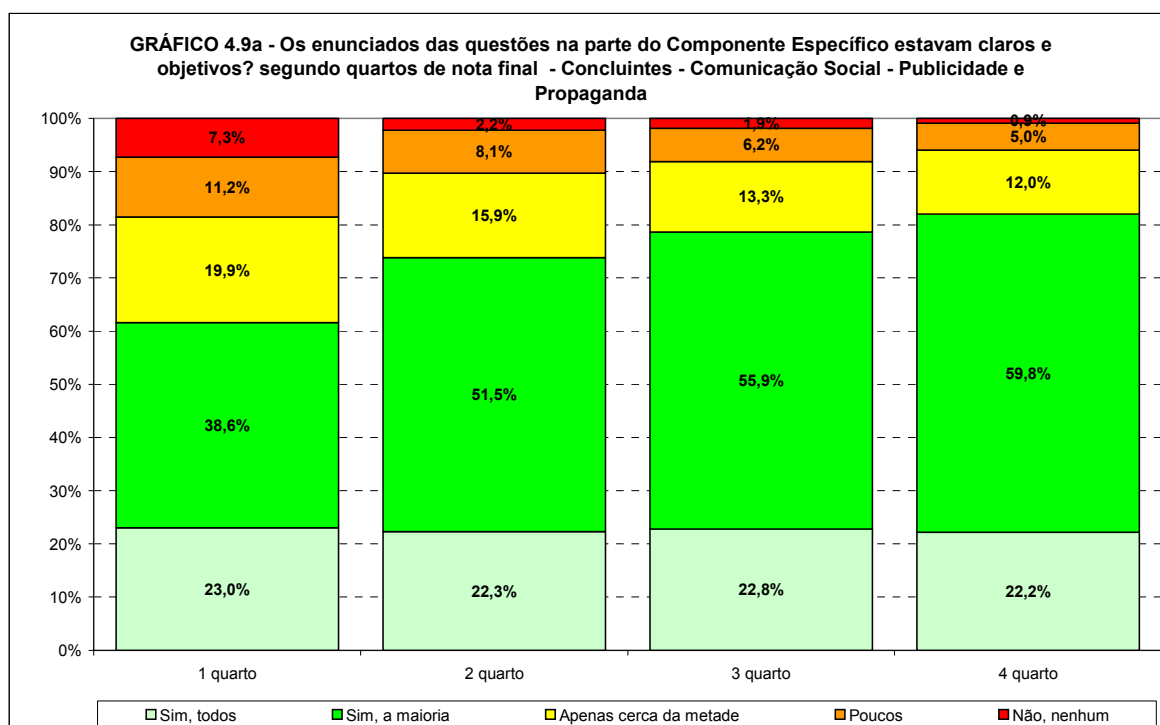


4.3.2 Componente Específico

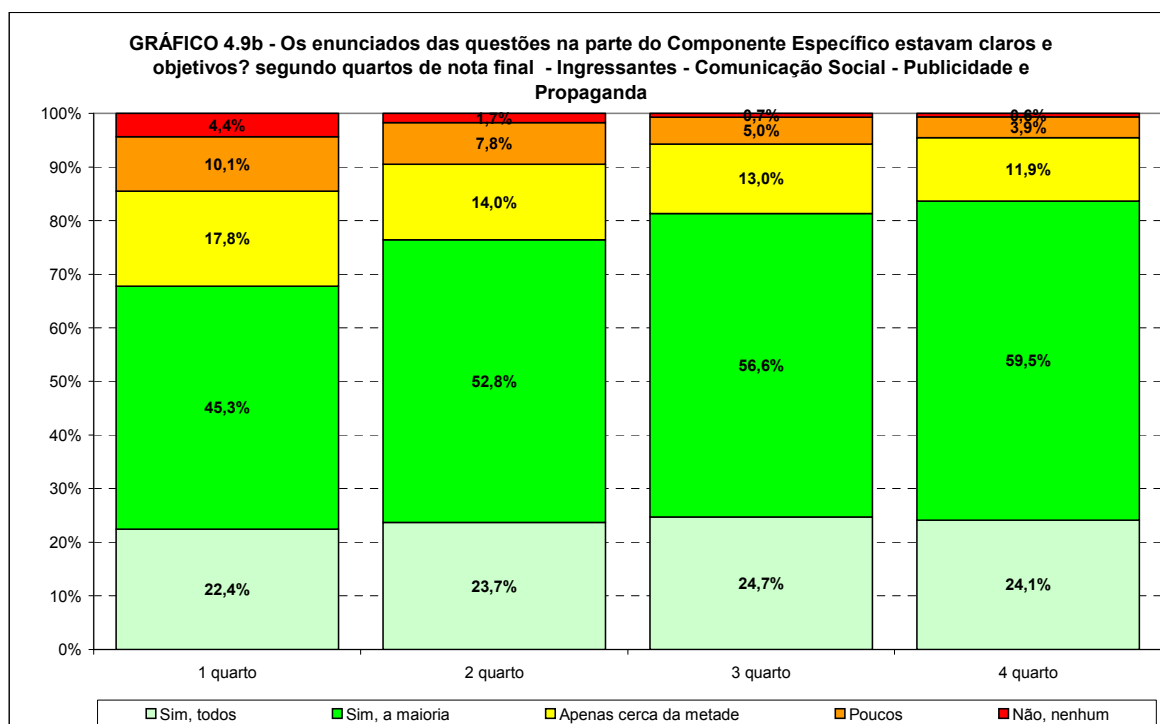
Os Gráficos 4.9a, 4.9b e 4.9c apresentam a distribuição das respostas à questão “Os enunciados das questões da prova na parte de formação específica estavam claros e objetivos?” segundo quartos de nota final e grupo de estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Com relação aos enunciados das questões da parte do Componente Específico, as opiniões foram também positivas: a grande maioria dos concluintes (75,6%) e ingressantes (76,4%) consideraram claros e objetivos os enunciados de todas ou da maioria das questões. A proporção de concluintes declarando que todos os enunciados estavam claros e objetivos foi quase constante, em torno dos 22% para todos os quartos: com o percentual mais baixo sendo de 22,2% no último quarto e o mais elevado de 23,0% no 1º quarto. Já a combinação de todas ou da maioria das questões foi crescente com o desempenho: indo de 61,6% para os com pior desempenho a 82,0% para o último quarto. Entre os ingressantes, esta proporção também cresceu com o desempenho: indo de 67,7% para os com pior desempenho a 83,6% para o último quarto.

O número de estudantes que declararam que “não, nenhum” dos enunciados das questões da parte do Componente Específico era claro e objetivo, foi um pouco maior do que na parte de Formação Geral: 2,6% entre os concluintes e 2,0% entre os ingressantes. Os que responderam “poucos” são 7,1%, tanto entre os concluintes como entre os ingressantes. A proporção de estudantes que respondeu que cerca de metade dos

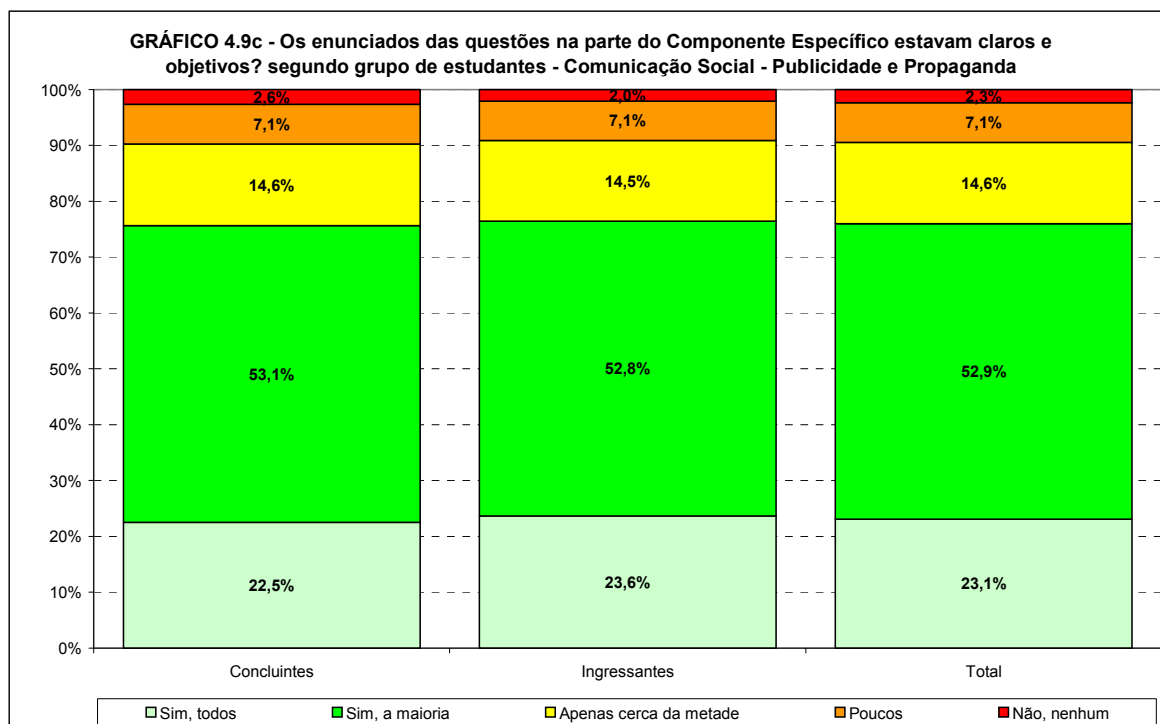
enunciados da parte do Componente Específico era claro e objetivo decresceu com o desempenho, tanto para concluintes como para ingressantes.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

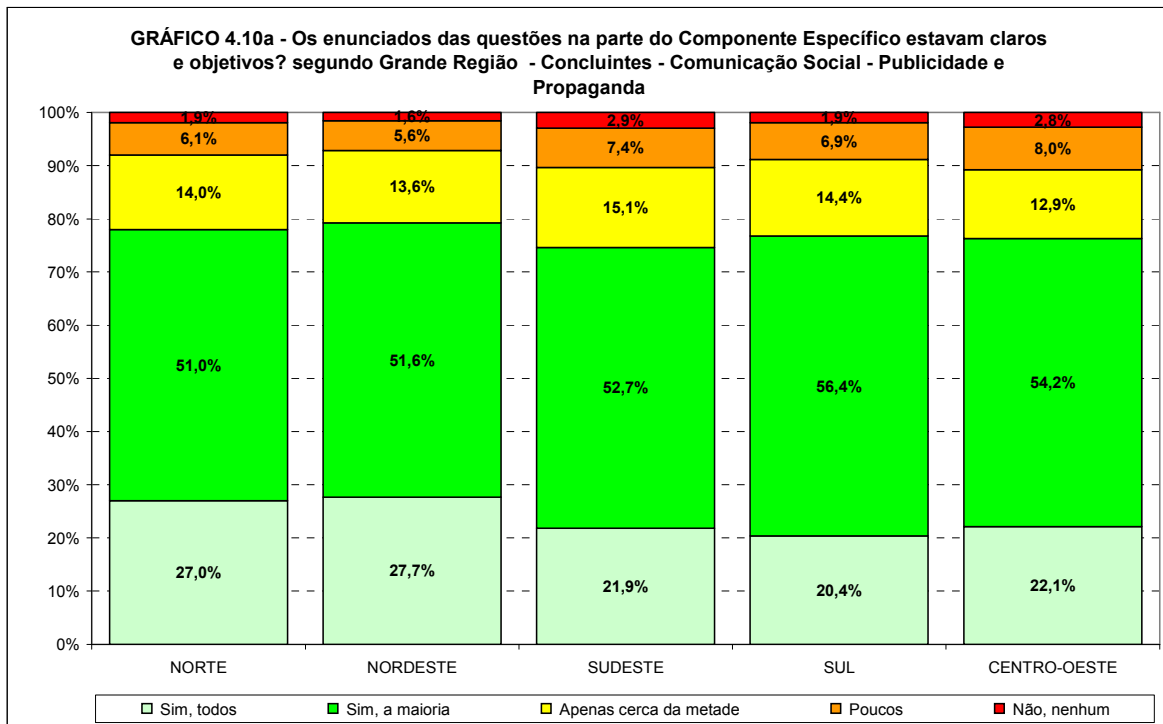


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

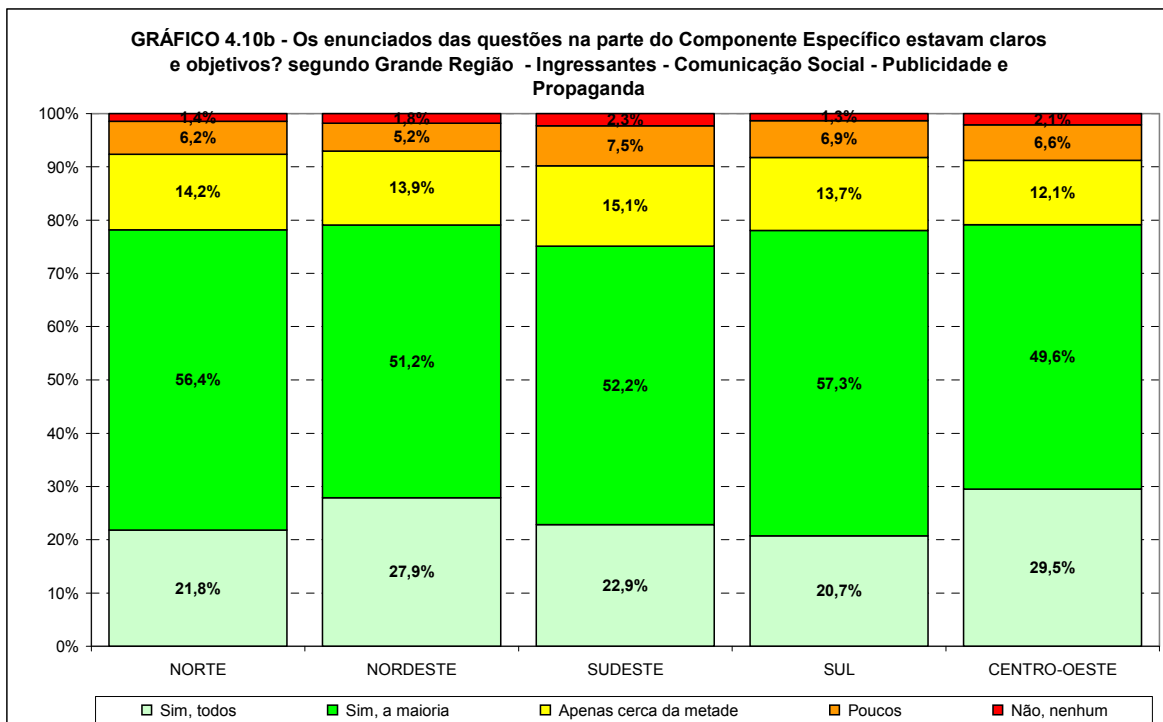


Os Gráficos 4.10a e 4.10b apresentam a distribuição das respostas à questão “Os enunciados das questões da prova na parte de formação específica estavam claros e objetivos?” segundo a Região onde o curso está situado para os estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Em termos regionais, as proporções de ingressantes e de concluintes que consideraram claros e objetivos os enunciados de todas ou da maioria das questões variaram menos entre os ingressantes (no máximo 4 pontos percentuais) do que entre os concluintes (no máximo 5 pontos percentuais). Entre os concluintes, os valores foram de 74,6% no Sudeste a 79,3% no Nordeste. Apenas a Região do Sudeste apresentou valor abaixo da média nacional (75,6%) para os concluintes.

Com relação às respostas “poucos” e “não, nenhum” para concluintes a maior proporção ocorreu na Região Centro-Oeste com 10,8% - tendo a Região Sudeste valor ligeiramente abaixo (10,3%) - e a menor proporção na Região Nordeste com 7,2%.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

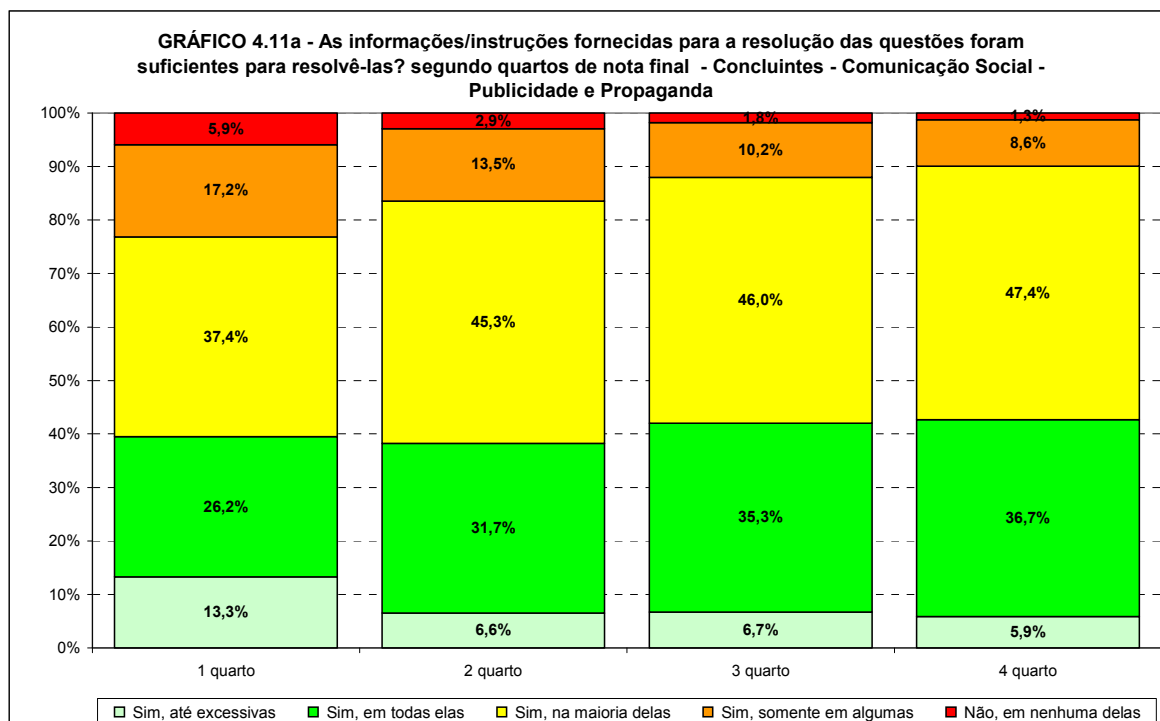


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

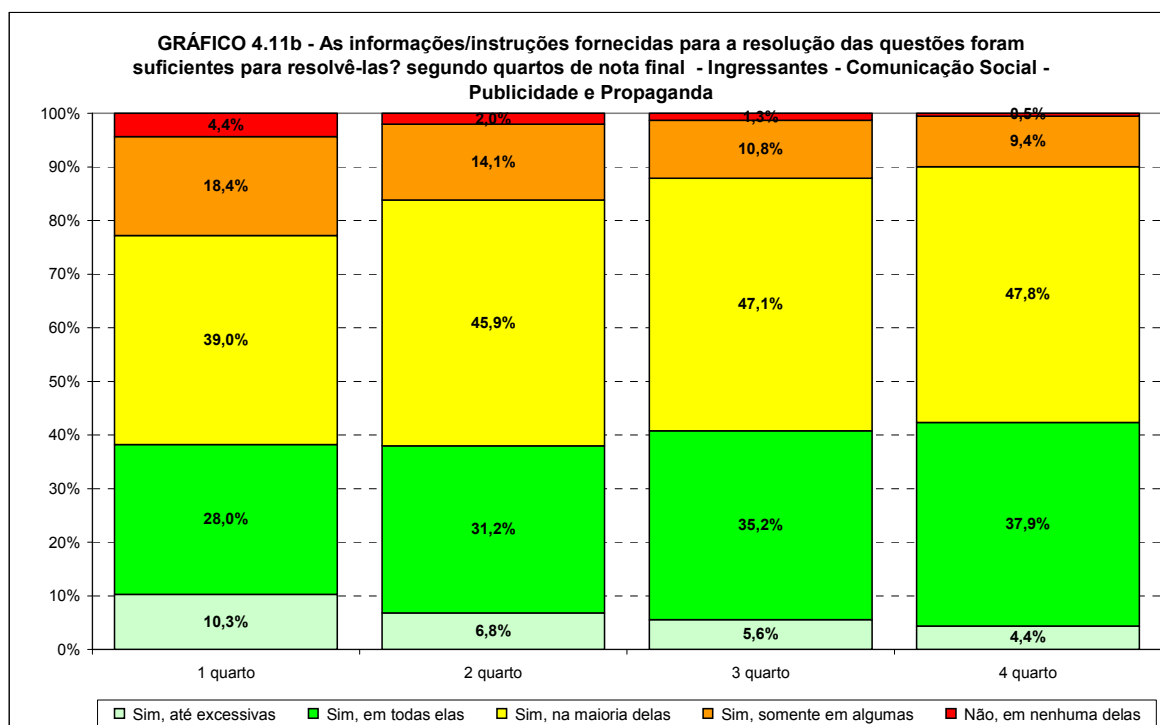
4.4 Suficiência das informações/instruções fornecidas

Os Gráficos 4.11a, 4.11b e 4.11c apresentam a distribuição das respostas à questão “As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?” segundo quartos de nota final e grupo dos estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Quando perguntados sobre as informações/instruções fornecidas para a resolução das questões, 84,1% dos ingressantes e 85,7% dos concluintes de todo o Brasil responderam que estas eram ou excessivas ou suficientes em todas ou na maioria das questões, demonstrando uma avaliação positiva da prova. Levando-se em conta o desempenho dos participantes, sem grandes diferenças entre as opiniões de estudantes, ingressantes e concluintes, a proporção de estudantes com a opinião supracitada foi crescente com o desempenho, tanto para concluintes como para ingressantes. Entre os concluintes a proporção vai de 76,9% para os de pior desempenho a 90,1% para os de melhor desempenho. Entre os ingressantes, as proporções equivalentes são, respectivamente, 77,2% a 90,0%.

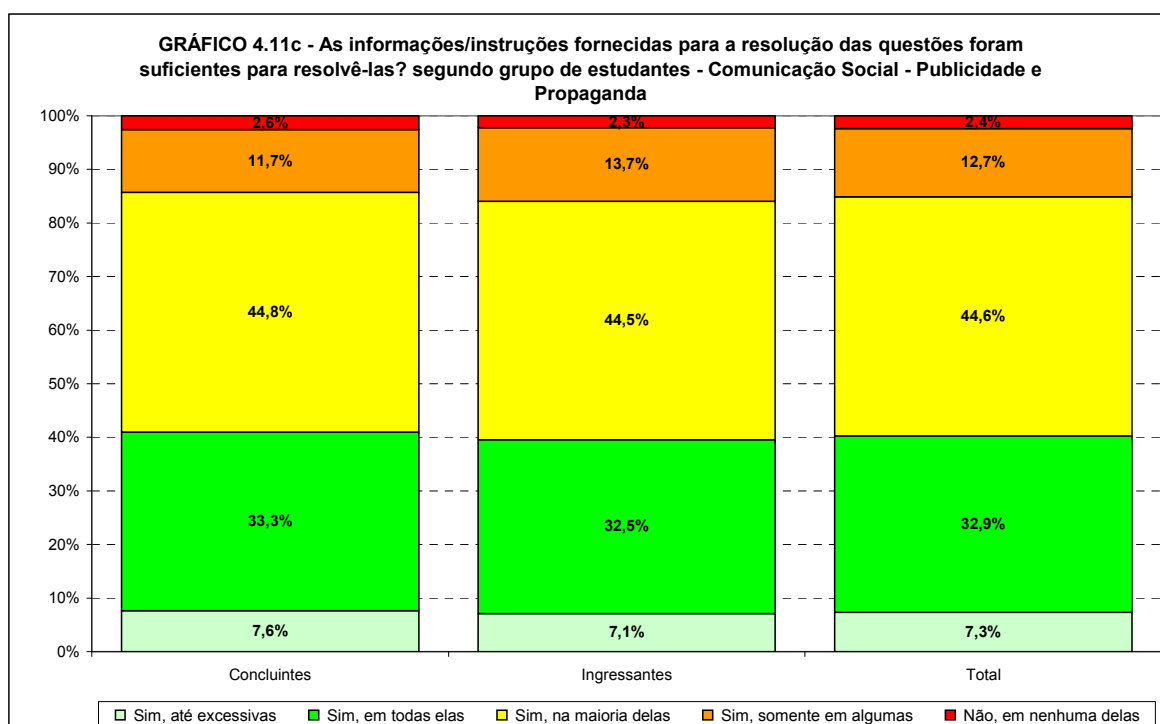
O complemento desta opinião, ou seja, os estudantes que responderam somente em algumas ou em nenhuma delas, apresentou uma proporção decrescente com o desempenho tanto para os concluintes como para os ingressantes. A resposta “não, em nenhuma” delas apareceu em todos os quartos tanto para concluintes quanto para ingressantes, mas também com representatividade decrescente com o desempenho.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

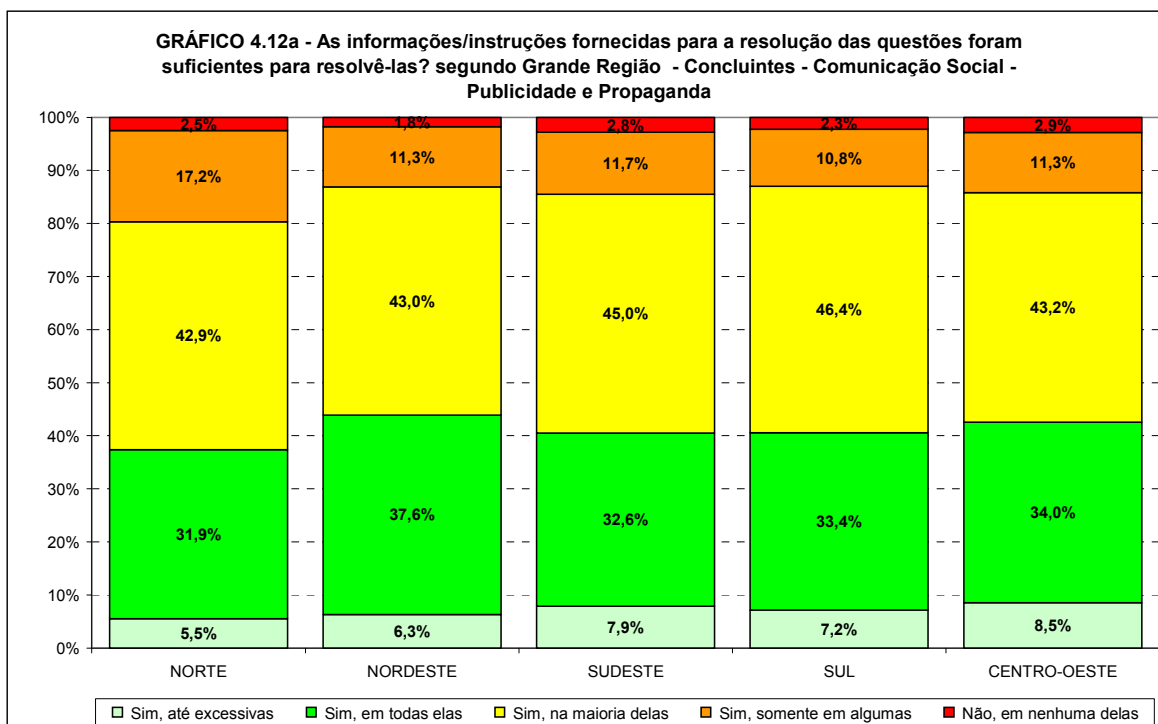


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

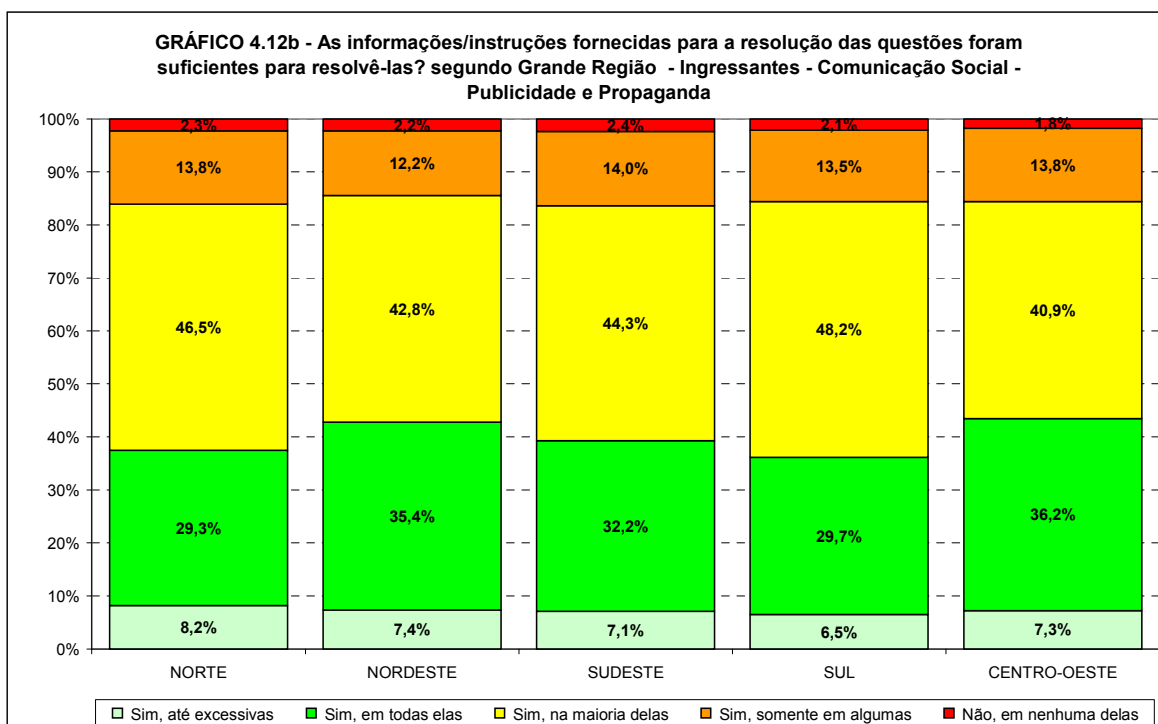


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Os Gráficos 4.12a e 4.12b apresentam a distribuição das respostas à questão “As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?” segundo a Região onde o curso está situado para os estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

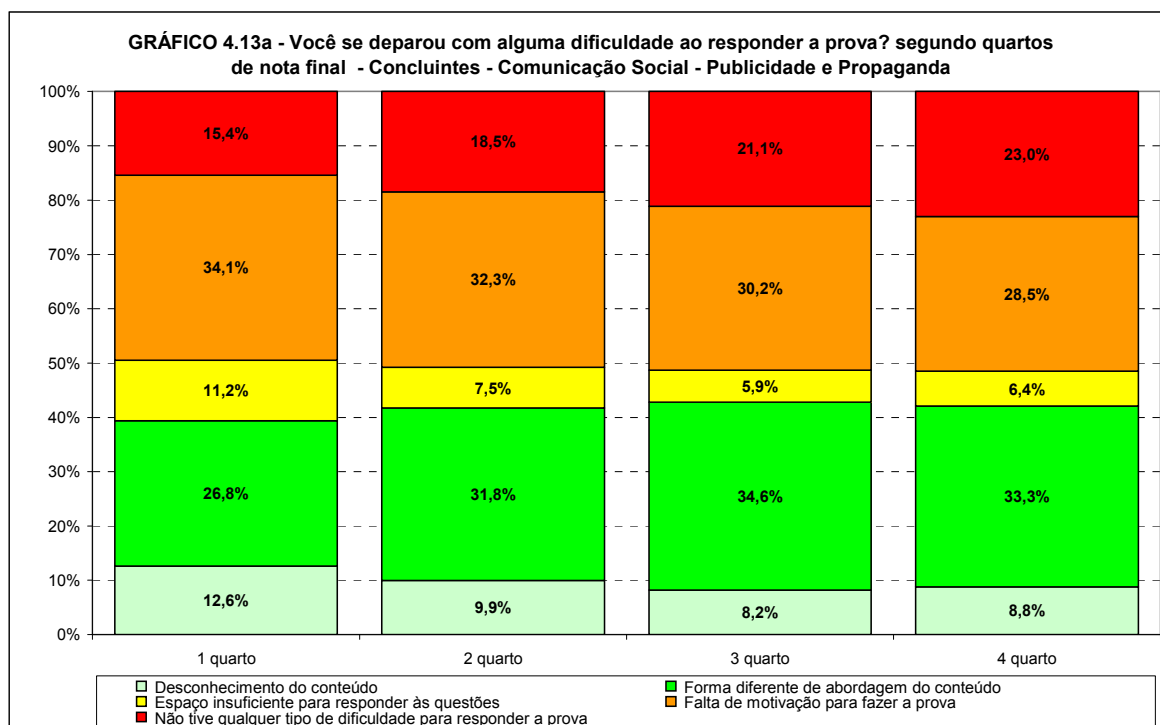


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

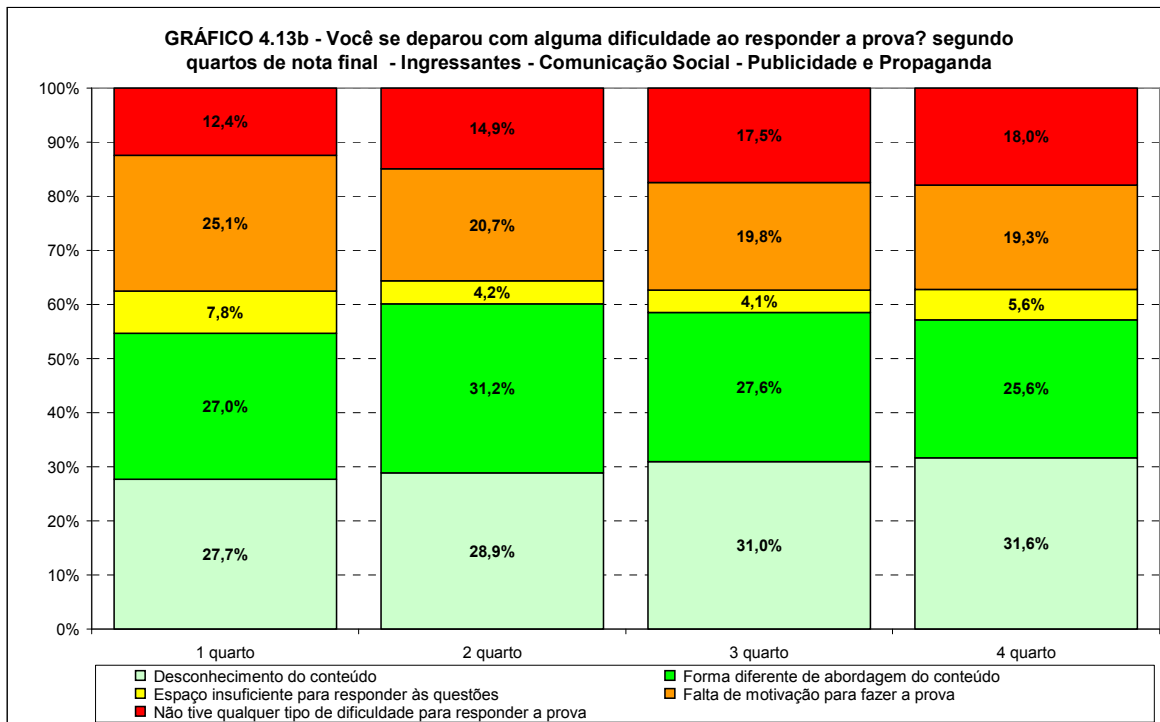
4.5 Dificuldade encontrada ao responder à prova

Os Gráficos 4.13a, 4.13b e 4.13c apresentam a distribuição das respostas à questão “Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova? Qual?” segundo quartos de nota final e grupo de estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009

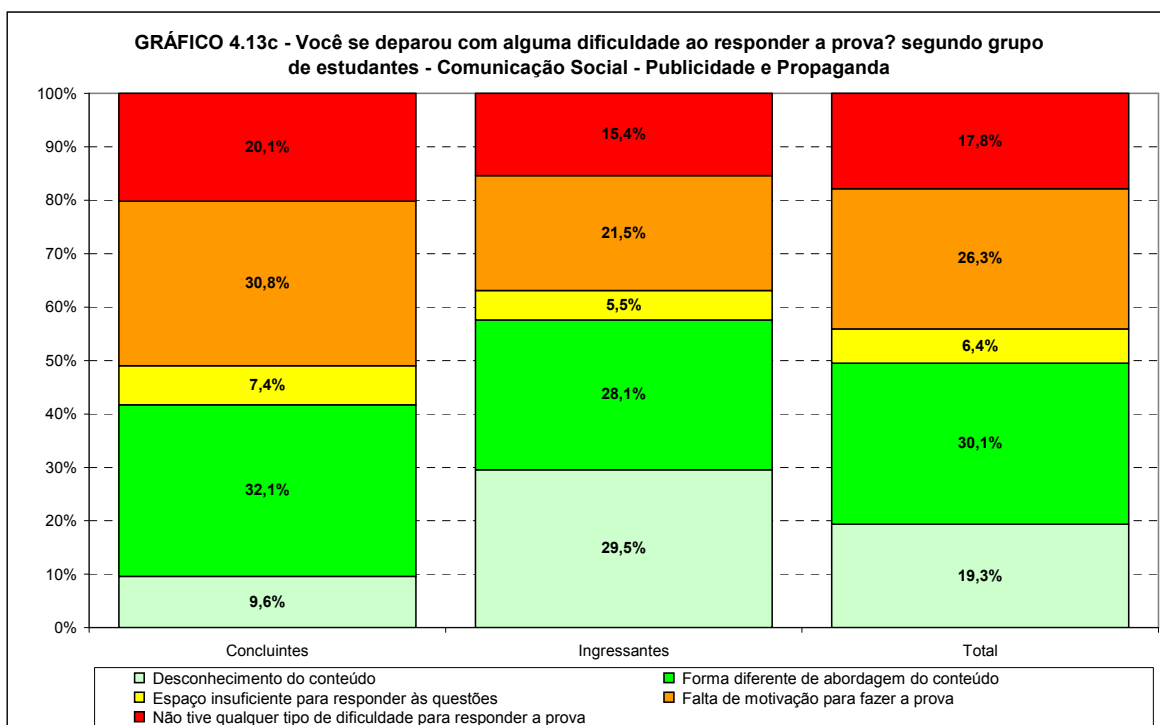
na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Perguntados sobre as dificuldades com as quais se depararam ao responder à prova, 29,5% dos ingressantes apontaram como principal dificuldade o desconhecimento do conteúdo; valor um pouco mais alto da proporção dos que optaram pela forma diferente de abordagem do conteúdo (28,1%). Já os concluintes apontaram como principal dificuldade a forma diferente de abordagem do conteúdo, 32,1%; seguido da falta de motivação para fazer a prova (30,8%). Na verdade para a quase totalidade das áreas, ingressantes apresentaram uma proporção de estudantes bem maior do que entre os concluintes declarando como principal dificuldade o desconhecimento da matéria. Nesta área, o desconhecimento do conteúdo foi apontado somente por 9,6% dos concluintes, valores, *grosso modo*, decrescentes com o desempenho (12,6% no grupo de pior desempenho e 8,8% no de melhor). Entre os concluintes, o comportamento foi inverso, a proporção de estudantes que apontaram o desconhecimento do conteúdo foi decrescente com o desempenho. A falta de motivação foi apontada por 21,5% dos ingressantes. Esta dificuldade apresentou valores decrescentes entre os concluintes caindo de 34,1% no primeiro quarto para 28,5% no último quarto. Entre os ingressantes, os valores foram igualmente decrescentes: o grupo de pior desempenho apresentou o maior percentual com 25,1%.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

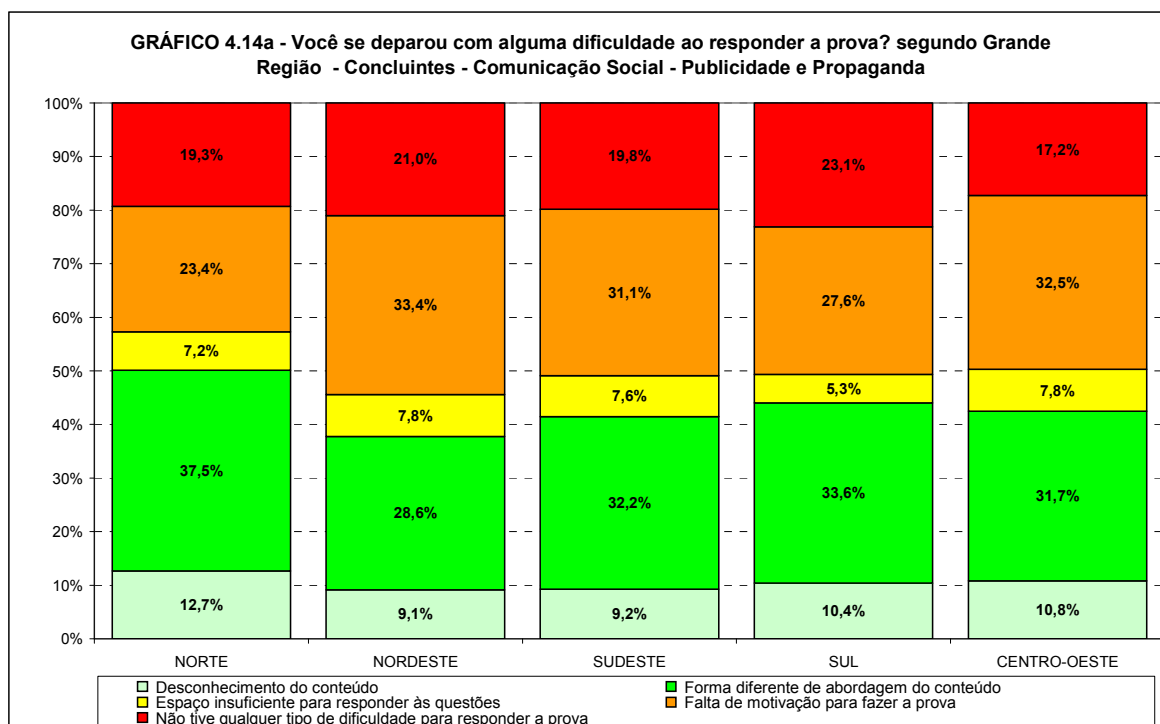


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

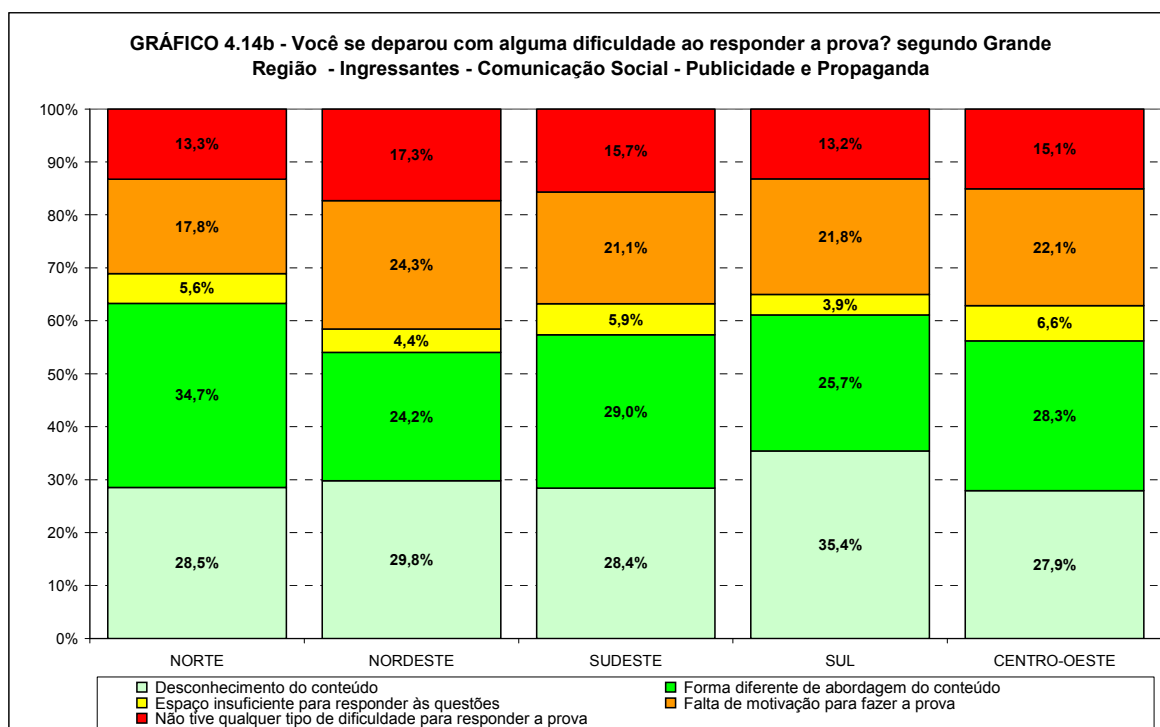


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Os Gráficos 4.14a e 4.14b apresentam a distribuição das respostas à questão “Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova? Qual?” segundo a Região onde o curso está situado para os estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Em relação às Regiões brasileiras, o percentual de ingressantes que apontaram o desconhecimento do conteúdo como principal dificuldade ao responder à prova variou de 27,9% na Região Centro-Oeste a 35,4% na Região Sul. Entre os concluintes, tal percentual variou de 9,1% na Região Nordeste a 12,7% na Norte. A forma diferente de abordagem de conteúdo foi citada como maior dificuldade por 24,2% dos ingressantes na Região Nordeste chegando a 34,7% na Região Norte. Já entre os concluintes, os valores foram de 28,6% na Região Nordeste a 37,5% na Região Norte. O percentual de concluintes que citaram a Falta de Motivação como principal dificuldade variou de 23,4% na Região Norte a 33,4% na Região Nordeste. Entre os ingressantes, as estatísticas correspondentes foram de 17,8% na Região Norte a 24,3%, na Região Nordeste. Os que declararam que não tiveram qualquer tipo de dificuldade variaram, entre os concluintes, de 17,2% na Região Centro-Oeste a 23,1% na Região Sul. Entre os ingressantes, este percentual variou de 13,2% na Região Sul a 17,3% na Região Nordeste.

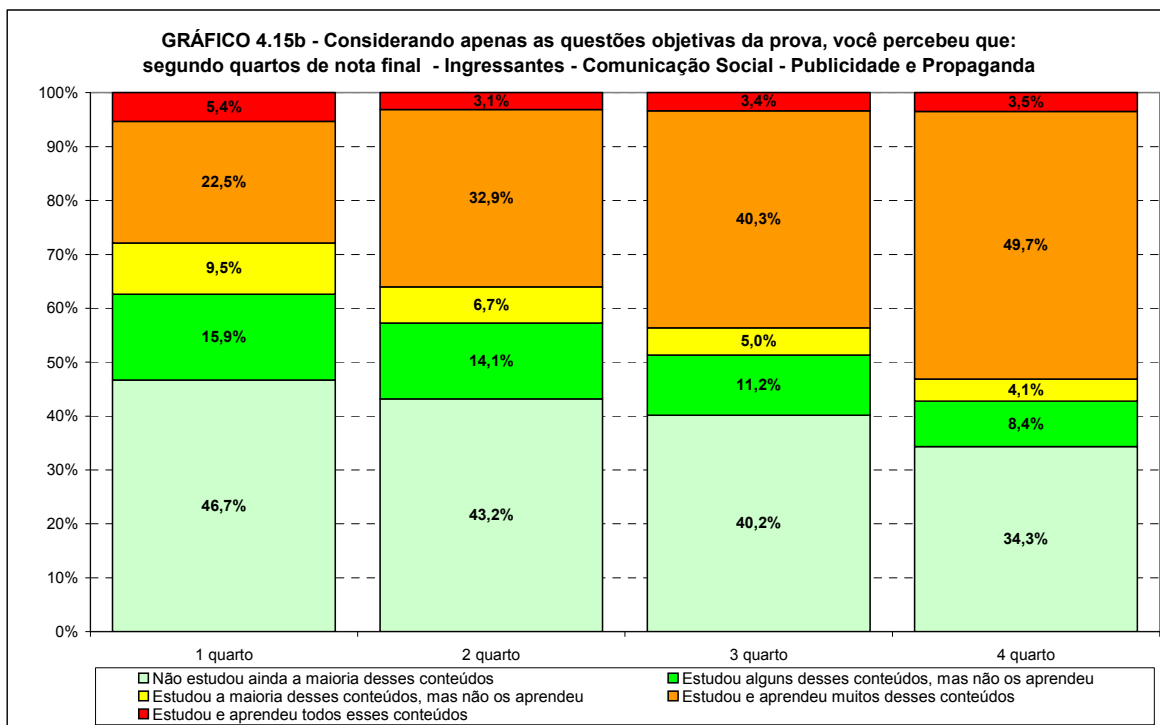
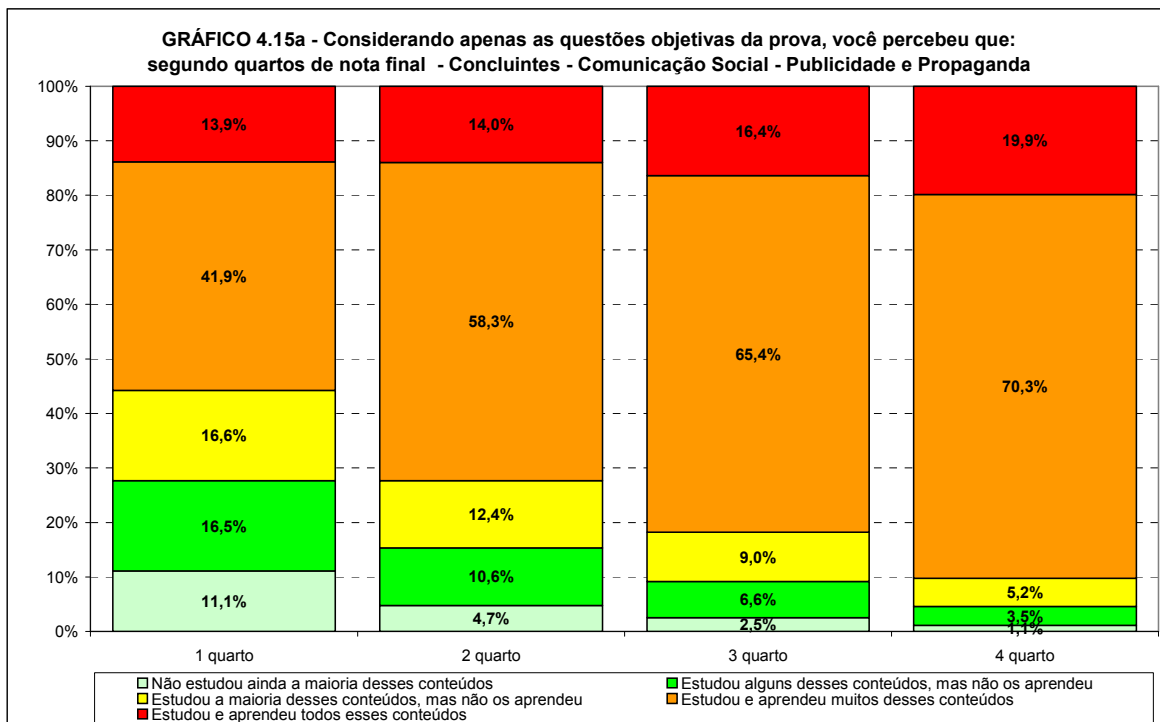


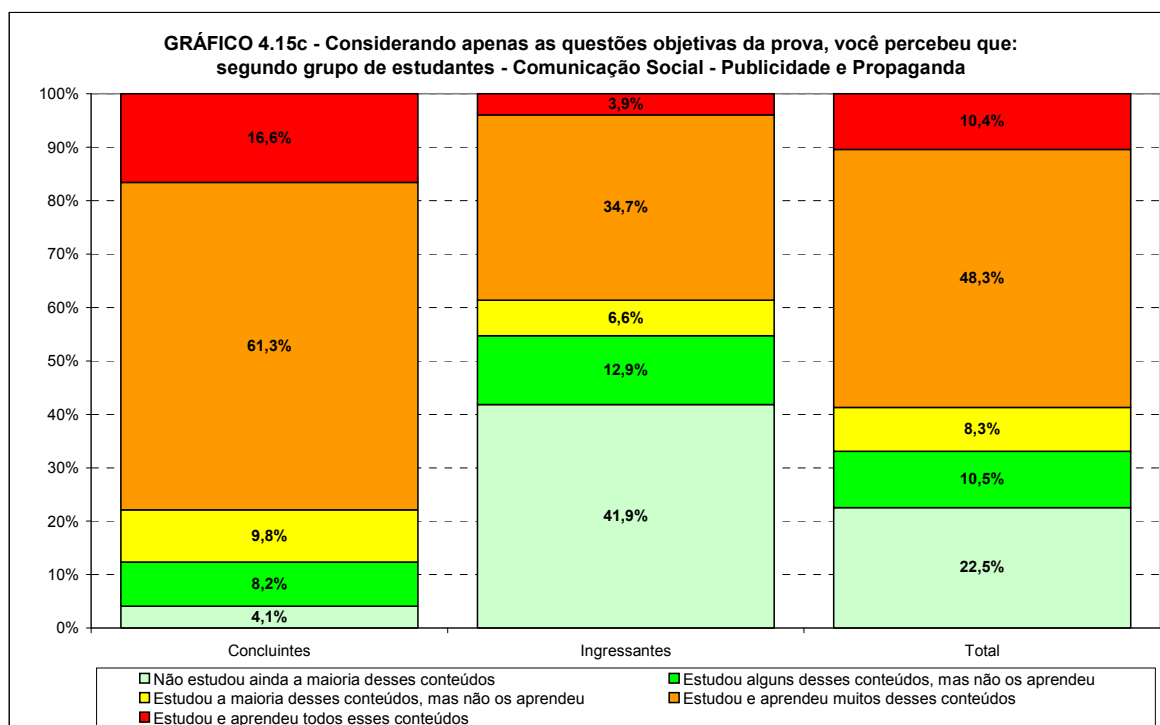
Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



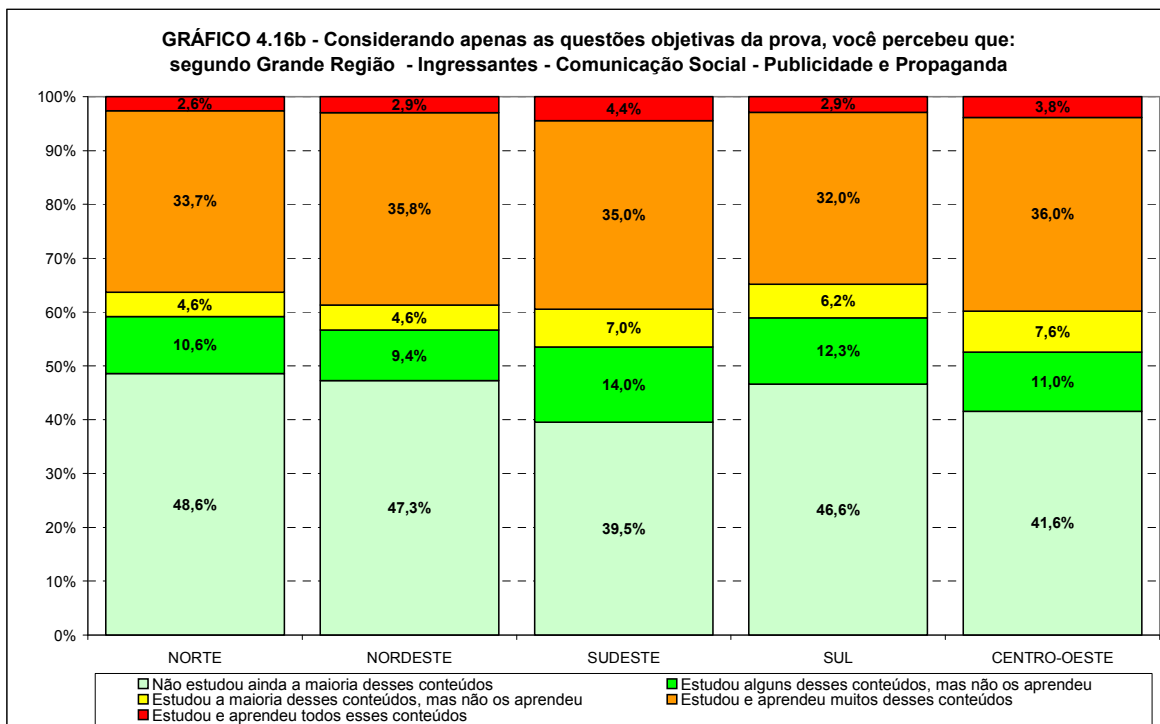
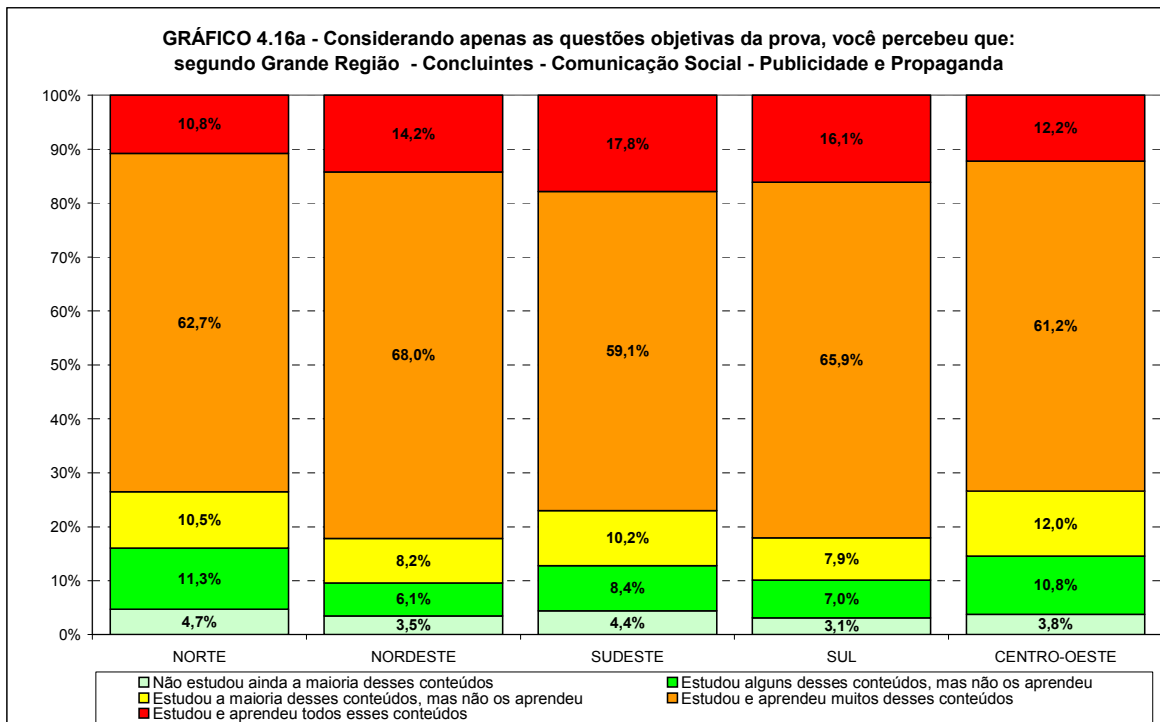
4.6 Percepção sobre os conteúdos das questões objetivas da prova

Os Gráficos 4.15a, 4.16b e 4.16c apresentam a distribuição das respostas à questão “Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que:...” segundo quartos de nota final e grupo de estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA,. As respostas possíveis para esta questão estavam relacionadas à cobertura do conteúdo das questões objetivas durante o curso. Como esperado, a proporção de ingressantes (41,9%) que declarou que não estudou ainda a maioria desses conteúdos foi bem maior do que entre os concluintes (6,8%). Esta proporção não apresentou comportamento monotônico como função do desempenho, nem para os concluintes nem para os ingressantes. Por outro lado, a proporção de estudantes que declarou que estudou e aprendeu todos ou muitos desses conteúdos, entre os ingressantes foi de 38,6% e entre os concluintes 77,9%. Esta proporção foi crescente como função do desempenho, tanto para os concluintes como para os ingressantes. A proporção de estudantes que declararam ter estudado a maioria desses conteúdos, mas não os ter aprendido é maior entre os concluintes (9,8%) do que os ingressantes (6,6%).





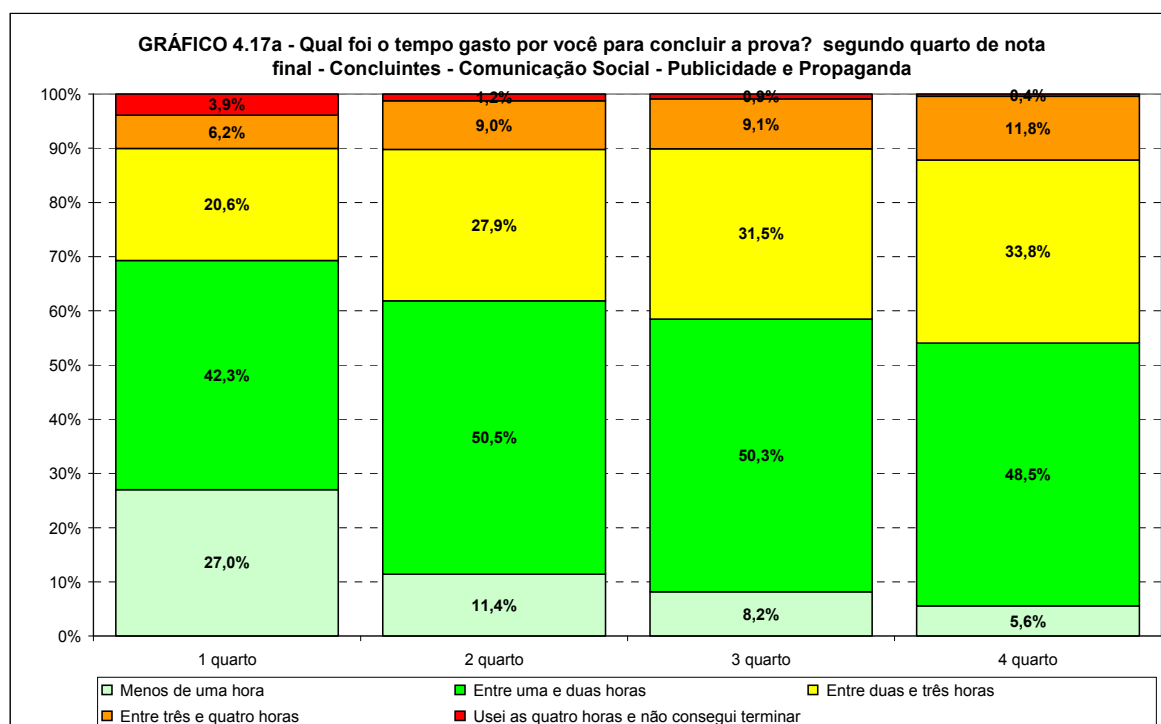
Os Gráficos 4.16a e 4.16b apresentam a distribuição das respostas à questão “Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que...” segundo a Região de habilitação do curso para os estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, segundo a região onde o curso está situado. Em relação às Regiões, concluintes que afirmaram não ter estudado ainda a maioria dos conteúdos ocorreram em todas as Regiões. Entre os ingressantes, os percentuais variaram de 39,5% na Região Sudeste a 48,6%, na Região Norte. Em todas as Regiões, a maioria dos concluintes afirmaram ter estudado e aprendido todos ou muitos dos conteúdos, com percentuais que variaram de 73,4% na Região Centro-Oeste a 82,2%, na Nordeste. Para os ingressantes, tal percentual variou de 34,9%, na Região Sul, a 39,8%, na Centro-Oeste.



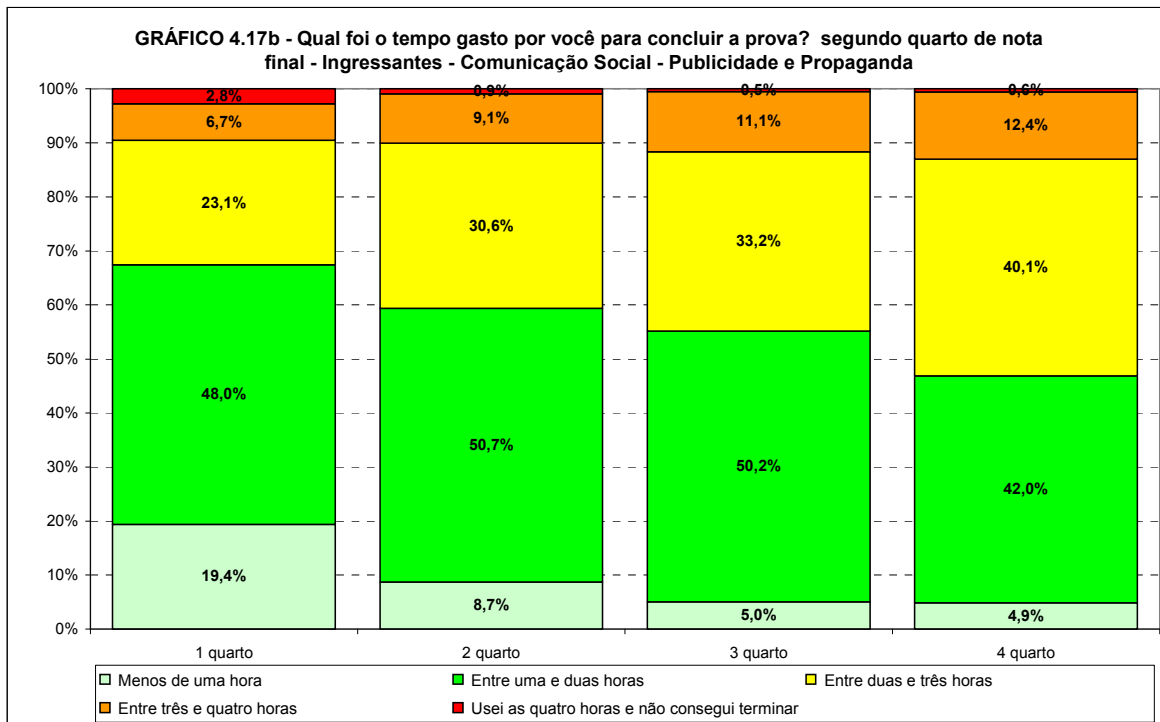
4.7 Tempo gasto para concluir a prova

Os Gráficos 4.17a, 4.17b e 4.17c apresentam a distribuição das respostas à questão “Qual foi o tempo gasto por você para concluir a prova?” segundo quartos de nota final e grupo de estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. Quando perguntados quanto ao tempo de conclusão da prova, a maioria respondeu “Entre uma e duas horas”, tanto entre os concluintes (48,3%) quanto entre os ingressantes (48,2%). A segunda maior incidência de respostas foi “Entre duas e três horas”, igualmente para ambos os grupos: concluintes (29,5%) e ingressantes (30,7%). A proporção daqueles que declararam ter usado às quatro horas, mas não ter conseguido terminar foi bem baixa: 1,3% entre os ingressantes e entre os concluintes. Esta resposta ficou concentrada quase que exclusivamente entre os estudantes do primeiro quarto, aquele com pior desempenho.

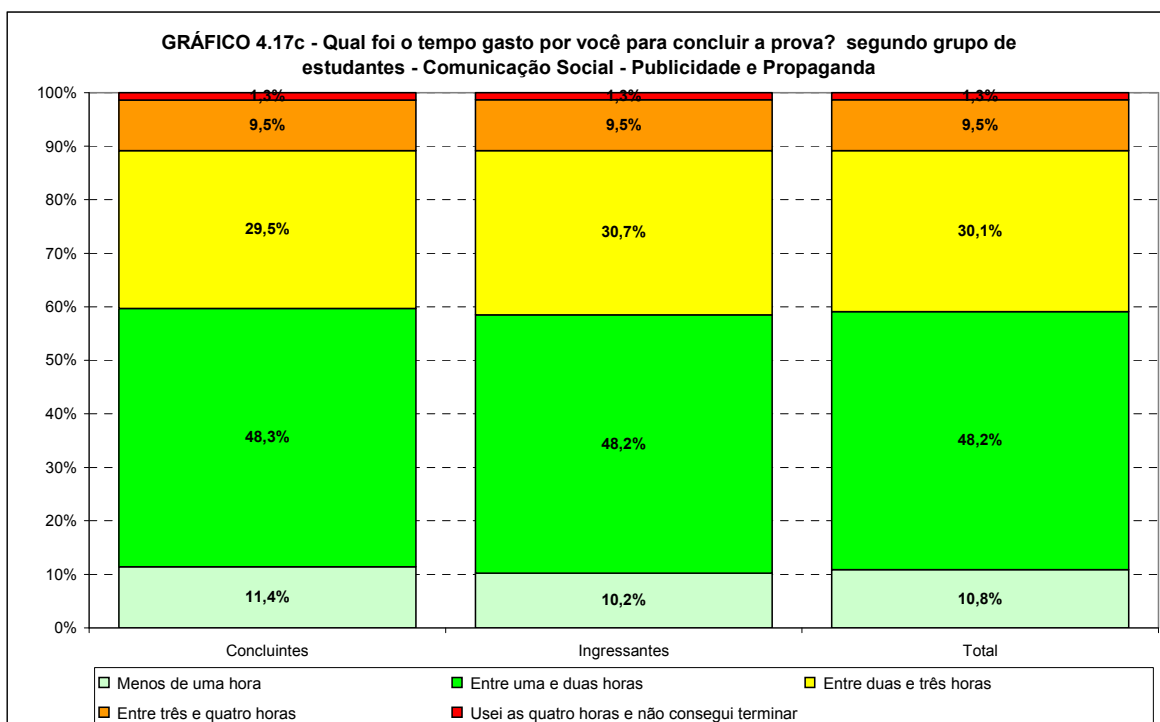
Tanto entre os concluintes, como entre os ingressantes percebeu-se uma tendência crescente do tempo necessário para concluir a prova como função do desempenho.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

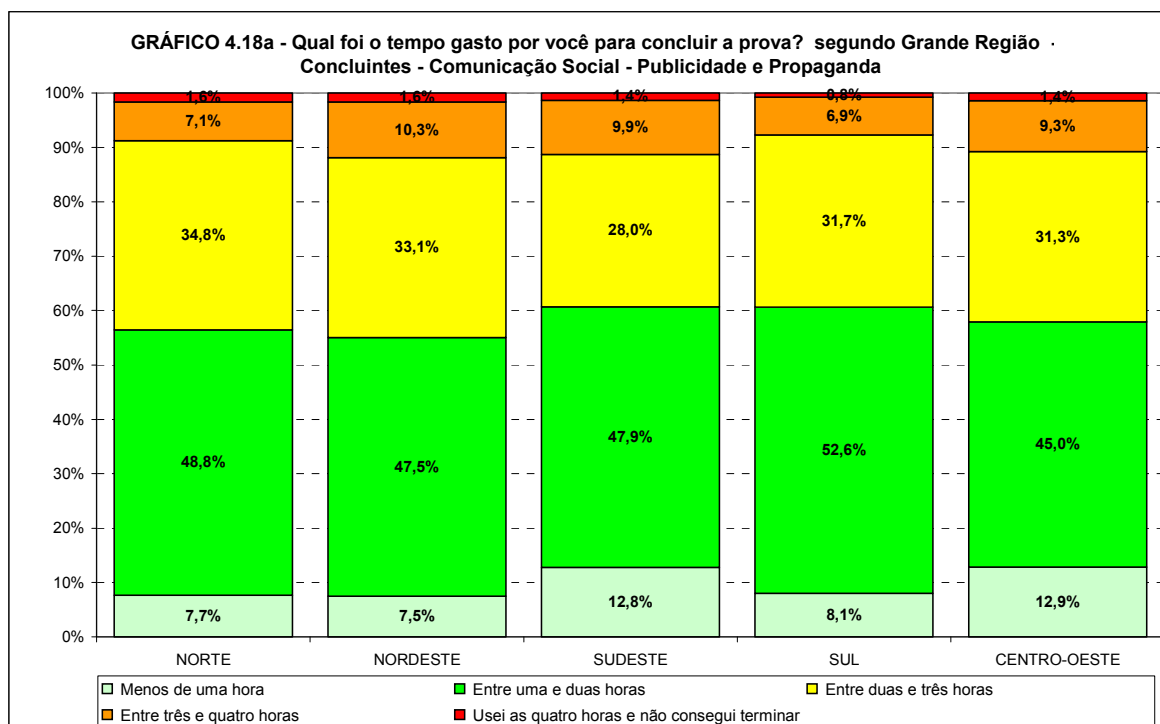


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

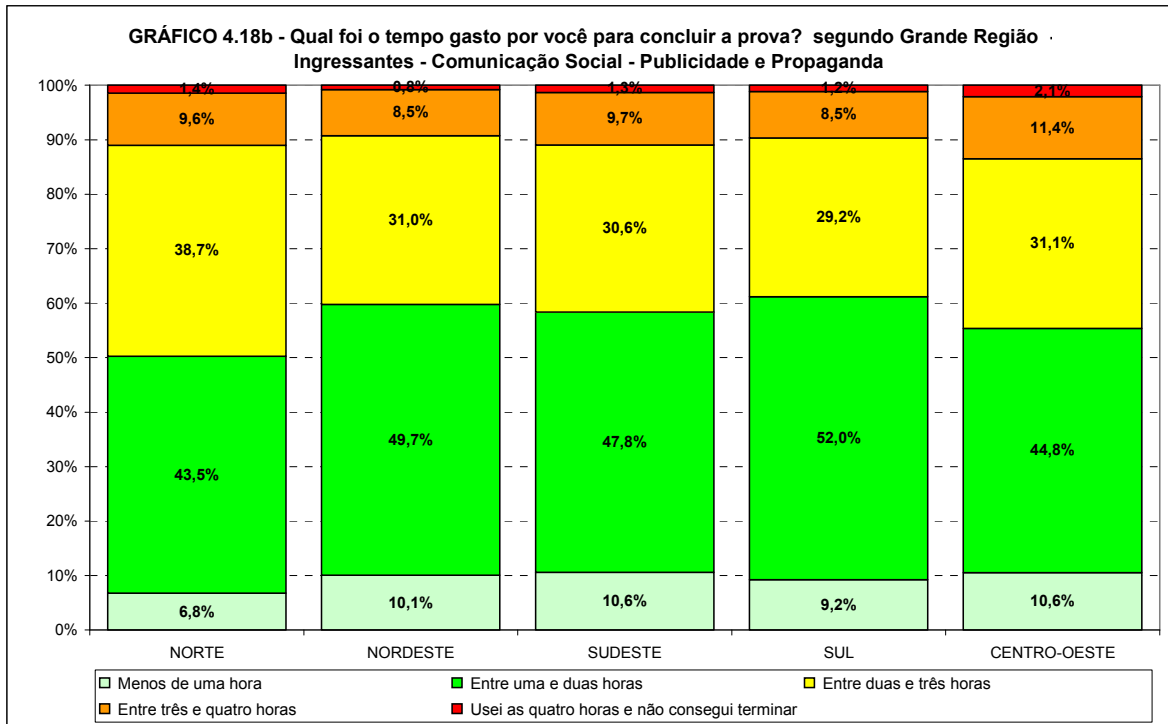


Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Os Gráficos 4.18a e 4.18b apresentam a distribuição das respostas à questão “Qual foi o tempo gasto por você para concluir a prova?” segundo a Região onde o curso está situado para os estudantes concluintes e ingressantes que participaram do ENADE/2009 na área de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. A proporção de concluintes que gastaram “Entre uma e duas horas” foi maior na Região Sul (52,6%) e menor na Região Centro-Oeste (45,0%). Para ingressantes, o maior percentual para este tempo ocorreu na Região Sul (52,0%) e menor na Região Norte (43,5%). Considerando-se a distribuição cumulativa, entre os concluintes, os estudantes da Região Nordeste foram os que levaram mais tempo para concluir a prova.



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Capítulo 5

Distribuição dos Conceitos

5.1 Panorama nacional da distribuição dos conceitos

A Tabela 5.1 apresenta a quantidade e o percentual de cursos de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA participantes do ENADE/2009 que se situaram em cada uma das faixas de conceitos, distribuídos de acordo com a Região em que se localizam os cursos das instituições de educação superior, mantenedoras dos cursos responsáveis pela oferta.

O Gráfico 5.1 apresenta a mesma informação sob a forma de diagrama de caixa para uma melhor visualização da dispersão dos conceitos obtidos. No diagrama de caixa, a caixa propriamente dita fica limitada pelos quartis. A barra dentro da caixa em negrito representa a mediana. Linhas verticais unem os quartis aos valores extremos. Se estes valores extremos se configurarem como valores atípicos, estes aparecem como pontos isolados e as linhas terminam no maior (ou menor) valor ainda não considerado atípico. Eventuais valores atípicos aparecem como pequenos círculos com a Categoria Administrativa correspondente. Valores considerados muito atípicos foram representados por estrelas. Um diagrama de caixa para poucos dados ou com dados muito concentrados pode ter alguns pontos coincidentes. Por exemplo, se mais de metade dos cursos de uma Região receberem conceito 5, o valor extremo superior, o quartil superior e a mediana coincidirão. Se o conjunto só contém um dado, este aparecerá denotado como a barra da mediana. Se o conjunto apresenta todas as notas iguais, a notação é a mesma, somente uma barra horizontal.

Observando-se os dados da Tabela 5.1, percebe-se que, em termos nacionais, de um total de 367 cursos participantes, 45 não foram avaliados (12,3%). Os cursos avaliados receberam predominantemente os conceitos 3, 4 e 2, correspondendo respectivamente a 38,4%, 22,1% e a 19,6% do total nacional. O conceito máximo foi atribuído a 4,1% dos cursos e o mínimo a 3,5%.

Considerando-se separadamente as cinco Regiões (ver também Gráfico 5.1), observa-se que, na Região Norte, de um total de 19 cursos participantes, 6 não foram avaliados (31,6%). Os cursos avaliados receberam conceitos 2, mínimo e 3 correspondendo respectivamente a 52,6%, 10,5% e 5,3% do total nacional. Esta Região foi a que apresentou cursos com a pior distribuição de conceitos.

Na Região Nordeste, 55 cursos participaram, dos quais, 41,8%, obtiveram o conceito modal 3 e 5 cursos (9,1%) ficaram sem conceito. O conceito máximo foi atribuído a 2 cursos (3,6%) e o mínimo a apenas 1 curso (1,8%).

Na Região Sudeste, 197 cursos participaram, dos quais, 43,1% obtiveram o conceito modal 3. O conceito máximo foi alcançado por 6 cursos (3,0%), 7 cursos (3,6%) obtiveram conceito mínimo e 21 (10,7%) cursos ficaram sem conceito.

Na Região Sul, 24 dos 62 cursos avaliados, equivalentes a 38,7% do total regional, classificaram-se com conceito 4. O conceito máximo foi alcançado por 7 cursos (11,3%), 1 curso (1,6%) obteve conceito mínimo e 10 (16,1%) cursos ficaram sem conceito. Esta Região foi a que apresentou cursos com a melhor distribuição de conceitos.

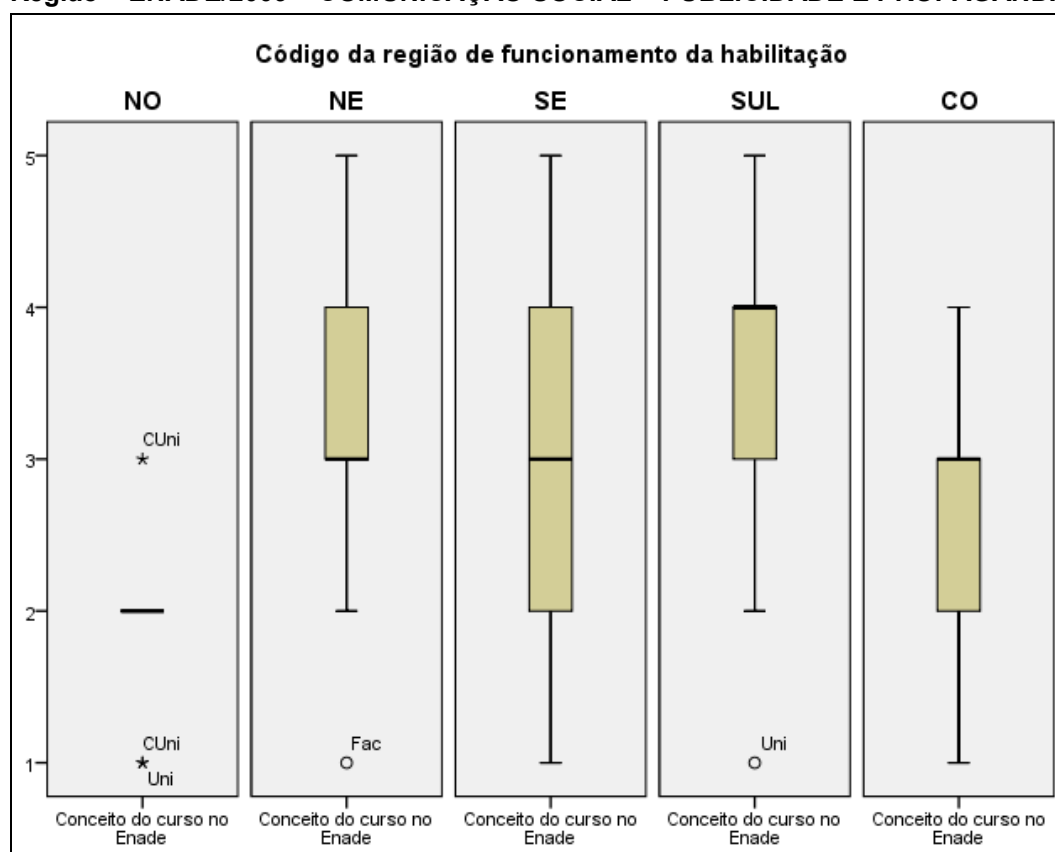
Na Região Centro-Oeste, 34 cursos participaram, sendo que 44,1% (15 cursos) obtiveram conceito 3. O conceito máximo não foi alcançado por nenhum curso e 2 cursos (5,9%) obtiveram conceito mínimo e 3 (8,8%) cursos ficaram sem conceito.

Tabela 5.1 – Número e Percentual de Cursos Participantes por Região segundo Conceito obtido – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Conceito	Brasil		REGIÃO									
			Norte		Nordeste		Sudeste		Sul		Centro-Oeste	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	367	100,0%	19	100,0%	55	100,0%	197	100,0%	62	100,0%	34	100,0%
1	13	3,5%	2	10,5%	1	1,8%	7	3,6%	1	1,6%	2	5,9%
2	72	19,6%	10	52,6%	10	18,2%	39	19,8%	3	4,8%	10	29,4%
3	141	38,4%	1	5,3%	23	41,8%	85	43,1%	17	27,4%	15	44,1%
4	81	22,1%	0	0,0%	14	25,5%	39	19,8%	24	38,7%	4	11,8%
5	15	4,1%	0	0,0%	2	3,6%	6	3,0%	7	11,3%	0	0,0%
Sem Conceito	45	12,3%	6	31,6%	5	9,1%	21	10,7%	10	16,1%	3	8,8%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Gráfico 5.1 – Distribuição dos Conceitos ENADE dos Cursos Participantes com conceito por Região – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

5.2 Conceitos por Categoria Administrativa e por Região

A Tabela 5.2 apresenta a distribuição dos cursos participantes do ENADE/2009 de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, por Categoria Administrativa, de acordo com os conceitos por eles alcançados, segundo Região. O Gráfico 5.2 apresenta a mesma informação sob a forma de diagrama de caixa para uma melhor visualização da dispersão dos conceitos obtidos. Somente eventuais valores atípicos apareceram com o identificador da Região na qual o curso foi habilitado.

De acordo com as informações apresentadas, a grande maioria, 91,8%, é de cursos em instituições privadas, 4,6% dos cursos eram vinculados a instituições federais, 0,8% a instituições estaduais e os restantes 2,7% a instituições municipais. As instituições estaduais foram as que apresentaram, em termos nacionais, maior proporção de cursos com conceito 5, equivalentes a 33,3% do total dessa categoria, mesma proporção daqueles que receberam conceito 2 e daqueles que ficaram sem conceito. Receberam o conceito mínimo, em instituições federais, 3 cursos (17,6%), mesmo número e proporção daqueles que obtiveram conceitos 3 e 4. Ficaram sem conceito 4 cursos (23,5%) em instituições federais. Entre as instituições municipais, o conceito modal foi 3 e 4 (40,0% cada) seguido dos conceitos 1 e 2,

com 10,0% cada. Nenhum curso recebeu o conceito máximo nem ficou sem conceito nas instituições municipais. Os cursos nas instituições privadas tiveram como conceito modal o valor 3, com uma incidência de 39,8%. Somente 10 cursos (3,0%) receberam o conceito máximo, 9 (2,7%) receberam o conceito mínimo e 40 (11,9%) ficaram sem conceito.

Em todas as Regiões as instituições privadas constituíram a grande maioria dos cursos de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA participantes.

Na Região Norte, dos 17 cursos participantes em instituições privadas 5 ficaram sem conceito, 10 obtiveram conceito 2, 1 o conceito 3 e 1 o conceito mínimo. Não houve participação de cursos em instituições estaduais nem em instituição municipal. Nas instituições federais, dos 2 cursos participantes, 1 ficou sem conceito e o outro recebeu o conceito mínimo.

Na Região Nordeste, dos 4 cursos participantes em instituições federais 2 ficaram sem conceito, 1 com conceito máximo e o outro com o conceito 4. O único curso participante em instituição estadual ficou com conceito 2. Não houve participação de curso de instituição municipal. Nas instituições privadas, dos 50 cursos participantes, 3 ficaram sem conceito, 23 com conceito 3, 13 com conceito 4 e 9 com conceito 2. Os conceitos mínimo e máximo foram obtidos por 1 curso cada.

Na Região Sudeste, dos 4 cursos participantes em instituições federais, 1 obteve o conceito mínimo, 1 o conceito máximo, 1 o conceito 3 e outro o conceito 4. O único curso participante em instituição estadual ficou sem conceito. Dos 7 cursos de instituição municipal, 3 obtiveram conceito 3, 2 o conceito 4, 1 o conceito 2 e 1 o conceito mínimo. Nenhum curso em instituição municipal ficou sem conceito. Nas instituições privadas, dos 185 cursos participantes, 20 ficaram sem conceito, 81 com conceito 3, 36 com conceito 4 e 38 com conceito 2. Os conceitos mínimo e máximo foram obtidos por 5 cursos cada.

Na Região Sul, dos 4 cursos participantes em instituições federais, apenas 1 ficou sem conceito, 1 obteve o conceito mínimo e os outros 2 o conceito máximo. O único curso participante em instituição estadual, ficou com conceito 5. Dos 3 cursos de instituições municipais, nenhum ficou sem conceito, 2 obtiveram conceito 4 e 1, o conceito 3. Nas instituições privadas, dos 54 cursos participantes, 9 ficaram sem conceito, 22 com conceito 4, 16 com conceito 3 e 3 com conceito 2. O conceito máximo foi obtido por 4 cursos e nenhum curso obteve o conceito mínimo.

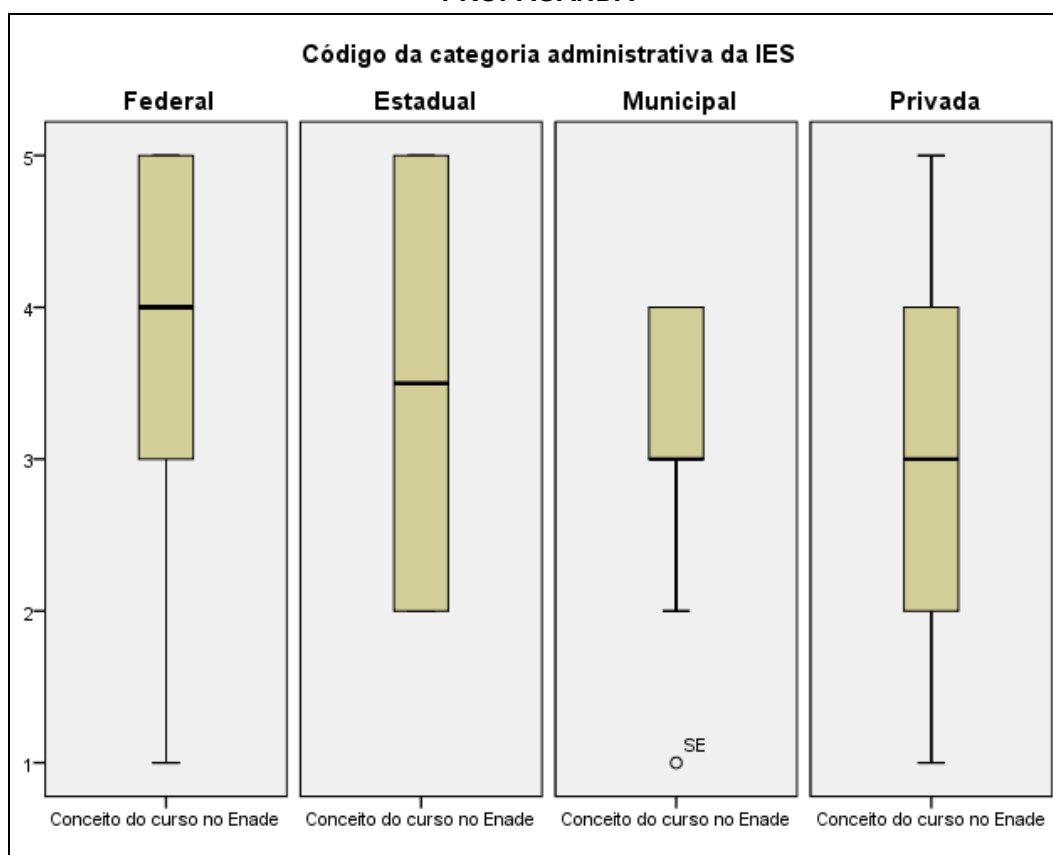
Na Região Centro-Oeste, dos 3 cursos participantes em instituições federais 2 ficaram com conceito 3 e 1 com conceito 4. Não houve participação de curso em instituição estadual nem em instituição municipal. Nas instituições privadas, dos 31 cursos participantes, 3 ficaram sem conceito, 13 com conceito 3, 10 com conceito 2 e 3 com conceito 4. O conceito mínimo foi obtido por 2 cursos e nenhum obteve o conceito máximo.

Tabela 5.2 – Número de Cursos Participantes por Categoria Administrativa segundo Região e Conceitos – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Região / Conceito	Categoria Administrativa				
	Total	Federal	Estadual	Municipal	Privada
Brasil	367	17	3	10	337
1	13	3	0	1	9
2	72	0	1	1	70
3	141	3	0	4	134
4	81	3	0	4	74
5	15	4	1	0	10
Sem Conceito	45	4	1	0	40
Norte	19	2	0	0	17
1	2	1	0	0	1
2	10	0	0	0	10
3	1	0	0	0	1
4	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0
Sem Conceito	6	1	0	0	5
Nordeste	55	4	1	0	50
1	1	0	0	0	1
2	10	0	1	0	9
3	23	0	0	0	23
4	14	1	0	0	13
5	2	1	0	0	1
Sem Conceito	5	2	0	0	3
Sudeste	197	4	1	7	185
1	7	1	0	1	5
2	39	0	0	1	38
3	85	1	0	3	81
4	39	1	0	2	36
5	6	1	0	0	5
Sem Conceito	21	0	1	0	20
Sul	62	4	1	3	54
1	1	1	0	0	0
2	3	0	0	0	3
3	17	0	0	1	16
4	24	0	0	2	22
5	7	2	1	0	4
Sem Conceito	10	1	0	0	9
Centro-Oeste	34	3	0	0	31
1	2	0	0	0	2
2	10	0	0	0	10
3	15	2	0	0	13
4	4	1	0	0	3
5	0	0	0	0	0
Sem Conceito	3	0	0	0	3

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Gráfico 5.2 – Distribuição dos Conceitos ENADE dos Cursos Participantes com conceito por Categoria Administrativa – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

5.3 Conceitos por Organização Acadêmica e por Região

Na Tabela 5.3 encontra-se a distribuição dos conceitos atribuídos aos cursos participantes do ENADE/2009 de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, por Organização Acadêmica, segundo as Regiões. O Gráfico 5.3 apresenta a mesma informação sob a forma de diagrama de caixa para uma melhor visualização da dispersão dos conceitos obtidos. Somente eventuais valores atípicos apareceram com o identificador da Categoria Administrativa.

Os cursos desta área estão principalmente alocados em Faculdades (47,7%), depois em Universidades (33,2%) e Centros Universitários (18,8%). Este ordenamento se repete em todas as Regiões, com exceção da Região Norte, na qual Centros Universitários estão em segundo lugar. A presença em Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFECT) é incipiente, com apenas 1 curso participante, sendo este na Região Norte, que ficou sem conceito. Não houve participação de Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFET). Nas Universidades, Centros Universitários e Faculdades, o conceito modal foi 3 (36,9%, 42,0% e 38,3%, respectivamente). Proporcionalmente poucos cursos nos 3 tipos de Organização Acadêmica mais frequentes, Universidades, Centros Universitários e Faculdades, receberam conceito mínimo, respectivamente 4,1%, 4,3% e 2,9%. Uma

proporção também reduzida de cursos atingiu o conceito máximo: 7,4% em Universidades, 4,3% em Centros Universitários e 1,7% em Faculdades. Nos 3 tipos de Organização Acadêmica existiram cursos que ficaram sem conceito (respectivamente 4,9%, 13,0% e 16,6%).

Considerando-se separadamente as cinco Regiões, observou-se que, na Região Norte não apresentou nenhum curso em CEFET e somente um curso em IFECT, que ficou sem conceito. Dos 2 cursos em Universidades, 1 com conceito 2 e outro com conceito 1. Dos 4 cursos em Centros Universitários, 1 ficou sem conceito, 1 com conceito 2, 1 com conceito 3 e 1 com conceito mínimo. Nas Faculdades, dos 12 cursos participantes, 4 ficaram sem conceito e os demais com conceito 2. Como já comentado, nenhum curso nesta Região obteve conceito máximo nem conceito mínimo.

Na Região Nordeste, dos 12 cursos em Universidades, 2 ficaram sem conceito, 4 com conceito 4, 2 com conceito 3, 3 com conceito 2 e 1 com conceito máximo. Dos 3 cursos em Centros Universitários, 2 ficaram com conceito 2 e 1 com conceito 4. Nas Faculdades, dos 40 cursos participantes, 3 ficaram sem conceito, 21 com conceito 3, 9 com conceito 4 e 5 com conceito 2. Os conceitos máximo e mínimo foram obtidos por 1 curso cada.

Na Região Sudeste, dos 73 cursos em Universidades, 3 ficaram sem conceito, 31 com conceito 3, 18 com conceito 4 e 15 com conceito 2. Nas universidades, os conceitos máximo e mínimo foram obtidos por 3 cursos cada. Dos 46 cursos em Centros Universitários, 6 ficaram sem conceito, 21 com conceito 3, 10 com conceito 2, 7 com conceito 4, 1 com conceito mínimo e 1 com conceito máximo. Nas Faculdades, dos 78 cursos participantes, 12 ficaram sem conceito, 33 com conceito 3, 14 com conceito 2 e 14 com conceito 4. Nestas instituições, o conceito máximo foi obtido por 2 cursos e 3 ficaram com conceito mínimo.

Na Região Sul dos 25 cursos em Universidades, 1 ficou sem conceito, 11 com conceito 4, 6 com conceito 3 e 1 com conceito 2. Nas universidades, os conceitos máximo e mínimo foram obtidos por 5 e 1 cursos, respectivamente. Dos 10 cursos em Centros Universitários, apenas 1 ficou sem conceito, 4 com conceito 3 e 3 com conceito 4. Nos Centros Universitários, o conceito máximo foi obtido por 2 cursos. Nas Faculdades, dos 27 cursos participantes, 8 ficaram sem conceito, 10 com conceito 4, 7 com conceito 3 e 2 com conceito 2. Nestas instituições, o conceito máximo e o conceito mínimo não foram atribuídos a nenhum curso.

Na Região Centro-Oeste dos 10 cursos em Universidades, nenhum curso ficou sem conceito, 6 com conceito 3, 2 com conceito 2 e 2 com conceito 4. Nas universidades, os conceitos máximo e mínimo não foram obtidos por nenhum curso. Dos 6 cursos em Centros Universitários, 1 ficou sem conceito, 3 com conceito 3, 1 com conceito 2. Nos Centros Universitários, o conceito mínimo foi obtido por 1 curso e o máximo por nenhum. Nas Faculdades, dos 18 cursos participantes, 2 ficaram sem conceito, 7 com conceito 2, 6 com conceito 3 e 2 com conceito 4. Nestas instituições, o conceito mínimo foi atribuído a 1 único curso e nenhum curso alcançou o conceito máximo.

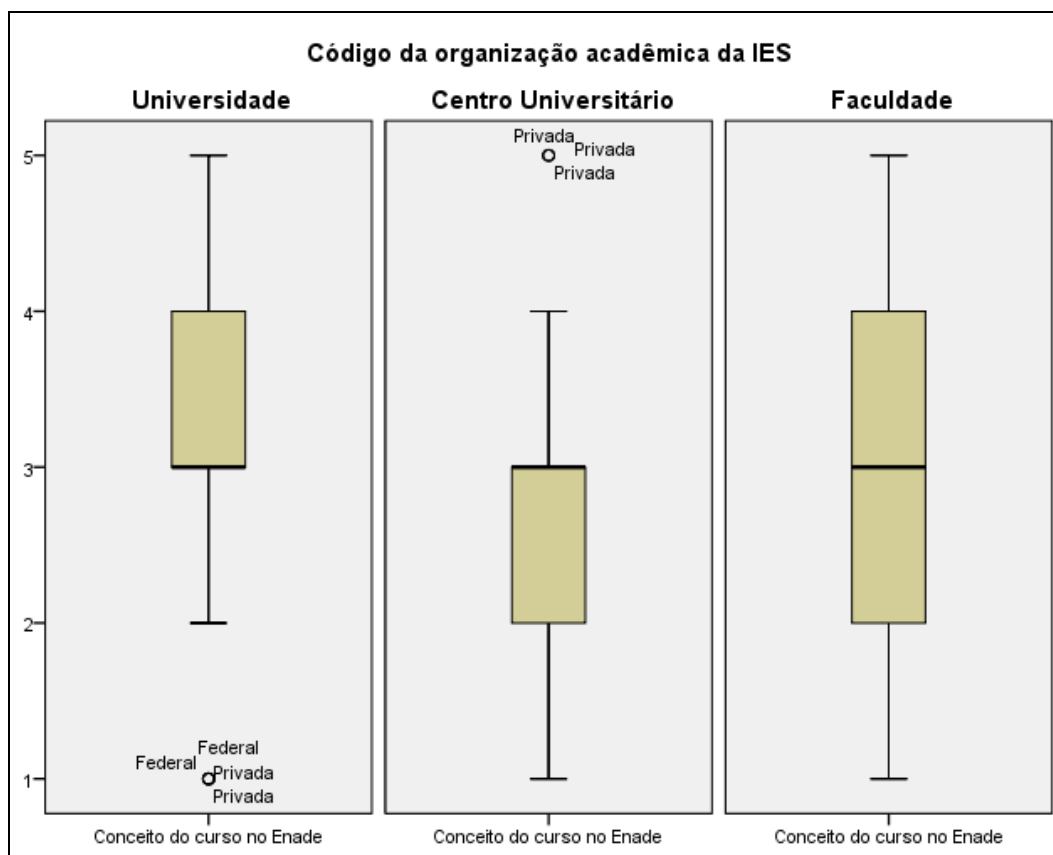
Tabela 5.3 – Número de Cursos Participantes por Organização Acadêmica segundo Região e Conceitos – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Região / Conceito	Categoria Administrativa						
	Total	Universidade	Centro Universitário	Faculdade	Centro Federal de Educação Tecnológica	Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia	Demais*
Brasil	367	122	69	175	0	1	0
1	13	5	3	5	0	0	0
2	72	22	14	36	0	0	0
3	141	45	29	67	0	0	0
4	81	35	11	35	0	0	0
5	15	9	3	3	0	0	0
Sem Conceito	45	6	9	29	0	1	0
Norte	19	2	4	12	0	1	0
1	2	1	1	0	0	0	0
2	10	1	1	8	0	0	0
3	1	0	1	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0
Sem Conceito	6	0	1	4	0	1	0
Nordeste	55	12	3	40	0	0	0
1	1	0	0	1	0	0	0
2	10	3	2	5	0	0	0
3	23	2	0	21	0	0	0
4	14	4	1	9	0	0	0
5	2	1	0	1	0	0	0
Sem Conceito	5	2	0	3	0	0	0
Sudeste	197	73	46	78	0	0	0
1	7	3	1	3	0	0	0
2	39	15	10	14	0	0	0
3	85	31	21	33	0	0	0
4	39	18	7	14	0	0	0
5	6	3	1	2	0	0	0
Sem Conceito	21	3	6	12	0	0	0
Sul	62	25	10	27	0	0	0
1	1	1	0	0	0	0	0
2	3	1	0	2	0	0	0
3	17	6	4	7	0	0	0
4	24	11	3	10	0	0	0
5	7	5	2	0	0	0	0
Sem Conceito	10	1	1	8	0	0	0
Centro-Oeste	34	10	6	18	0	0	0
1	2	0	1	1	0	0	0
2	10	2	1	7	0	0	0
3	15	6	3	6	0	0	0
4	4	2	0	2	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0
Sem Conceito	3	0	1	2	0	0	0

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Nota: * Faculdades Integradas, Instituto ou Escola Superior e Faculdade de Tecnologia

Gráfico 5.3 – Distribuição dos Conceitos dos Cursos Participantes com conceito por Organização Acadêmica – ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Capítulo 6

Características dos Estudantes

O processo avaliativo do ENADE contemplou, além das provas de desempenho em Formação Geral e Componente Específico, o Questionário do Estudante, que foi previamente enviado aos estudantes e deveria ser devolvido no momento da realização das provas.

O Questionário do Estudante foi de fundamental importância, já que permitiu o conhecimento e a análise do perfil socioeconômico dos ingressantes e concluintes das áreas de graduação e dos fatores que pudessem estar relacionados ao desempenho desses estudantes. Além disso, forneceu dados de percepção deles sobre o ambiente de ensino-aprendizagem. Dessa forma, tal questionário configurou-se em um conjunto importante de informações que podem contribuir para a melhoria da educação superior tanto em relação à formulação de políticas públicas quanto à atuação dos gestores de ensino e dos docentes.

Este capítulo tem como objetivo apresentar os resultados obtidos a partir da análise dos dados do Questionário do Estudante, que foi respondido por 21.607 estudantes (10.665 ingressantes e 10.942 concluintes) do curso de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA. São 3,2% oriundos de instituições federais, 0,2% de instituições estaduais, 2,3% de instituições municipais e 94,3% de instituições privadas. E estão distribuídos por Região da seguinte forma: Norte (3,0%), Nordeste (11,5%), Sudeste (62,5%), Sul (14,7%) e Centro-Oeste (8,3%).

O Questionário do Estudante foi composto por 54 questões de múltipla escolha que abordaram temas como perfil socioeconômico, relação com recursos de informação, avaliação das condições de ensino da instituição, contribuição do curso, propostas pedagógicas, processos relacionais, entre outros. O Anexo II apresenta uma tabulação na íntegra de todas as variáveis desagregando ainda por quartil de nota geral.

Os resultados neste capítulo foram obtidos, na sua maioria, com base nas análises que consideraram cada estudante convocado e presente no exame, e que, além disso, responderam e entregaram o “Questionário do Estudante”, podendo, ser estendidos para o total de estudantes ingressantes e concluintes da instituição, supondo que não existiu um viés relacionado nem com a presença/ausência na prova, nem com o fato de responder e entregar o “Questionário do Estudante”. As informações de sexo e idade não fizeram parte deste questionário, mas foram informados diretamente quando da inscrição. Por questão de consistência as tabulações referentes a estas características foram tabuladas também para o mesmo universo: estudante convocado e presente no exame, e que responderam e entregaram o “Questionário do Estudante”.

6.1 Perfil do estudante

6.1.1 Características socioeconômicas

Os estudantes da subárea de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA eram, no ENADE/2009, em maior parte do sexo feminino (total de 54,7%), sendo de 45,3% o percentual de estudantes do sexo masculino. Os estudantes desta área, tanto ingressante quanto concluintes apresentaram uma distribuição com uma proporção maior do sexo feminino 54,6% dos ingressantes e 54,7% dos concluintes são mulheres (ver tabela 6.1).

Tabela 6.1 – Distribuição por sexo dos estudantes ingressantes e concluintes. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

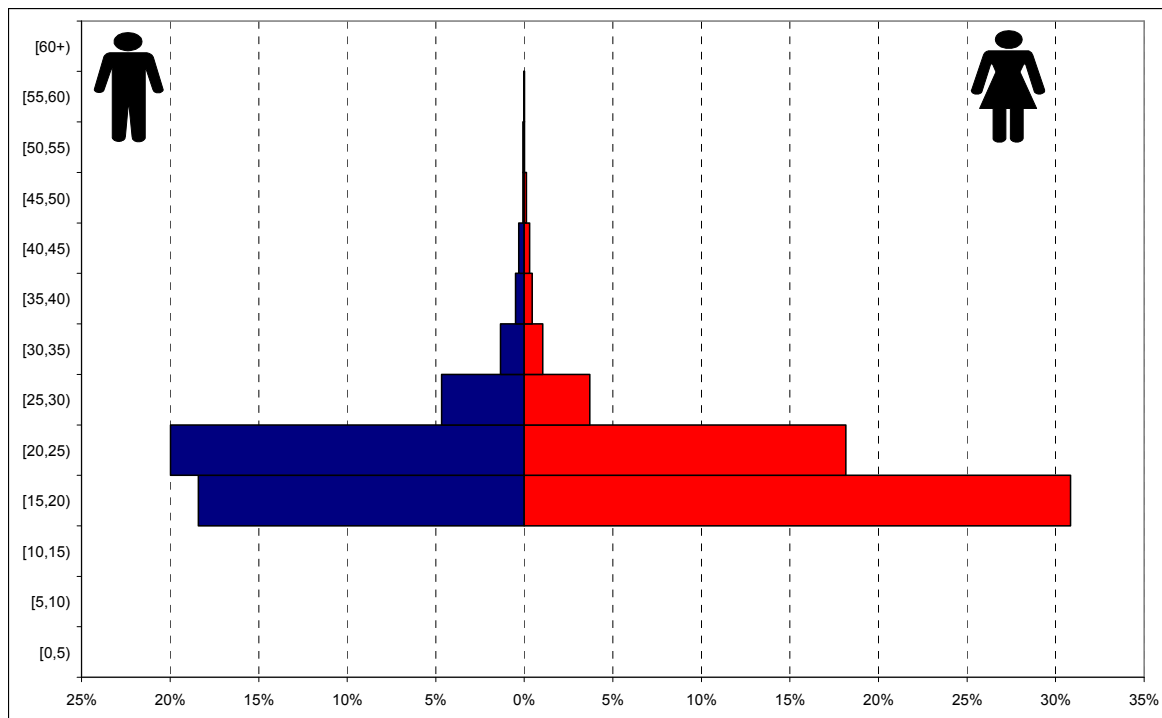
	Masculino	Feminino	Total	Masculino %	Feminino %
Concluintes	4956	5986	10942	45,3%	54,7%
Ingressantes	4840	5825	10665	45,4%	54,6%
Total	9796	11811	21607	45,3%	54,7%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Com relação à idade, a faixa etária modal dos ingressantes está situada entre 15 e 20 anos (49,3%). A média de idade dos estudantes ingressantes foi de 21,0 anos. Entre os concluintes, os percentuais mais elevados encontram-se na faixa etária entre 20 e 25 anos (67,2%) e entre 25 e 29 anos (24,0%). A média de idade dos estudantes ingressantes foi de 24,8 anos.

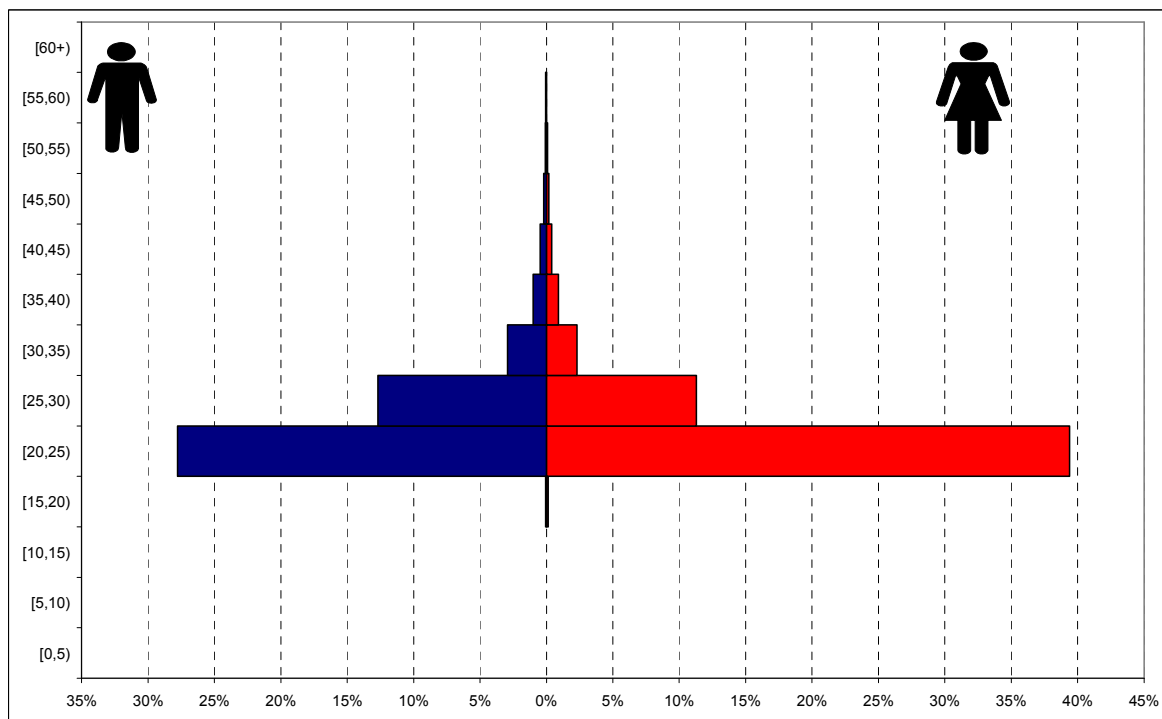
Comparando-se as duas pirâmides etárias verificou-se uma população mais jovem no grupo de ingressantes, inclusive, entre estes, com uma boa representatividade da faixa etária de 15 a 20 anos. Pouquíssimos (20) concluintes se declararam nesta faixa etária. A concentração de estudantes ingressantes ocorreu nas faixas etárias que englobaram as idades entre 15 e 25 anos (87,4%). A concentração de estudantes concluintes ocorreu nas faixas etárias que englobaram as idades entre 20 e 30 anos (91,2%). Em ambas as pirâmides a distribuição dos sexos não foi equilibrada, com uma ligeira preponderância do sexo feminino.

Gráfico 6.1 – Pirâmide Etária dos estudantes ingressantes no ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Gráfico 6.2 – Pirâmide Etária dos estudantes concluintes no ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA



Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Quanto à etnia, a Tabela 6.2 ilustra a frequência das respostas dos estudantes por meio de seus relatos.

Como se pode verificar, a maioria dos estudantes ingressantes e concluintes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA declarou-se brancos (total de 72,0%) com uma proporção um pouco maior entre os concluintes (73,6%) do que entre os ingressantes (70,3%). O segundo grupo em representatividade são os pardos (19,8%), com uma proporção um pouco menor entre os concluintes (18,6%) do que entre os ingressantes (21,1%). O terceiro grupo em representatividade são os negros (5,5%). Entre os auto-declarados negros, semelhantemente ao que ocorre entre os pardos, existiu uma proporção um pouco menor entre os concluintes (5,1%) do que entre os ingressantes (5,9%).

Existiu ainda uma pequena proporção de estudantes que se auto-declararam amarelos ou de origem indígena, respectivamente, 1,9% e 0,8%.

Tabela 6.2 – Relato dos estudantes ingressantes e concluintes quanto à sua etnia. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Como você se considera?	Ingressante	Concluinte	Total
Branco(a)	70,3%	73,6%	72,0%
Negro(a)	5,9%	5,1%	5,5%
Pardo(a)/mulato(a)	21,1%	18,6%	19,8%
Amarelo(a) (de origem oriental)	1,8%	2,0%	1,9%
Indígena ou de origem indígena	0,9%	0,7%	0,8%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

O comportamento do total de estudantes aponta para uma distribuição bimodal (ver Tabela 6.3): 18,3% na faixa entre 1,5 até 3 salários mínimos e 19,9% na faixa acima de 10 até 30 salários mínimos. O contingente reduziu-se nas faixas intermediárias com um mínimo acima de 4,5 até 6 salários mínimos (12,3%). Para a faixa de maior renda – acima de 30 salários mínimos – se encontraram 6,2% dos estudantes. Comparando ingressantes e concluintes verificou-se uma renda média maior entre os concluintes. Observando o comportamento da população brasileira (PNAD 2009/IBGE) um pouco mais de 50% das famílias têm renda salarial até três salários mínimos e apenas 2,2% mais de 20 salários mínimos. Comparando com a distribuição da renda familiar dos estudantes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA, esta é bem mais afluente do que a distribuição de renda familiar da população brasileira.

Tabela 6.3 – Faixa de renda mensal declarada pelos estudantes ingressantes e concluintes. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Qual a faixa de renda mensal das pessoas com quem você mora?	Ingressante	Concluinte	Total
Nenhuma	2,4%	1,8%	2,1%
Até 1,5 salário mínimo (até R\$ 697,50)	5,7%	3,5%	4,6%
Acima de 1,5 até 3 salários mínimos (R\$ 697,51 a R\$ 1.395,00)	22,4%	14,5%	18,3%
Acima de 3 até 4,5 salários mínimos (R\$ 1.395,01 a R\$ 2.092,50)	18,1%	15,4%	16,8%
Acima de 4,5 até 6 salários mínimos (R\$ 2.092,51 a R\$ 2.790,00)	11,8%	12,8%	12,3%
Acima de 6 até 10 salários mínimos (R\$ 2.790,01 a R\$ 4.650,00)	17,5%	22,1%	19,8%
Acima de 10 até 30 salários mínimos (R\$ 4.650,01 a R\$ 13.950,00)	17,0%	22,7%	19,9%
Acima de 30 salários mínimos (mais de R\$ 13.950,01)	5,1%	7,1%	6,2%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Quanto a existência de renda (Tabela 6.4), 65,4% declararam ter renda, mas nem todos conseguem se sustentar integralmente; 44,0% dos estudantes apesar de terem declarado ter renda, afirmaram necessitar de ajuda financeira da família para o financiamento de seus gastos. Comparando ingressantes e concluintes, verificou-se que 25,6% dos concluintes contra 17,2% dos ingressantes auferiram renda e se sustentaram integralmente, inclusive com uma boa parcela desse grupo contribuindo ou sendo responsável principal pelo sustento familiar.

Tabela 6.4 – Existência de renda de trabalho e contribuição para o próprio sustento de estudantes ingressantes e concluintes. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Existência de renda e contribuição para o próprio sustento.	Ingressante	Concluinte	Total
Não tenho renda e meus gastos são financiados pela minha família ou por outras pessoas.	46,6%	23,1%	34,6%
Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos.	36,2%	51,3%	44,0%
Tenho renda e me sustento totalmente.	6,0%	11,7%	8,9%
Tenho renda, me sustento e contribuo com o sustento da família	9,1%	11,3%	10,2%
Tenho renda, me sustento e sou o principal responsável pelo sustento da família	2,1%	2,6%	2,3%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

A respeito do tipo de curso frequentado no ensino médio (Tabela 6.5), verificou-se que a maior parte dos estudantes (total de 86,1%) é proveniente do ensino médio tradicional. Constatou-se, também, que uma parcela menor de estudantes foi oriunda dos cursos profissionalizantes (total de 9,1%), incluindo o magistério.

Tabela 6.5 – Tipo de curso frequentado no ensino médio por estudantes ingressantes e concluintes. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Que tipo de curso de ensino médio você concluiu?	Ingressante	Concluinte	Total
Ensino médio tradicional.	86,4%	85,7%	86,1%
Profissionalizante técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, etc.).	6,6%	9,0%	7,8%
Profissionalizante magistério (Curso Normal).	1,1%	1,5%	1,3%
Educação de Jovens e Adultos – EJA/Supletivo.	5,1%	3,2%	4,1%
Outro.	0,7%	0,6%	0,6%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Verificou-se que os estudantes são provenientes em sua maioria da Escola Privada (ver Tabela 6.6), quer tenham feito todo o Ensino Médio ou apenas parte dele (53,1%). O maior percentual encontrou-se entre os estudantes concluintes (55,9%).

Tabela 6.6 – Tipo de escola cursada no o ensino médio por ingressantes e concluintes. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Em que tipo de escola você cursou o ensino médio?	Ingressante	Concluinte	Total
Todo em escola pública.	42,6%	36,4%	39,4%
Todo em escola privada (particular).	45,5%	50,4%	48,0%
A maior parte em escola pública.	4,5%	4,8%	4,7%
A maior parte em escola privada (particular).	4,8%	5,5%	5,1%
Metade em escola pública e metade em escola privada (particular).	2,7%	3,0%	2,9%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

6.1.2 Características relacionadas às fontes de informação e de pesquisa, ao hábito de estudo e à participação em atividades acadêmicas extraclasse

No Questionário do Estudante do ENADE/2009, os quesitos acerca das fontes de informações para estudo cobriram tanto o acesso à Internet quanto à biblioteca. A Tabela 6.7 apresenta a informação sobre o acesso à Internet proporcionada pela instituição de ensino.

Nota-se uma opinião diferenciada entre ingressantes e concluintes no tocante à forma de viabilização do acesso à Internet, pela instituição de ensino. Enquanto que 69,9% dos

estudantes ingressantes afirmam que a instituição viabilizou plenamente o acesso entre os estudantes concluintes este percentual declinou para 57,3%. Mesmo assim pode-se afirmar que o acesso à Internet ocorreu para um percentual elevado de estudantes, pois 97,5% dos estudantes afirmaram ter algum tipo de acesso.

Tabela 6.7 – Acesso à Internet por ingressantes e concluintes. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Como a sua instituição viabiliza o acesso dos estudantes de graduação à Internet para atender às necessidades do curso?	Ingressante	Concluinte	Total
Plenamente.	69,9%	57,3%	63,5%
Parcialmente.	28,0%	39,8%	34,0%
Não viabiliza para os estudantes do meu curso.	1,4%	1,8%	1,6%
Não viabiliza para nenhum estudante.	0,7%	1,1%	0,9%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

A Tabela 6.8 indica a frequência de utilização da biblioteca. Somente 0,3% de estudantes declarou estar em instituições que não dispunham de uma biblioteca. Dentre os estudantes que declararam estar em instituições com biblioteca, poucos afirmaram nunca a utilizar (5,2%).

Um grupo de estudantes declarou estar em instituições com biblioteca e afirmou utilizá-la apenas em épocas de provas e/ou trabalhos (33,4%). Um pouco menos da metade (48,0%) dos estudantes declarou utilizar a biblioteca pelo menos uma vez por semana.

Tabela 6.8 – Frequência de utilização da biblioteca por ingressantes e concluintes. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Com que frequência você normalmente utiliza a biblioteca de sua instituição?	Ingressante	Concluinte	Total
Diariamente.	7,0%	5,9%	6,5%
Entre duas e quatro vezes por semana.	20,8%	17,8%	19,3%
Uma vez por semana.	23,0%	21,5%	22,2%
Uma vez a cada 15 dias.	12,8%	13,4%	13,1%
Somente em épocas de provas e/ou trabalhos.	30,9%	35,8%	33,4%
Nunca a utilizo.	5,3%	5,2%	5,2%
A instituição não tem biblioteca.	0,2%	0,4%	0,3%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Com relação ao hábito de estudo dos estudantes (ver Tabela 6.9), 54,4% afirmaram dedicar entre 1 e 3 horas semanais e 18,8% entre 4 e 7 horas. Entre os ingressantes foi maior o número de estudantes que dedicam entre 1 e 3 horas semanais (ingressantes 58,5% e concluintes 50,4%).

Tabela 6.9 – Hábito de estudo de ingressantes e concluintes por meio do número de horas de estudo. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Quantas horas por semana, aproximadamente, você dedica aos estudos, excetuando as horas de aula?	Ingressante	Concluinte	Total
Nenhuma, apenas assisto às aulas.	15,5%	19,4%	17,5%
Uma a três.	58,5%	50,4%	54,4%
Quatro a sete.	18,5%	19,0%	18,8%
Oito a doze.	5,5%	7,3%	6,4%
Mais de doze.	1,9%	3,9%	2,9%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Por fim, serão apresentados os resultados referentes à inserção dos estudantes em atividades acadêmicas extraclasse de iniciação científica ou tecnológica, monitoria e extensão. Na Tabela 6.10 estão expostos os resultados referentes a essa inserção.

Verificou-se que, em todas as atividades acadêmicas investigadas, a participação dos ingressantes foi menor que a dos concluintes. Nota-se que entre os estudantes, em geral, as atividades de extensão e de iniciação científica ou tecnológica conseguiram atrair um maior contingente: 22,1% cada. O comportamento não foi uniforme entre os grupos: estudantes concluintes participaram mais de atividades de extensão e ingressantes participaram mais de iniciação científica ou tecnológica. As atividades de monitoria, que preparam o estudante para a cátedra são as menos procuradas: 13,3%.

Tabela 6.10 – Inserção dos estudantes ingressantes e concluintes em atividades acadêmicas extraclasse. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Que tipo de atividade acadêmica você desenvolve/desenvolveu, predominantemente, durante o curso, além daquelas obrigatórias?	Ingressante	Concluinte	Total
Atividades de iniciação científica ou tecnológica	18,3%	25,8%	22,1%
Atividades de Monitoria	10,2%	16,3%	13,3%
Atividades de Extensão promovidas pela instituição	17,1%	26,9%	22,1%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

As Tabelas 6.11, 6.12, 6.13 e 6.14 tentam dar conta da inserção dos estudantes nos diferentes programas.

Dos estudantes, 83,6% declararam estar em instituições que tem programa de iniciação científica. No entanto 61,4% afirmaram nunca ter participado de qualquer atividade ligada a este programa. Entre os estudantes concluintes 15,0% afirmaram que a sua participação no programa trouxe uma grande contribuição contra 12,0% dos ingressantes.

Tabela 6.11 – Inserção dos estudantes ingressantes e concluintes em programas de iniciação científica. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Você participou de programas de iniciação científica? Como foi a contribuição para a sua formação?	Ingressante	Concluinte	Total
Sim, participei e teve grande contribuição.	12,0%	15,0%	13,6%
Sim, participei e teve pouca contribuição.	4,8%	8,1%	6,5%
Sim, participei e não percebi nenhuma contribuição.	1,5%	2,7%	2,1%
Não participei, mas a instituição oferece.	67,7%	55,5%	61,4%
A instituição não oferece esse tipo de programa.	14,0%	18,7%	16,4%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

No curso de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA 81,4% dos estudantes declararam estar em instituições que tem programa de monitoria. Mas, 68,1% afirmaram nunca ter participado deste programa ou de qualquer atividade ligada a ele. Entre os 13,3% que de alguma forma participaram do programa 8,2% afirmaram que a participação teve uma grande contribuição para sua formação, percentual maior entre os concluintes, 10,0%.

Tabela 6.12 – Inserção dos estudantes ingressantes e concluintes em programas de monitoria. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Você participou de programas de monitoria? Como foi a contribuição para a sua formação?	Ingressante	Concluinte	Total
Sim, participei e teve grande contribuição.	6,4%	10,0%	8,2%
Sim, participei e teve pouca contribuição.	2,7%	4,7%	3,7%
Sim, participei e não percebi nenhuma contribuição.	1,1%	1,7%	1,4%
Não participei, mas a instituição oferece.	74,7%	61,6%	68,1%
A instituição não oferece esse tipo de programa.	15,1%	22,0%	18,6%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Para os programas de extensão 87,7% dos estudantes de COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA declararam a existência do programa em suas instituições de ensino. Apesar do percentual elevado de estudantes que nunca participaram do programa (63,6%), a maioria dos que participaram afirmaram que o programa teve grande contribuição para sua formação (15,0% num total de 22,1% que participaram, ou seja, 68,0%), percentual menor entre os concluintes (17,8% num total de 26,9% que participaram, ou seja, 66,3%).

Tabela 6.13 – Inserção dos estudantes ingressantes e concluintes em programas de extensão. ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Você participou de programas de extensão? Como foi a contribuição para a sua formação?	Ingressante	Concluinte	Total
Sim, participei e tive grande contribuição.	12,1%	17,8%	15,0%
Sim, participei e tive pouca contribuição.	3,8%	7,0%	5,4%
Sim, participei e não percebi nenhuma contribuição.	1,2%	2,1%	1,7%
Não participei, mas a instituição oferece.	71,6%	56,1%	63,6%
A instituição não oferece esse tipo de programa.	11,3%	17,0%	14,3%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Entre os estudantes, 43,7% declararam que estavam em cursos que não apoiavam financeiramente a participação dos seus estudantes em eventos como congressos, encontros, seminários, visitas técnicas, etc. Este percentual foi maior entre os estudantes concluintes (52,1%) do que entre os ingressantes (34,8%).

Tabela 6.14 – Apoio aos estudantes ingressantes e concluintes para participação em eventos (congressos, encontros, seminários, visitas técnicas, etc.). ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Seu curso apoia financeiramente a participação dos estudantes em eventos (congressos, encontros, seminários, visitas técnicas, etc.)?	Ingressante	Concluinte	Total
Sim, sem restrições.	20,9%	10,9%	15,8%
Sim, mas apenas eventualmente.	44,3%	37,0%	40,5%
Não apoia de modo algum.	34,8%	52,1%	43,7%

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009



ENADE 2009
EXAME NACIONAL DE DESEMPENHO DOS ESTUDANTES

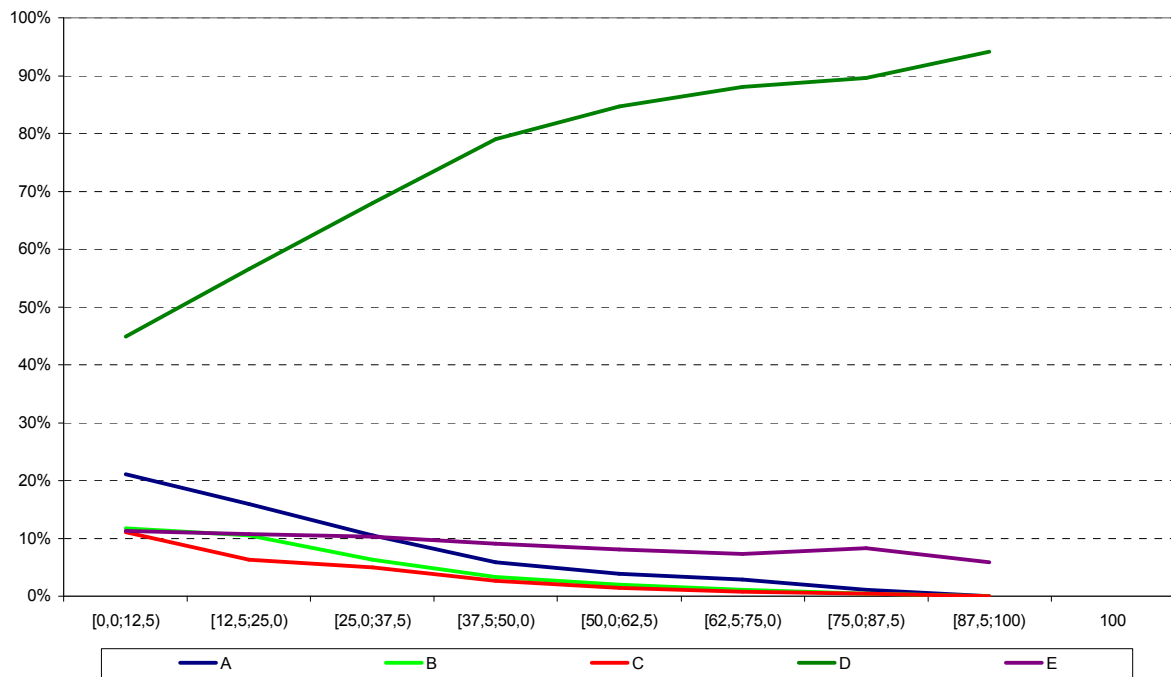
ANEXOS

ANEXO I

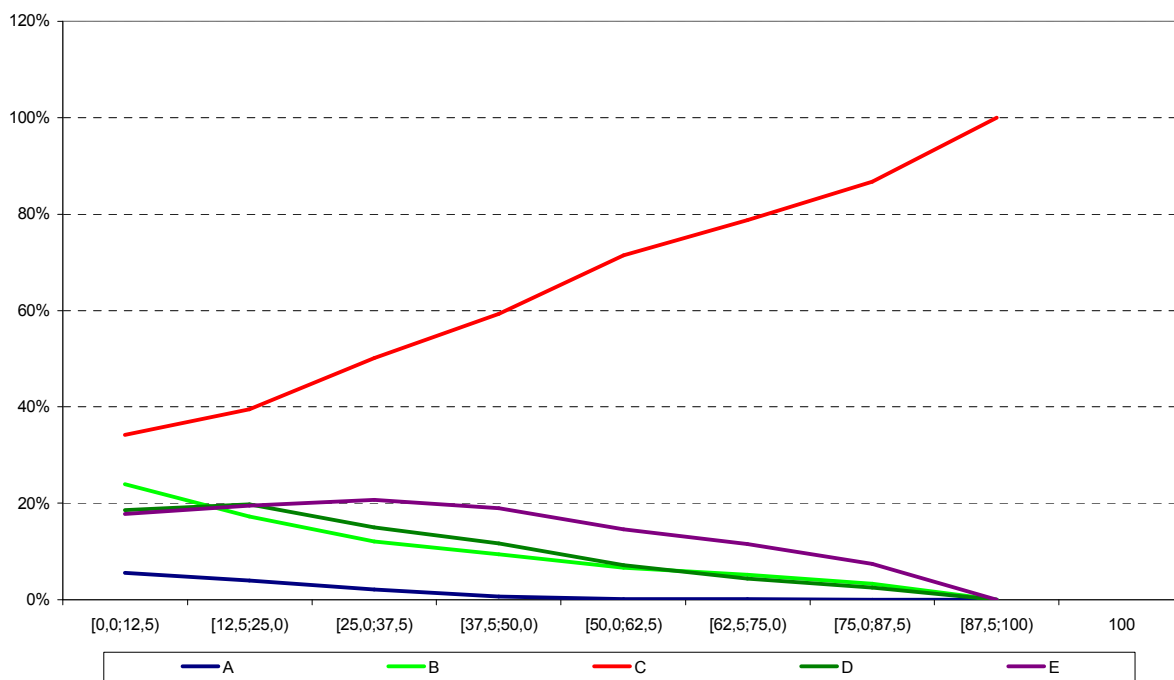
Análise Gráfica

dos Itens

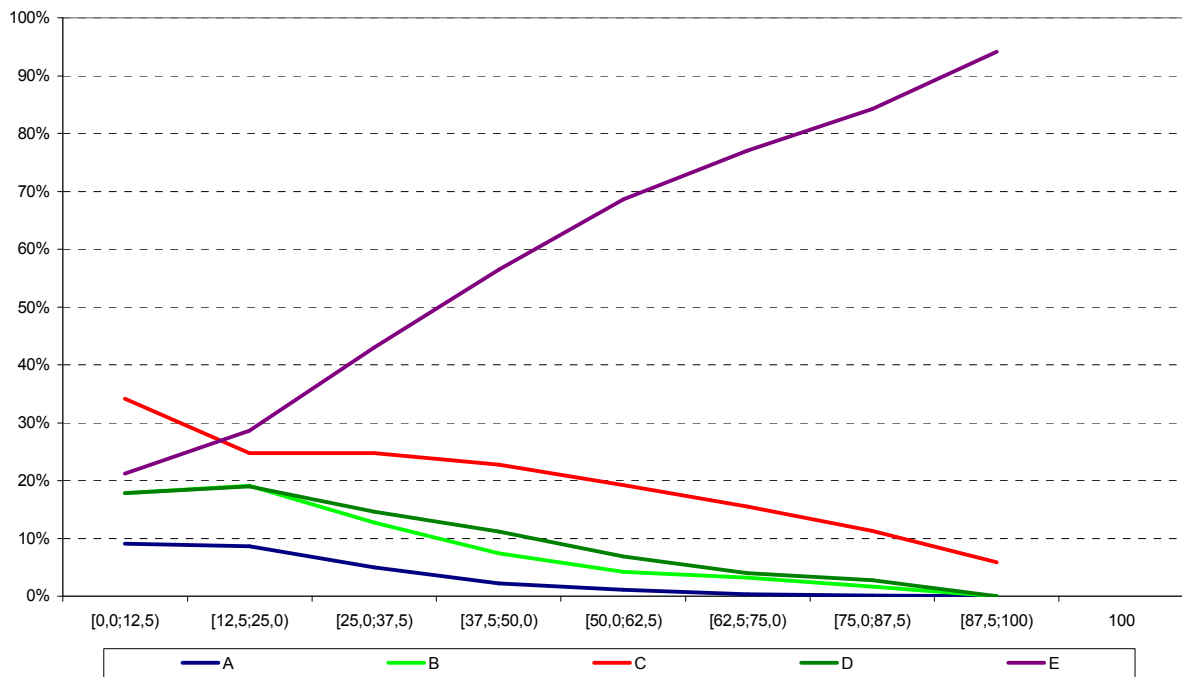
Análise Gráfica do item 1 - Formação Geral ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



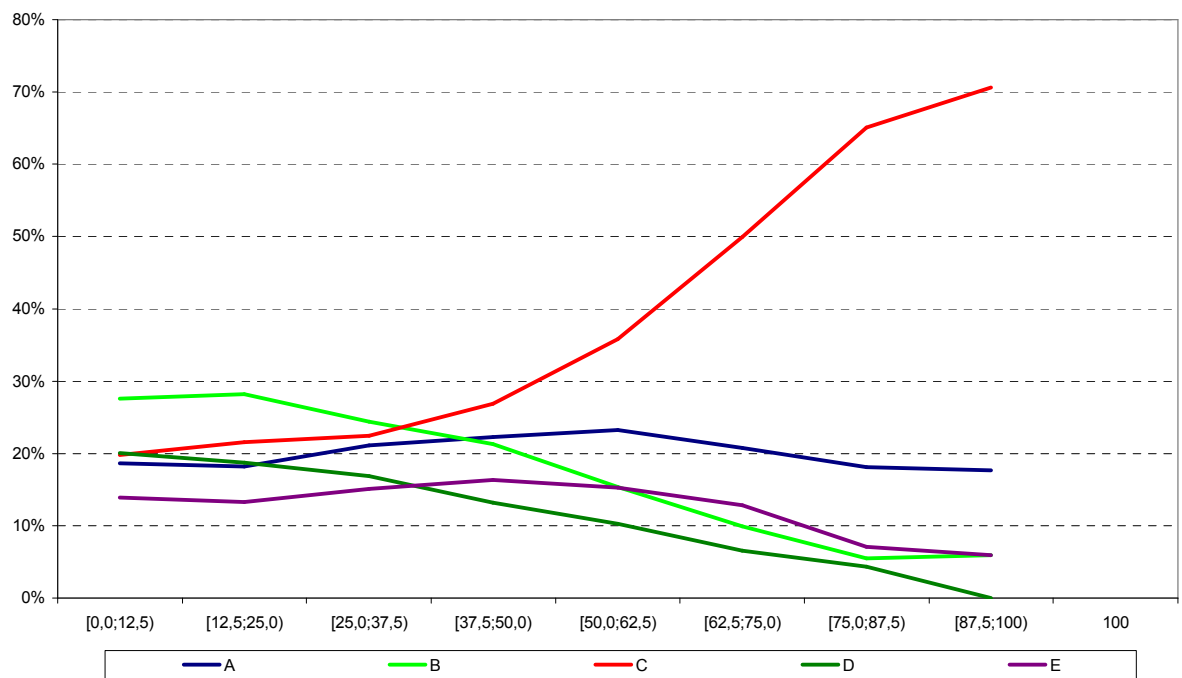
Análise Gráfica do item 2 - Formação Geral ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



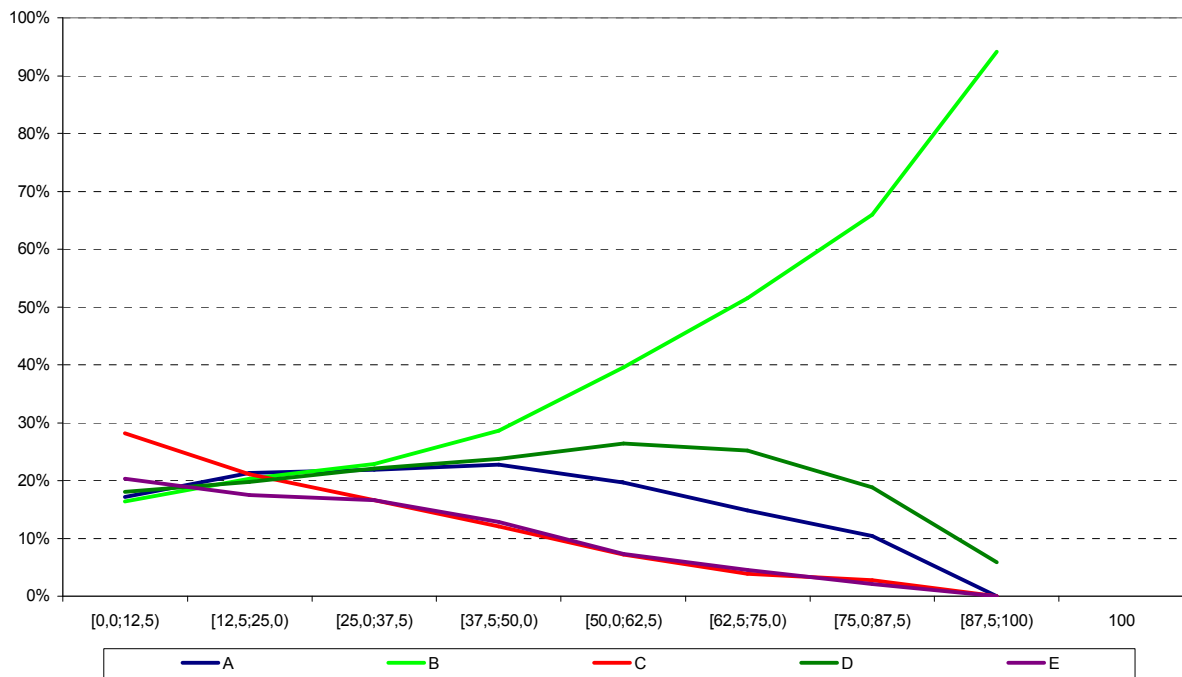
Análise Gráfica do item 3 - Formação Geral ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



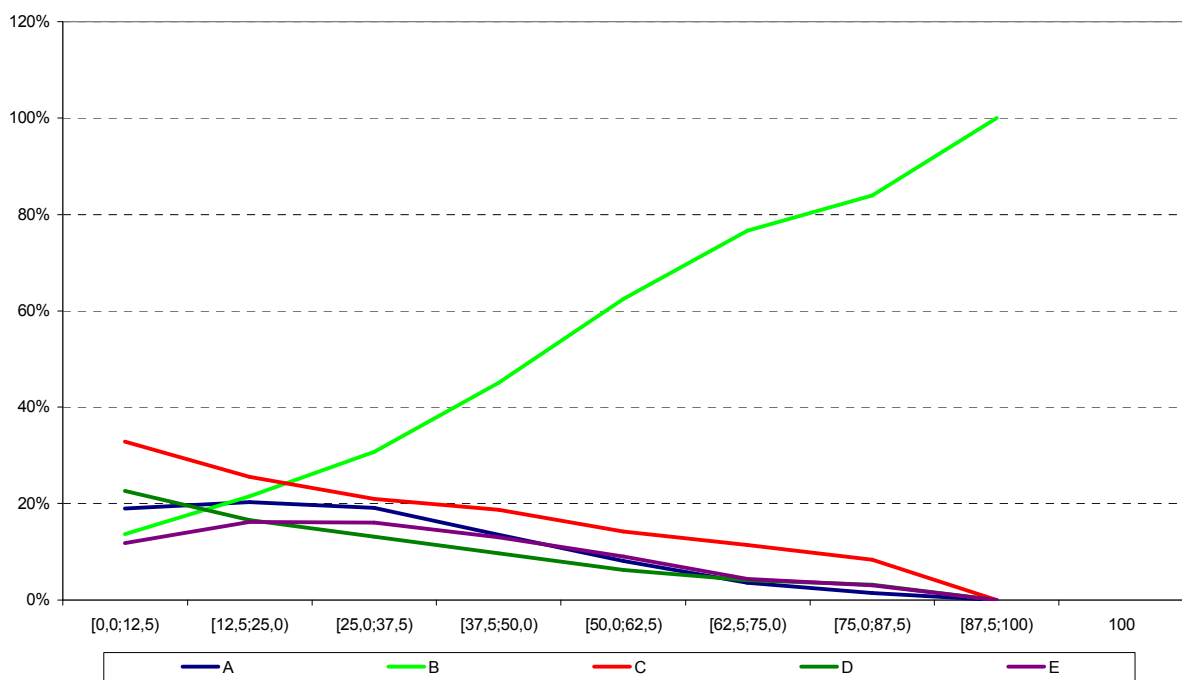
Análise Gráfica do item 4 - Formação Geral ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



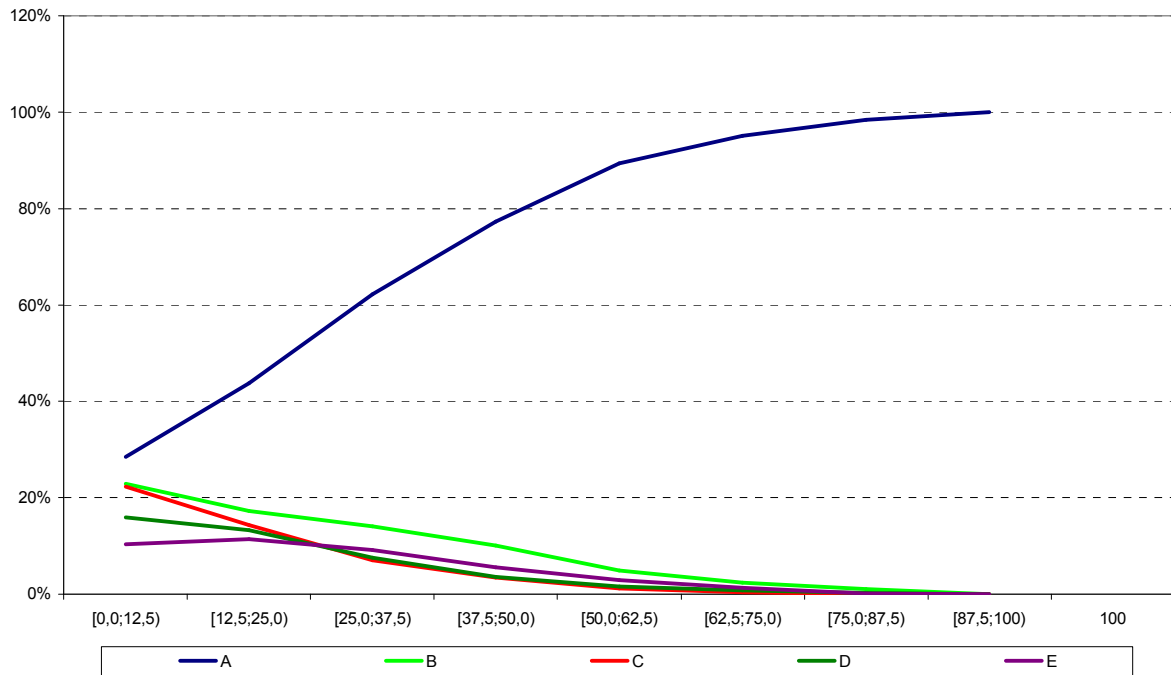
Análise Gráfica do item 5 - Formação Geral ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



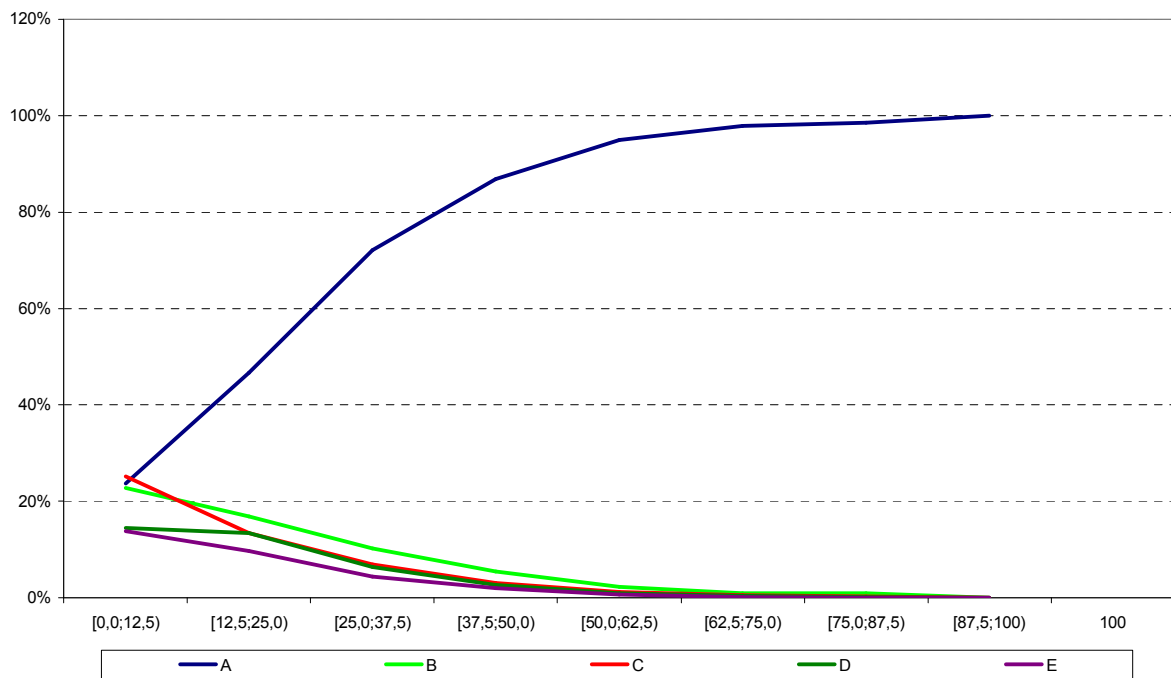
Análise Gráfica do item 6 - Formação Geral ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



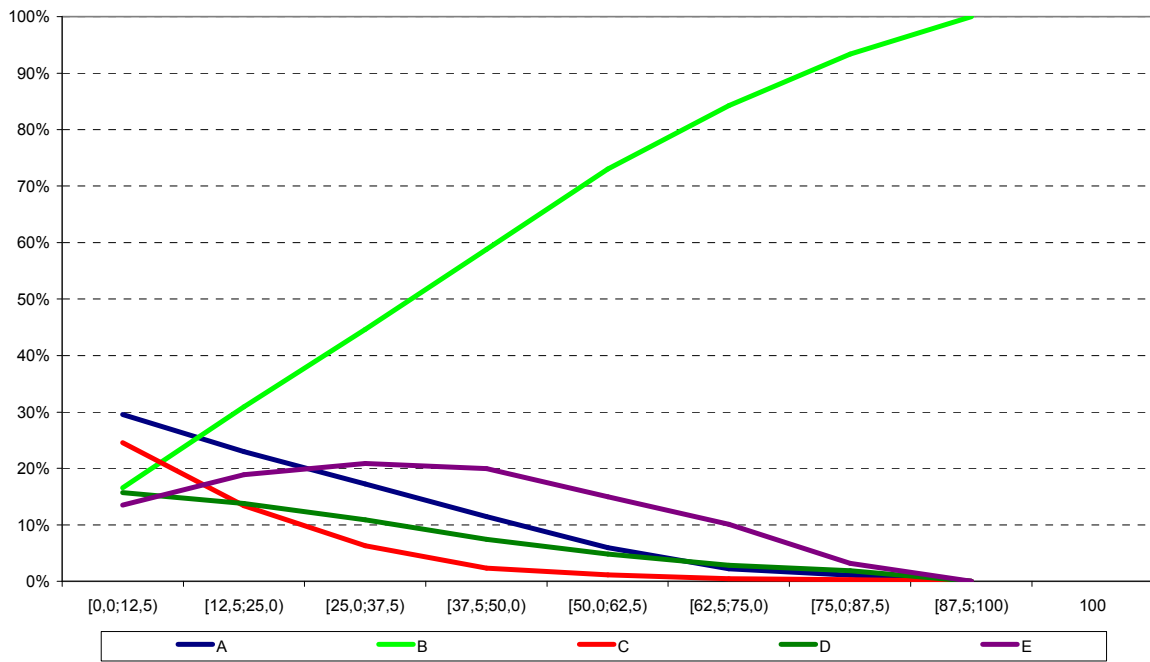
Análise Gráfica do item 7 - Formação Geral ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



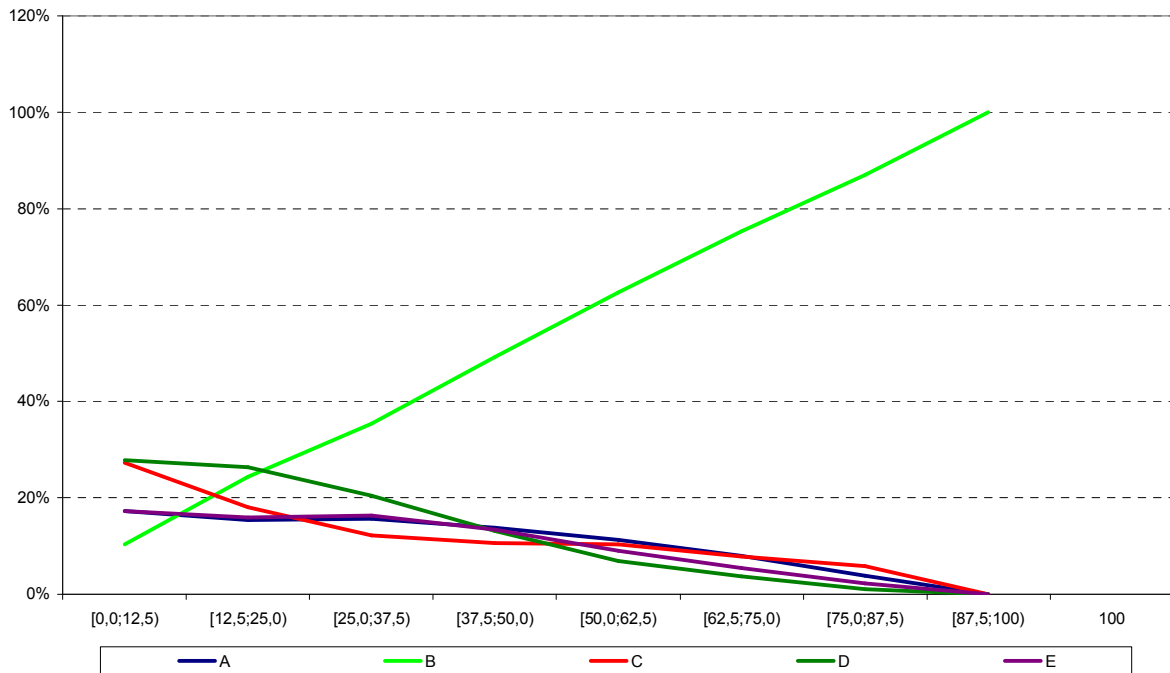
Análise Gráfica do item 8 - Formação Geral ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



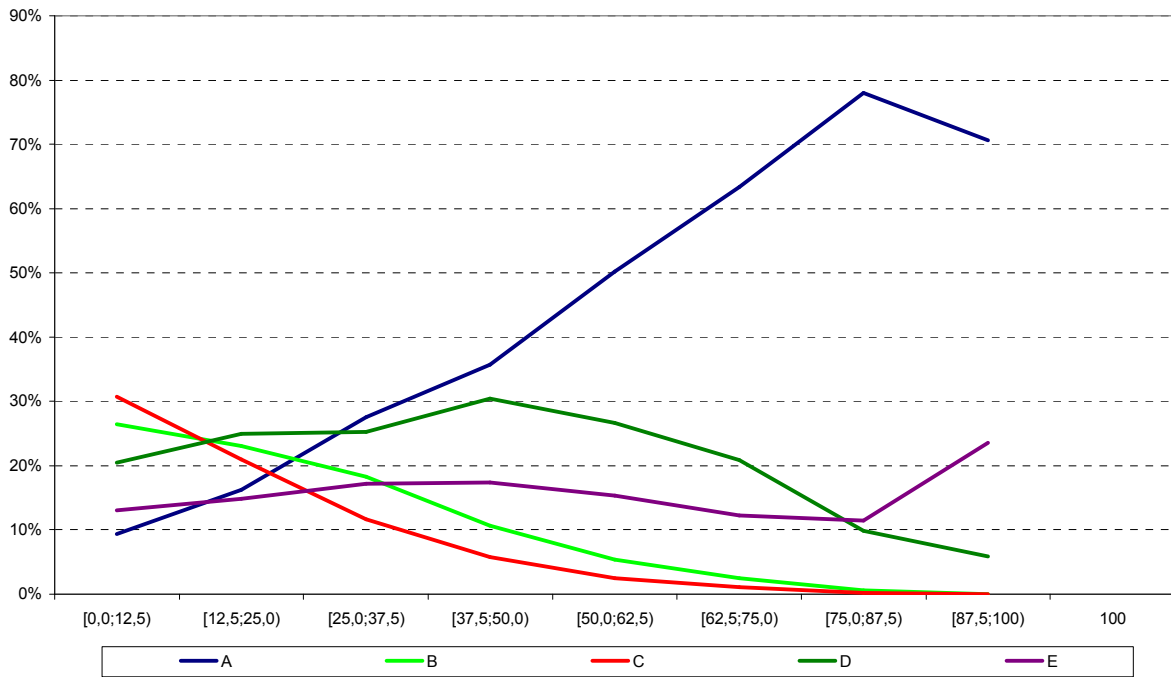
Análise Gráfica do item 11 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



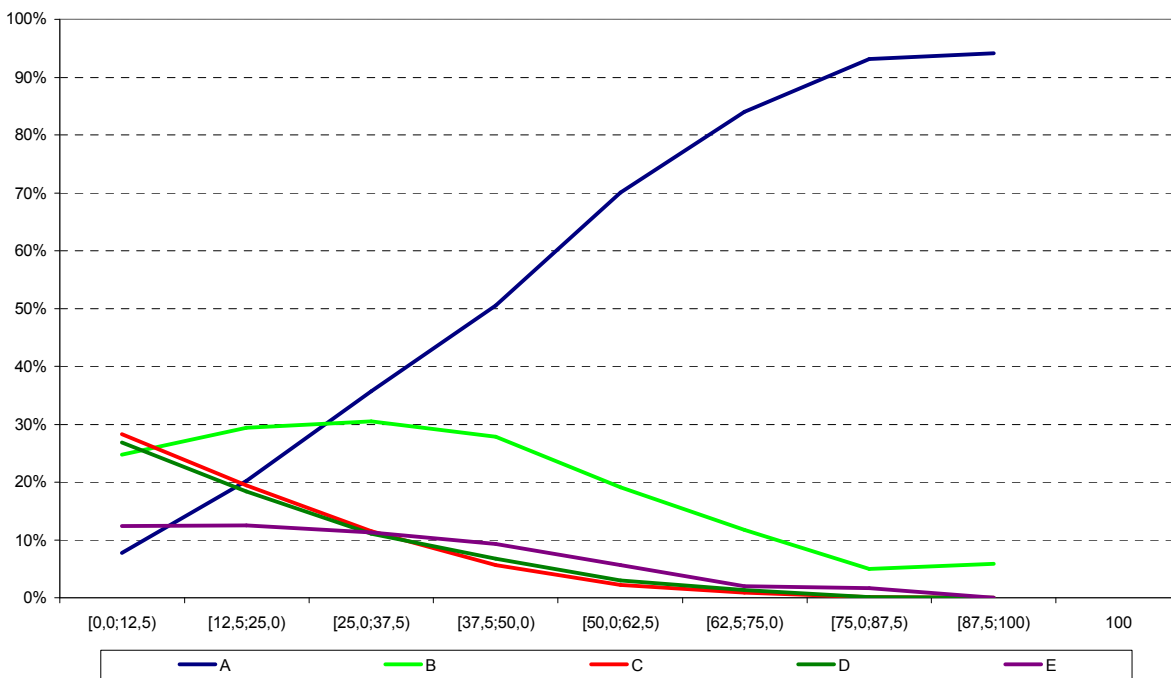
Análise Gráfica do item 12 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



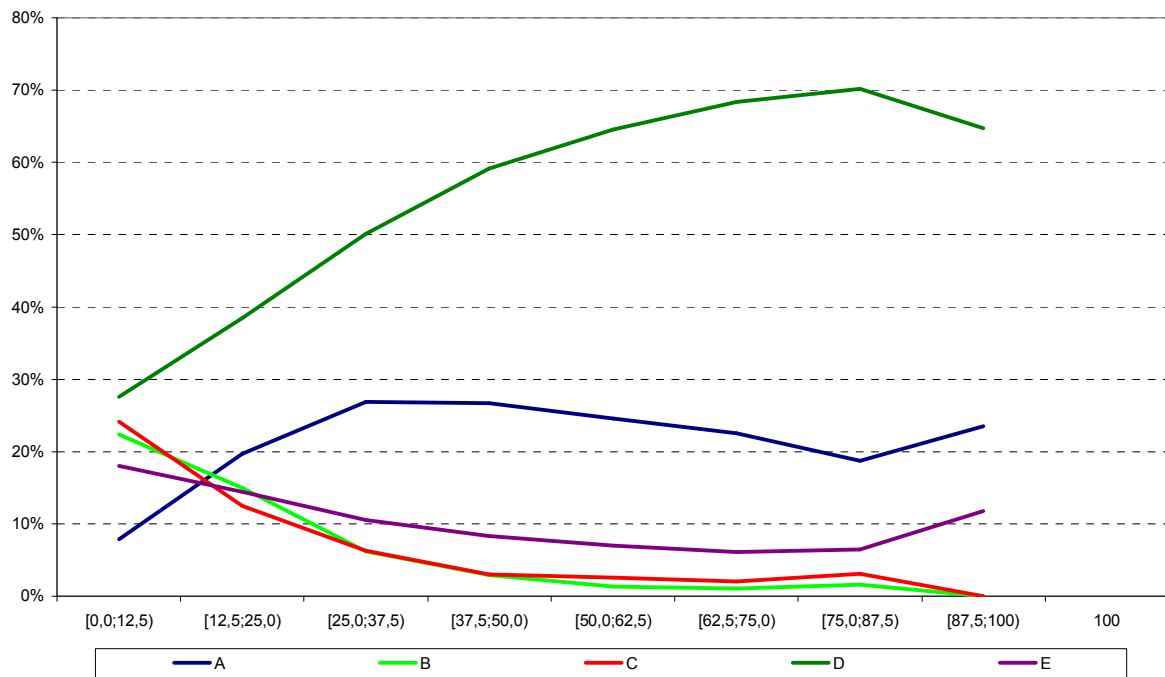
Análise Gráfica do item 13 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



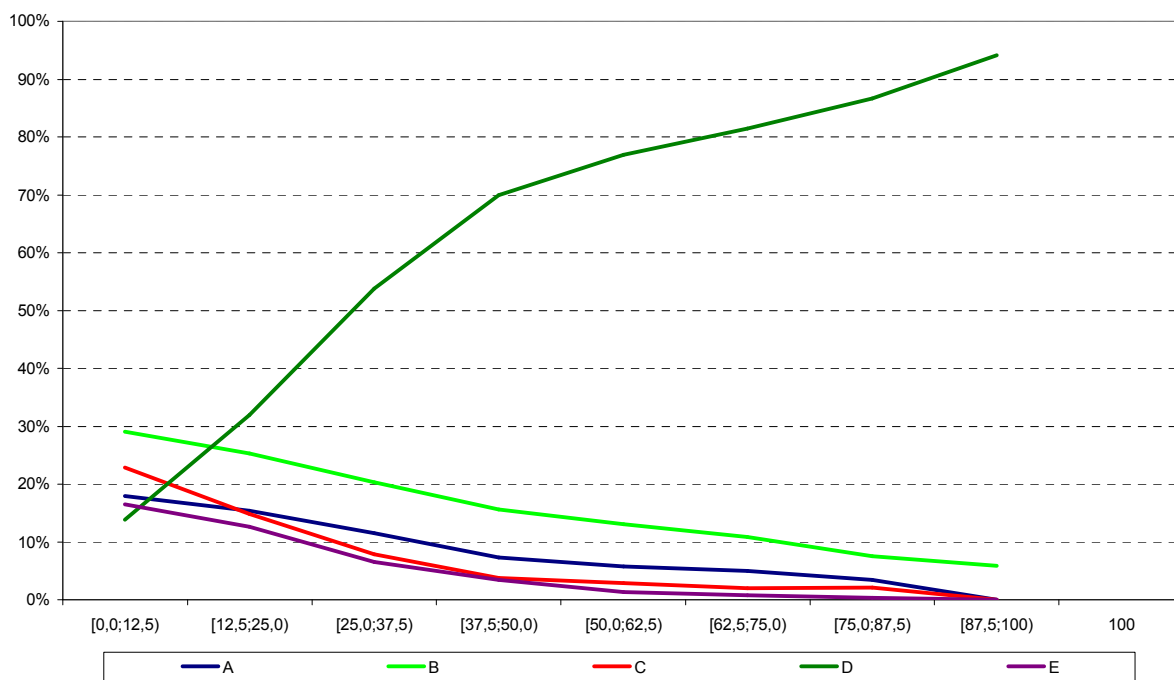
Análise Gráfica do item 14 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



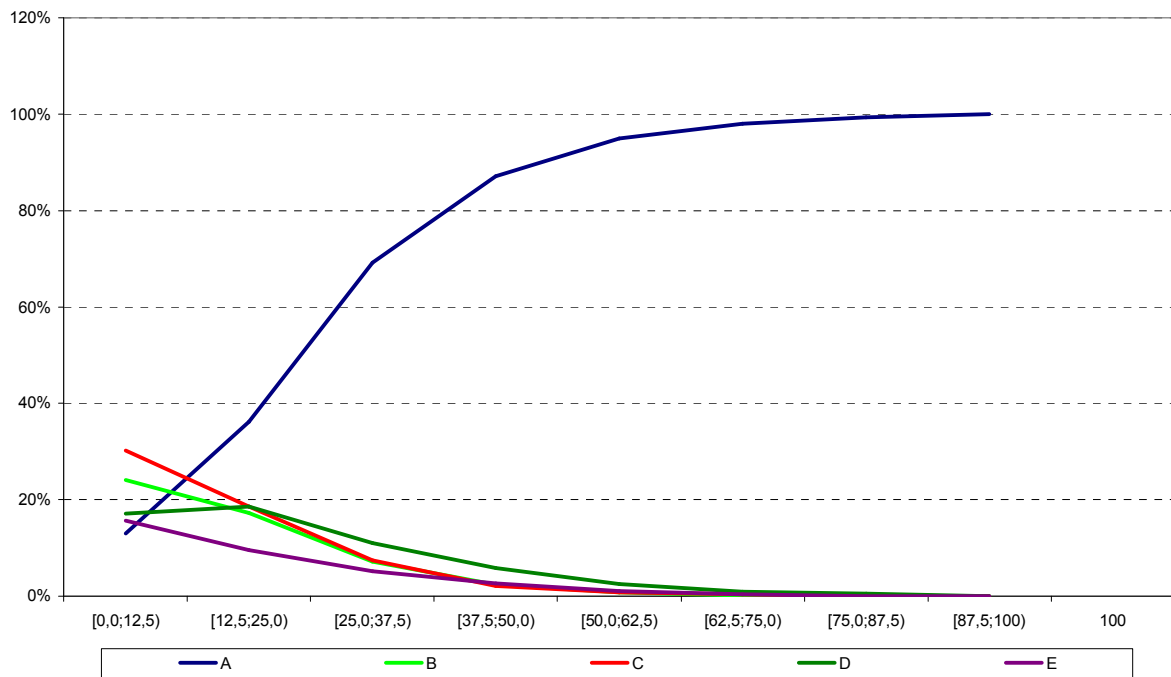
Análise Gráfica do item 15 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



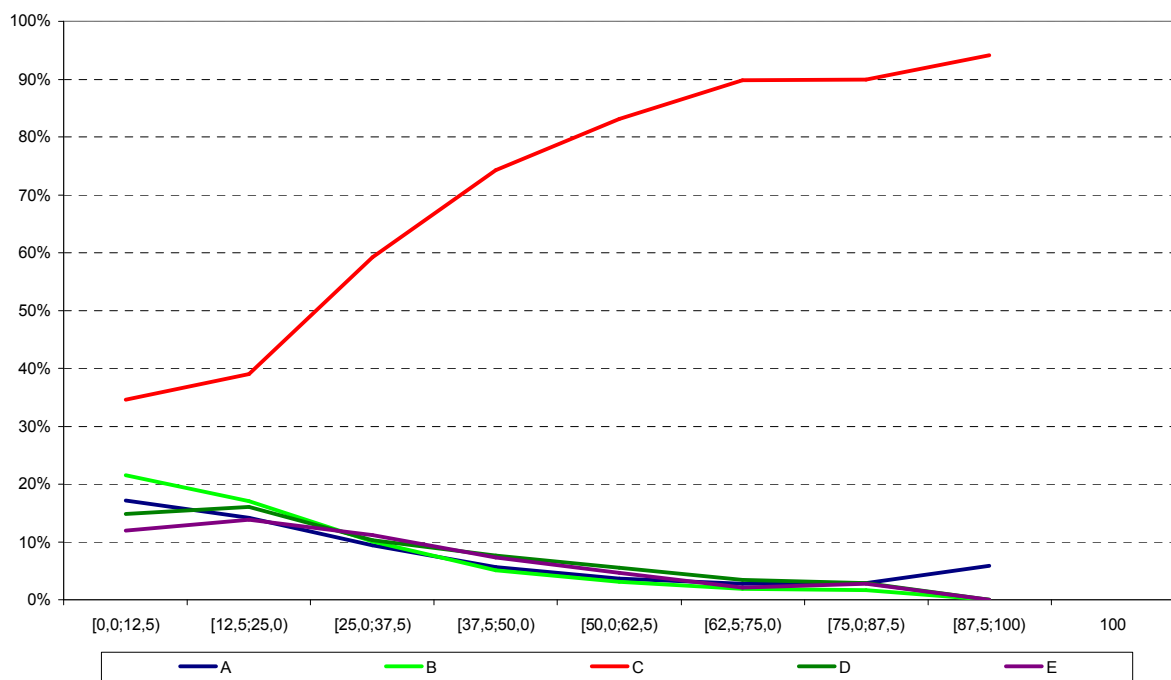
Análise Gráfica do item 16 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



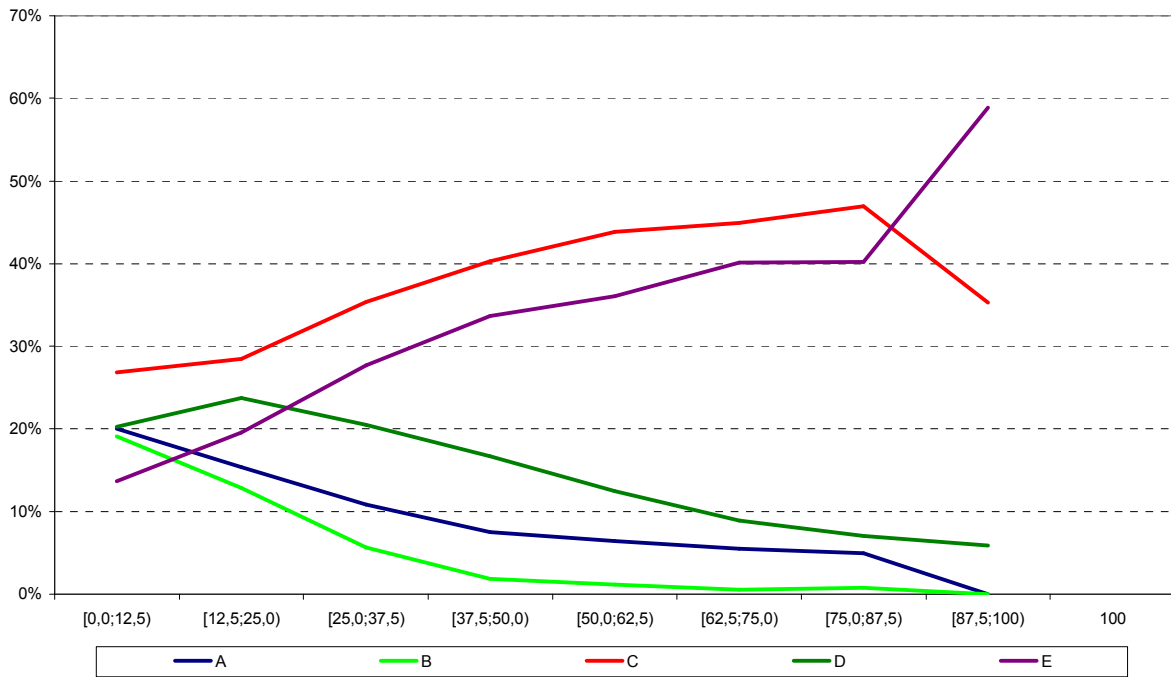
Análise Gráfica do item 17 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



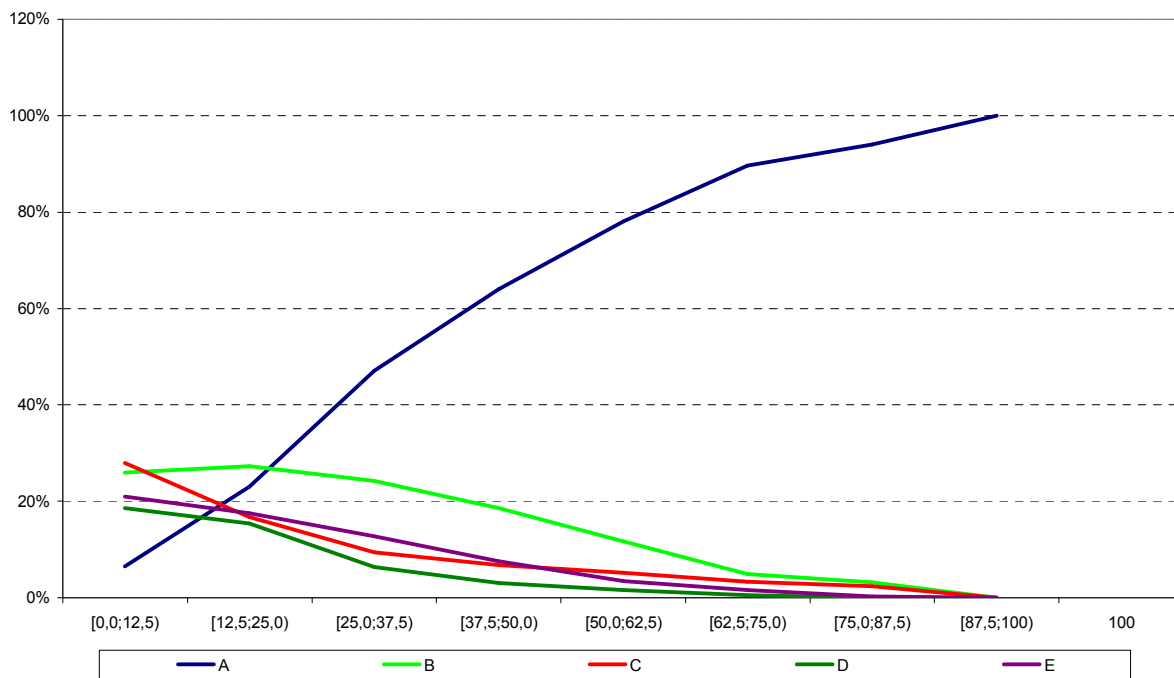
Análise Gráfica do item 18 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



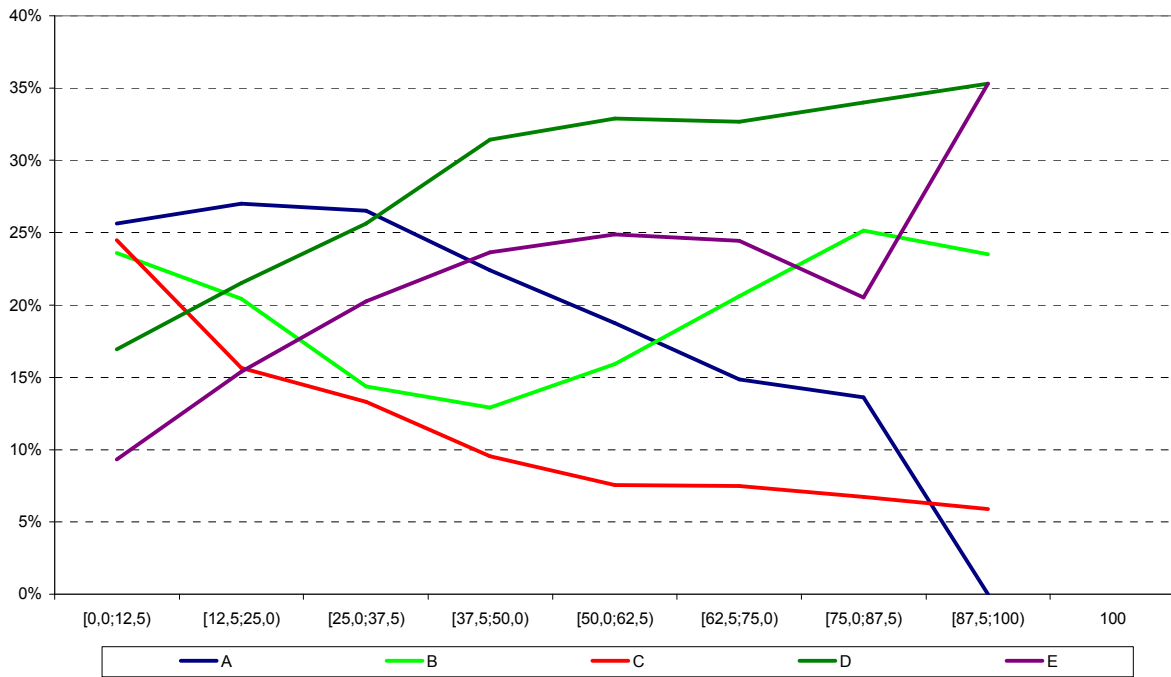
Análise Gráfica do item 19 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



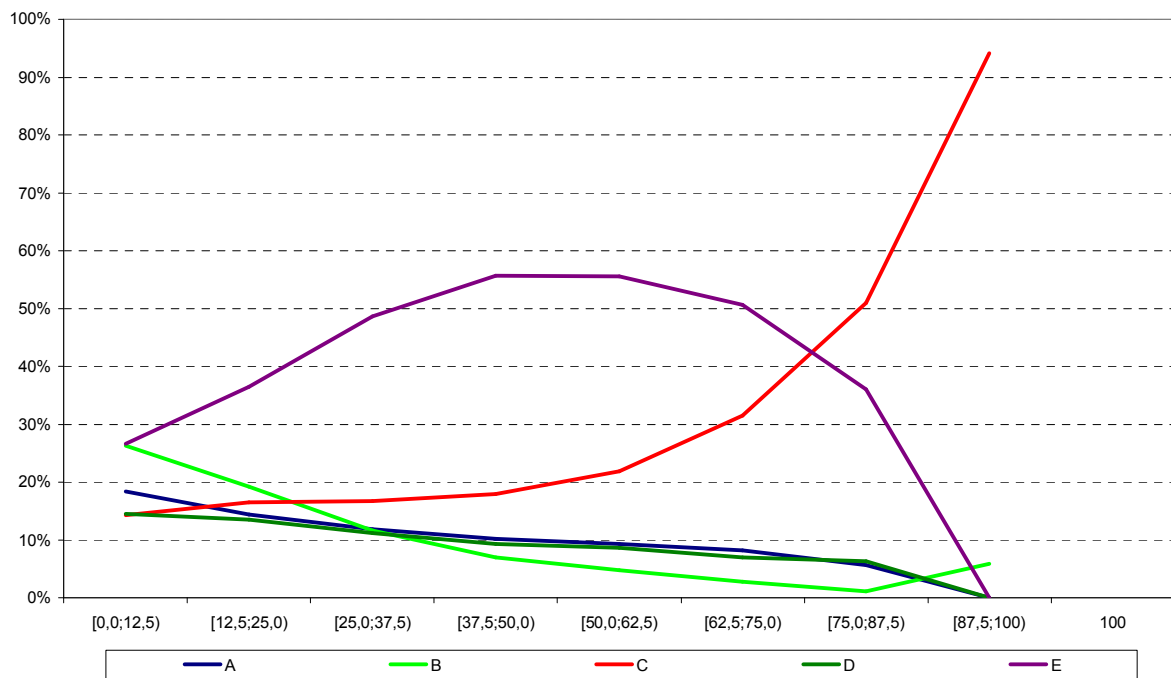
Análise Gráfica do item 20 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



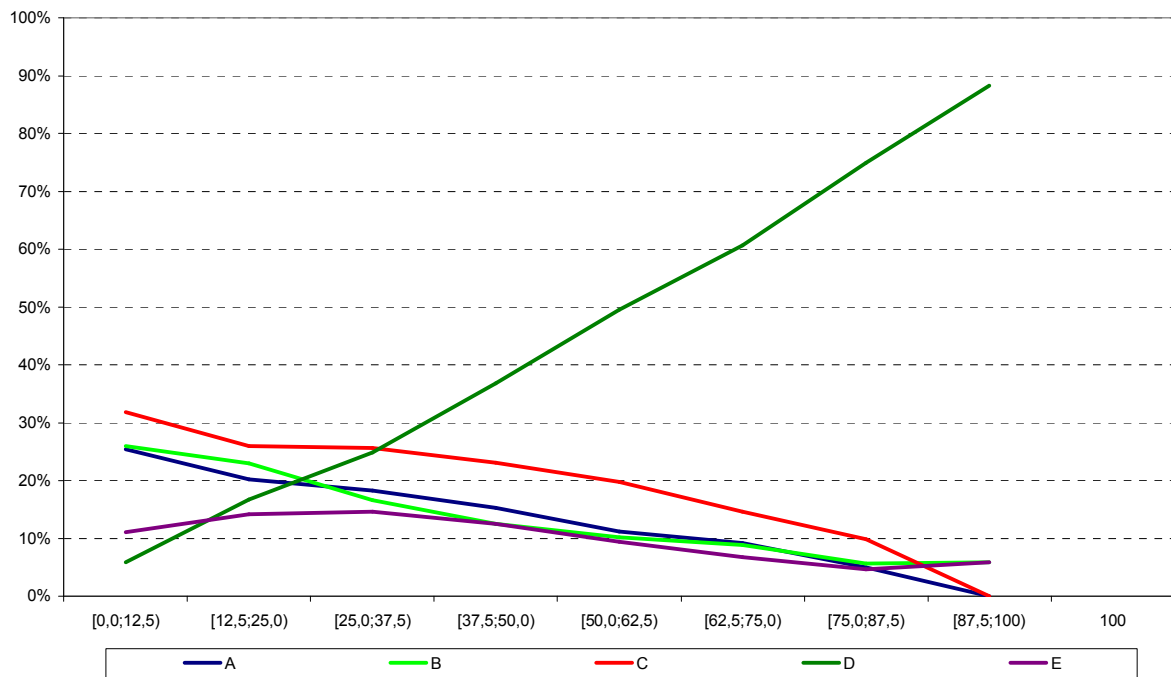
Análise Gráfica do item 21 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



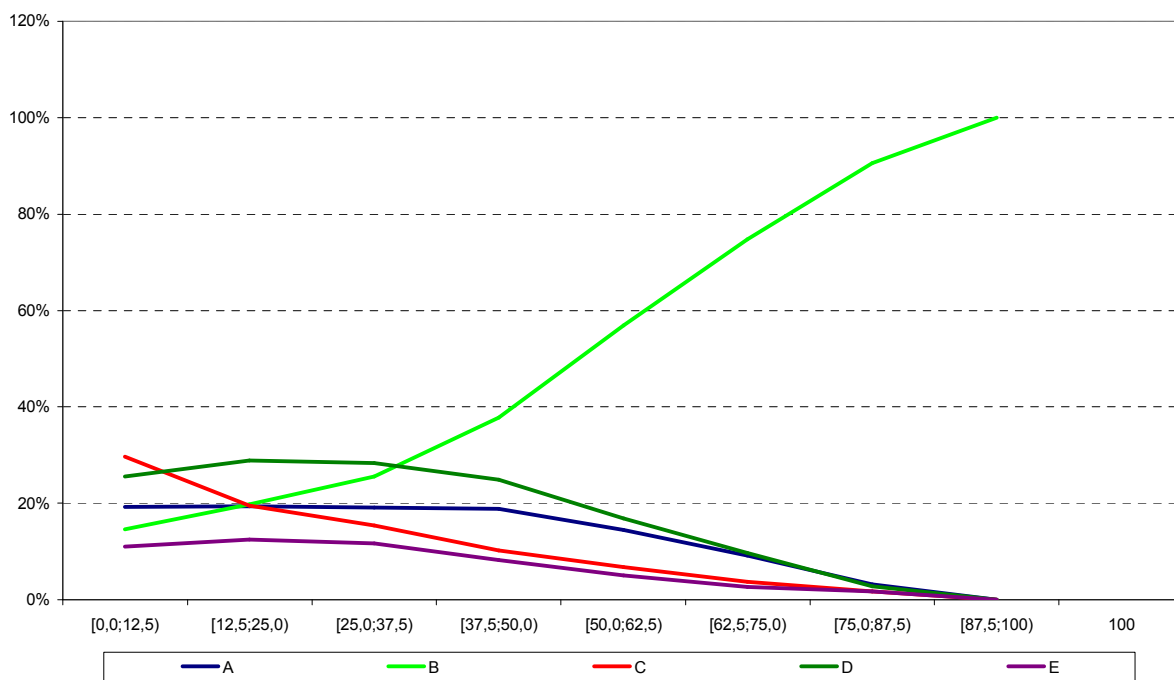
Análise Gráfica do item 22 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



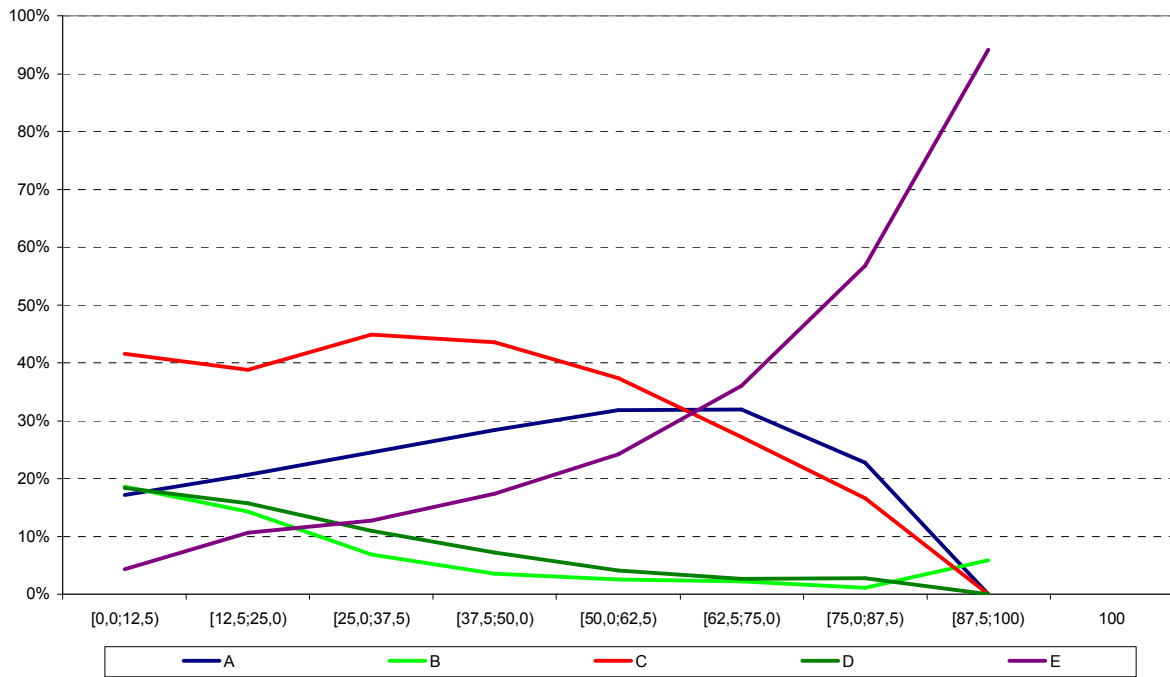
Análise Gráfica do item 23 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



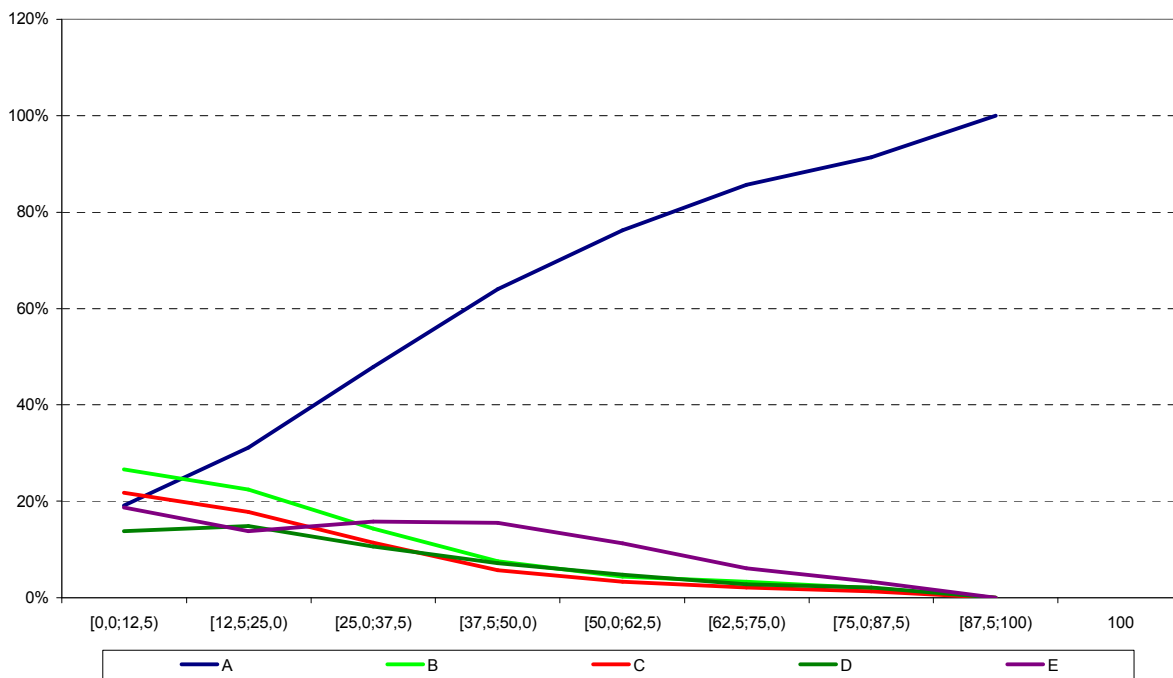
Análise Gráfica do item 24 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



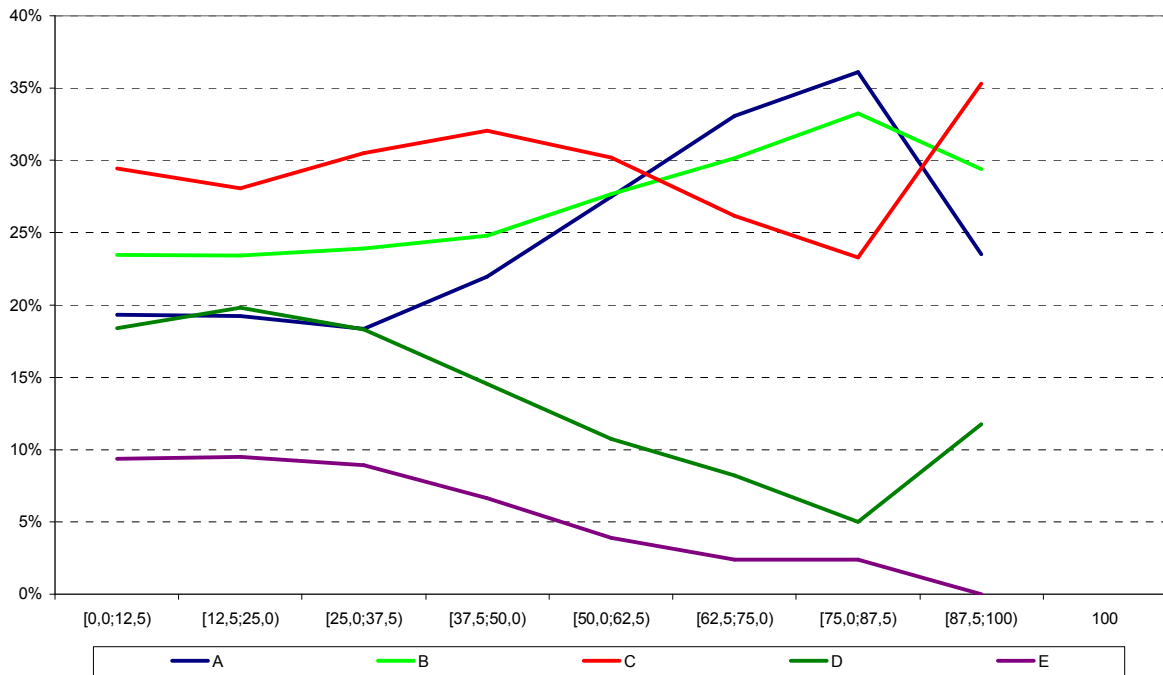
Análise Gráfica do item 25 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



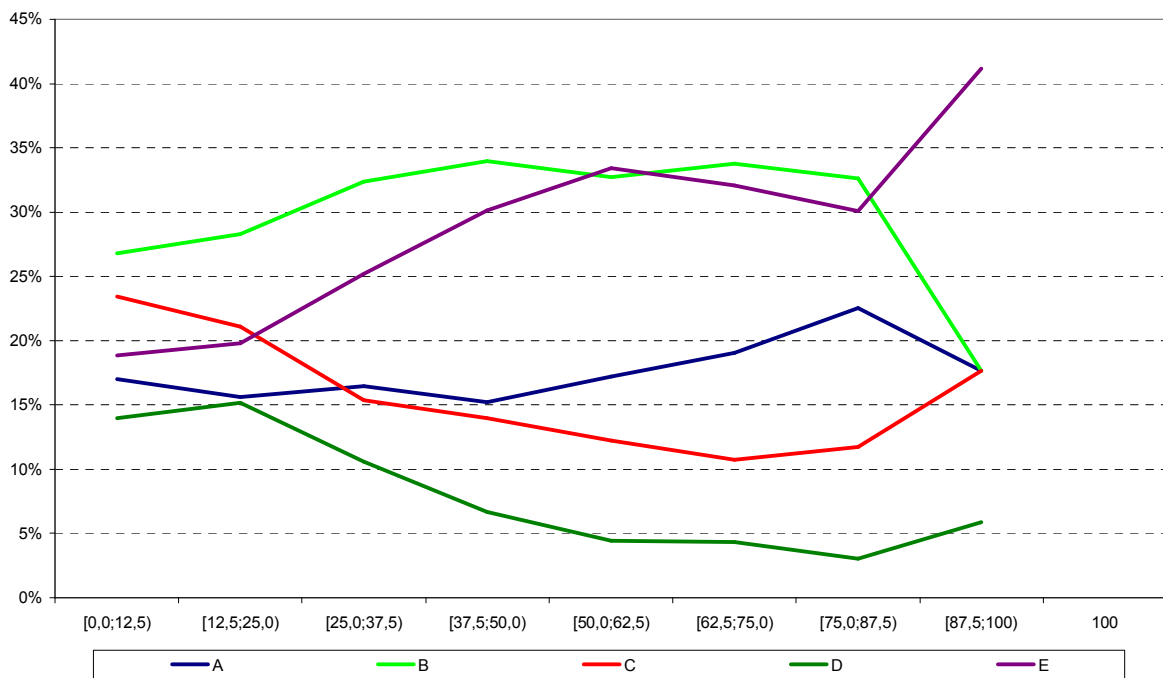
Análise Gráfica do item 26 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



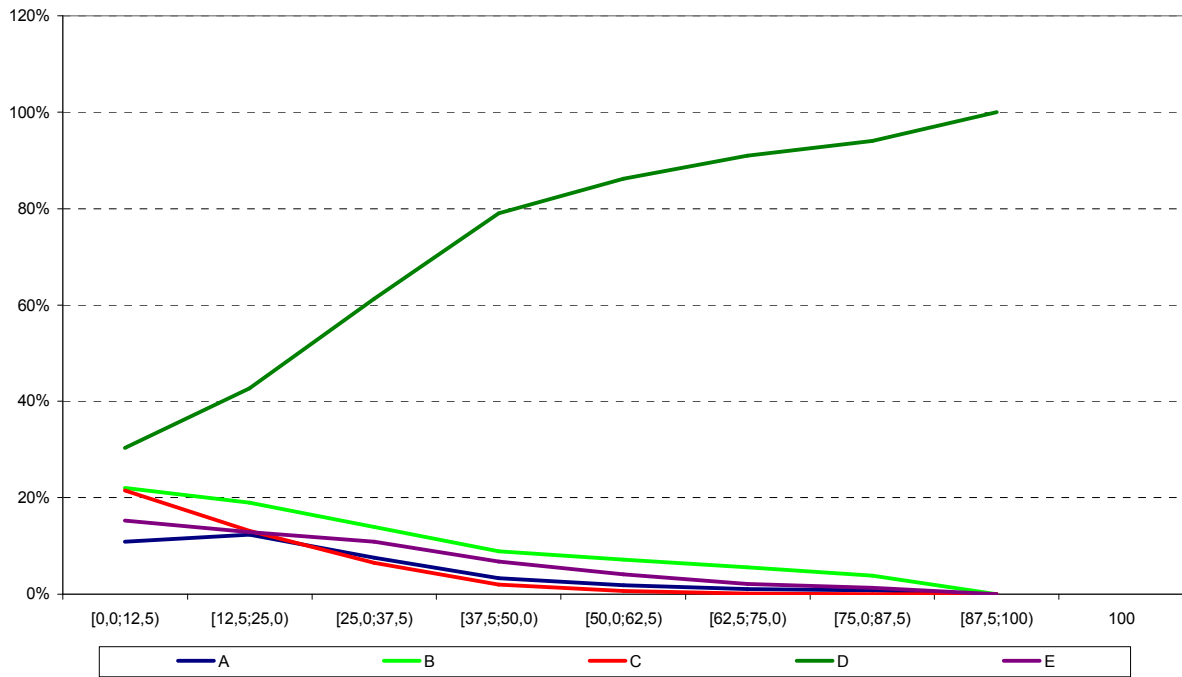
Análise Gráfica do item 27 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



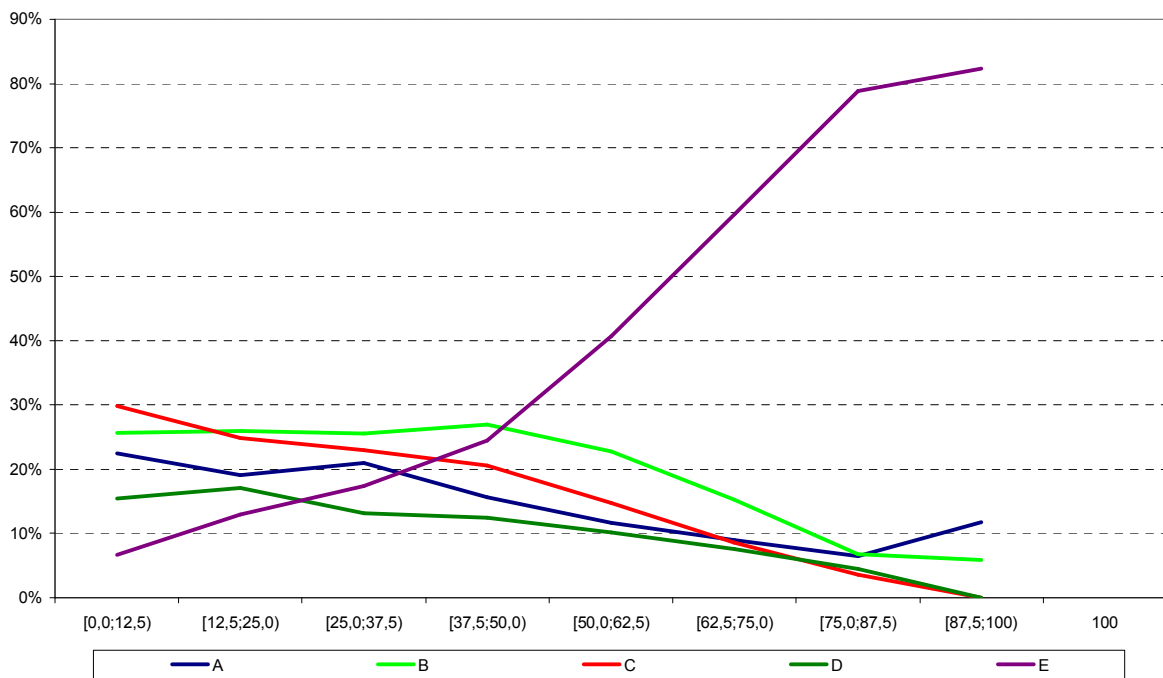
Análise Gráfica do item 28 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



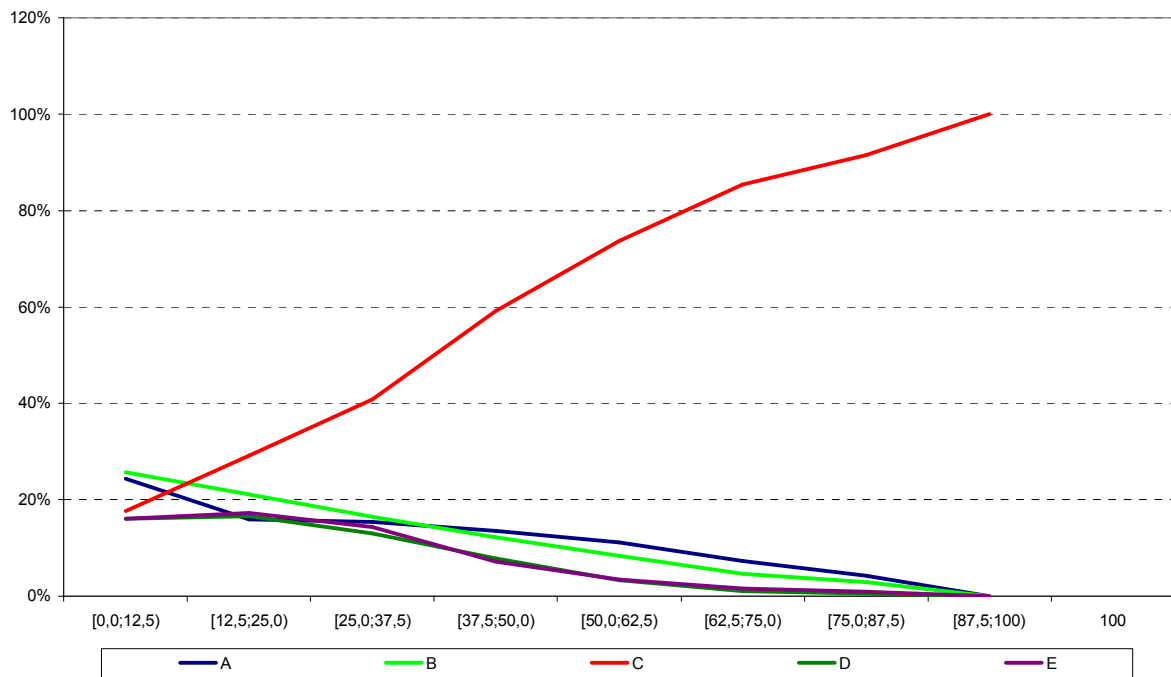
Análise Gráfica do item 29 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



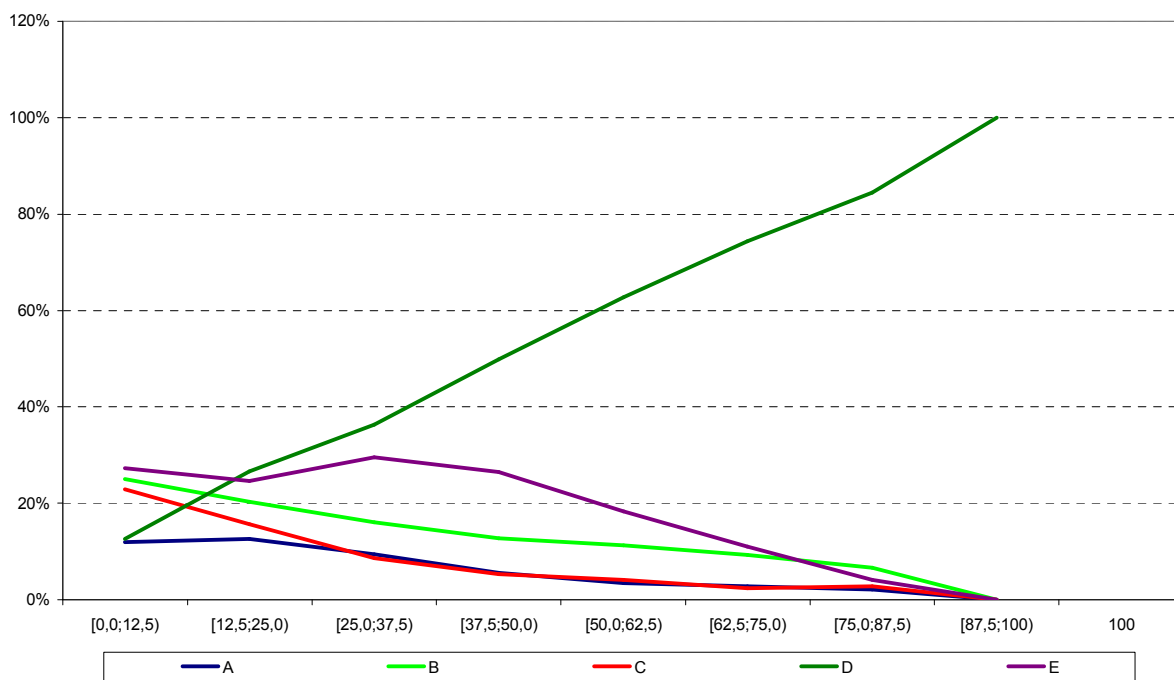
Análise Gráfica do item 30 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



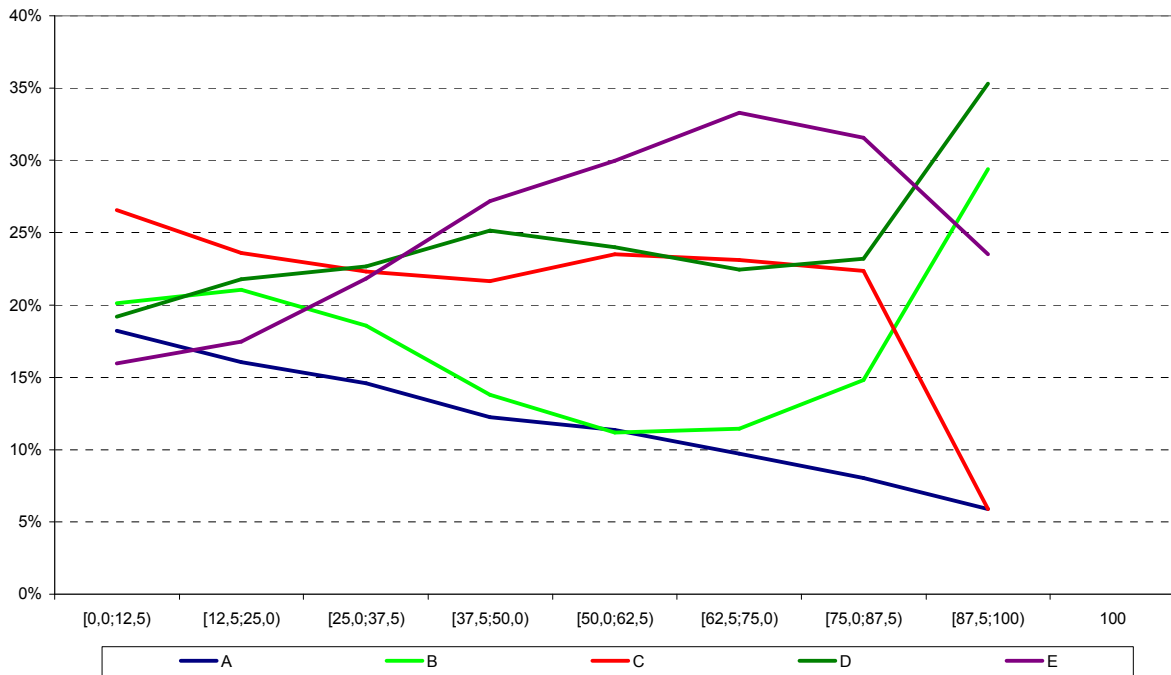
Análise Gráfica do item 31 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



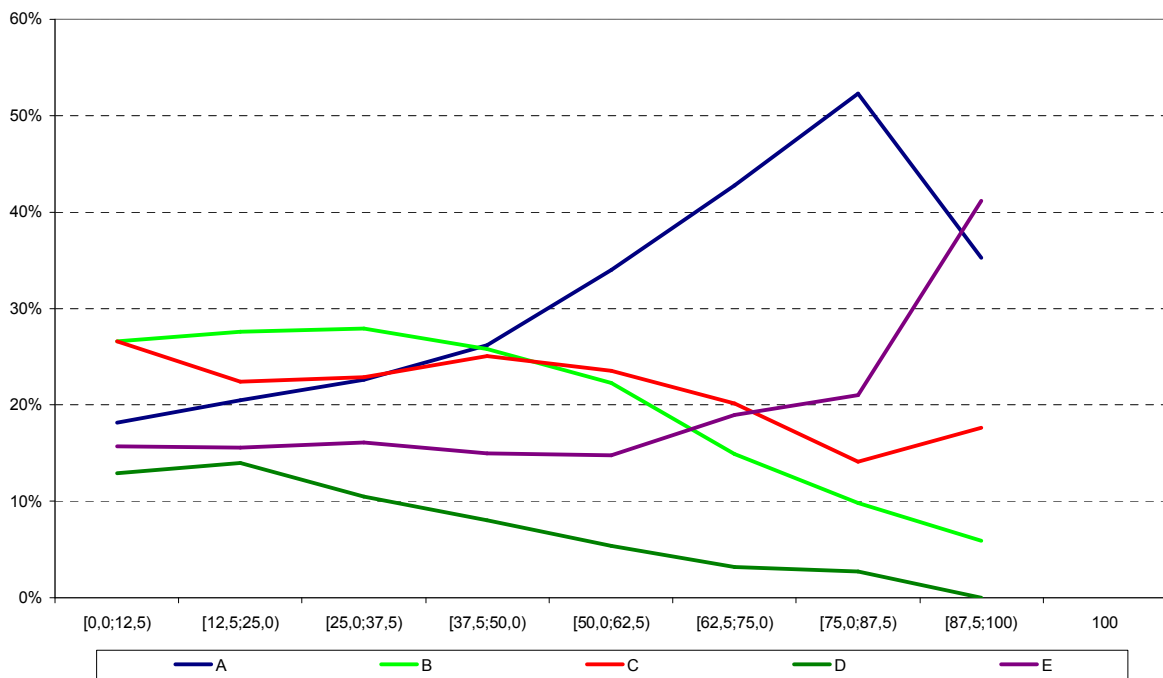
Análise Gráfica do item 32 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



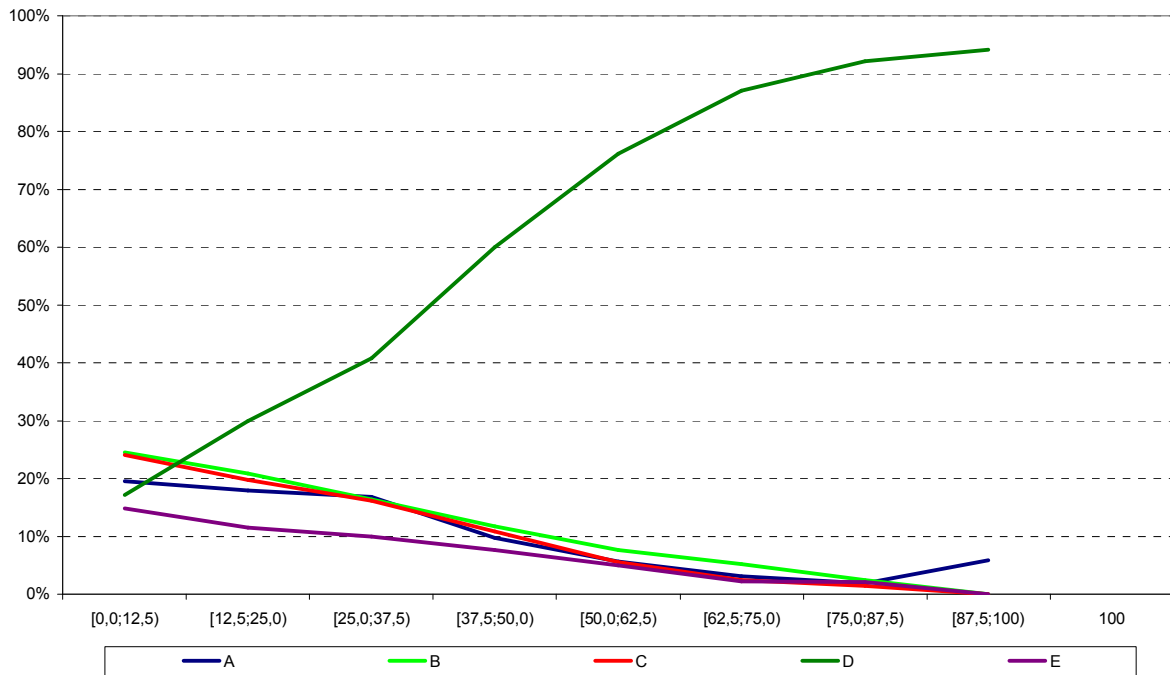
Análise Gráfica do item 33 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



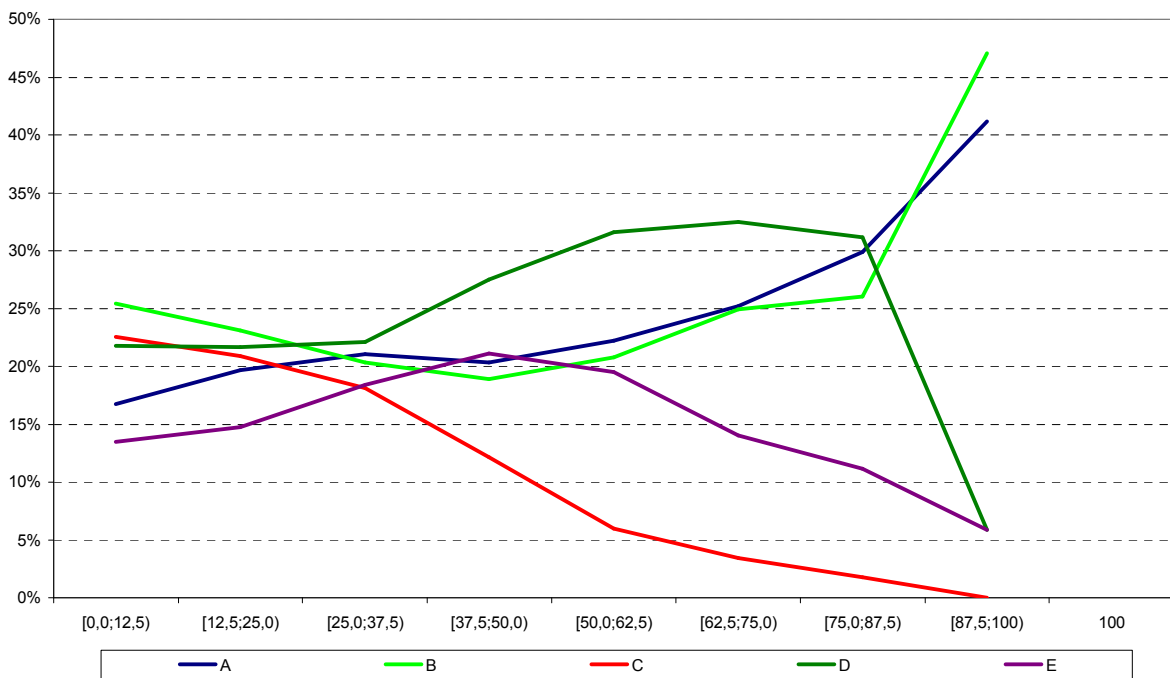
Análise Gráfica do item 34 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



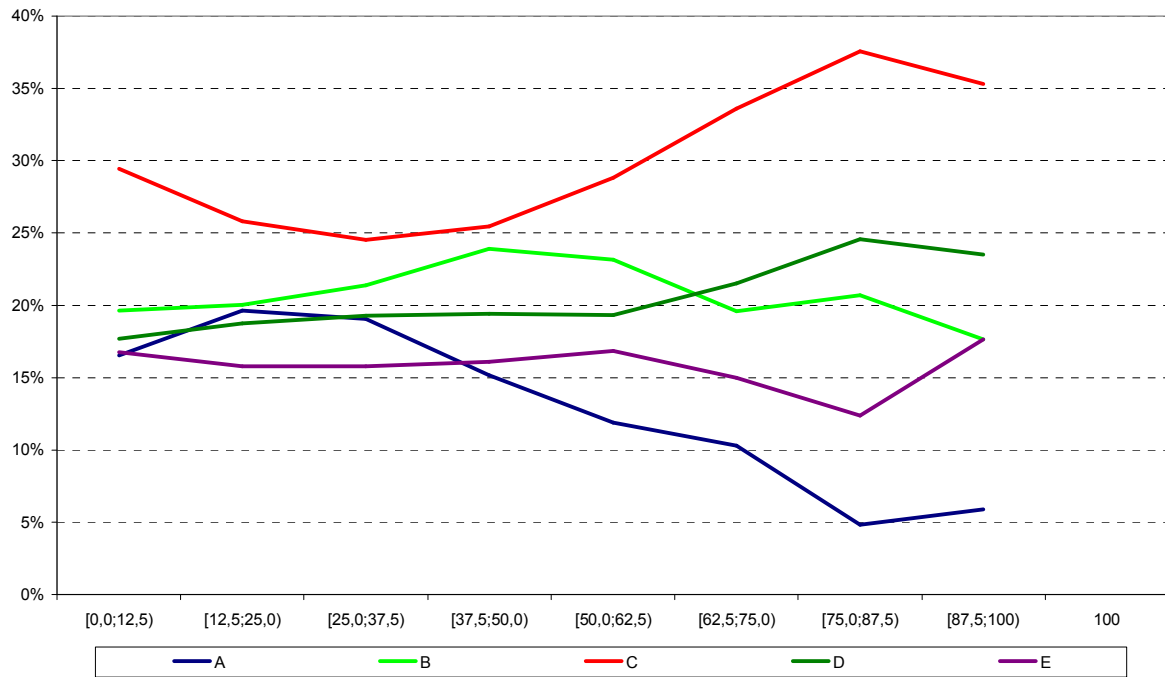
Análise Gráfica do item 35 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



Análise Gráfica do item 36 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



Análise Gráfica do item 37 - Componente Específico ENADE/2009 - Comunicação Social - Publicidade e Propaganda



ANEXO II

Tabulação do

Questionário do

Estudante por Quartos

de Desempenho e

Grupo de Estudantes

Tabela II.1 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por Categoria Administrativa
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Federal	2,4%	1,9%	3,3%	7,6%	4,3%	1,2%	1,8%	4,7%
Estadual	0,1%	0,3%	0,4%	0,7%	0,1%	0,0%	0,3%	0,3%
Municipal	1,6%	3,1%	3,1%	3,0%	2,2%	2,7%	3,1%	2,4%
Privada	95,9%	94,7%	93,2 %	88,7%	93,4%	96,1%	94,8%	92,6%
População	3.128	2.901	2.490	1.789	2.161	2.335	2.777	3.455

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.2 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por Organização Acadêmica
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Universidade	46,6%	46,6%	48,8%	50,7%	49,1%	46,3%	48,8%	52,5%
Centro Universitário	15,8%	16,2%	16,7%	14,5%	15,4%	16,3%	16,0%	13,9%
Faculdade	37,6%	37,2%	34,4%	34,7%	35,5%	37,4%	35,2%	33,6%
Centro Federal de Educação Tecnológica	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
População	3.128	2.901	2.490	1.789	2.161	2.335	2.777	3.455

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.3 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por Sexo
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Sexo	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Masculino	48,3%	42,6%	44,1%	44,9%	50,3%	40,4%	42,6%	47,4%
Feminino	51,7%	57,4%	55,9%	55,1%	49,7%	59,6%	57,4%	52,6%
População	3.128	2.901	2.490	1.789	2.161	2.335	2.777	3.455

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.4 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por Grupo Etário
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Faixa Etária	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
[15,20)	44,0%	49,3%	55,0%	55,0%	0,0%	0,3%	0,1%	0,2%
[20,25)	43,1%	38,6%	33,1%	33,2%	62,1%	64,7%	69,8%	71,9%
[25,30)	8,5%	7,9%	8,0%	7,7%	27,9%	25,5%	22,3%	20,4%
[30,35)	2,6%	2,1%	2,0%	2,4%	6,0%	5,7%	4,9%	4,3%
[35,40)	0,8%	1,2%	0,8%	0,8%	2,2%	2,4%	1,5%	1,6%
[40,45)	0,6%	0,4%	0,7%	0,7%	0,8%	0,8%	0,8%	1,0%
[45,50)	0,2%	0,2%	0,3%	0,2%	0,5%	0,3%	0,3%	0,4%
[50+]	0,2%	0,3%	0,1%	0,0%	0,5%	0,3%	0,3%	0,2%
População	3.128	2.901	2.490	1.789	2.161	2.335	2.777	3.455

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.5 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 01 – Qual o seu estado civil?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Solteiro(a)	92,4%	93,6%	93,6%	94,8%	87,6%	88,2%	90,9%	91,6%
Casado(a)	4,5%	4,3%	4,3%	3,1%	9,8%	9,1%	7,1%	6,3%
Separado(a)/desquitado(a)/divorciado(a)	1,2%	0,9%	1,0%	0,7%	1,2%	1,2%	0,8%	0,8%
Viúvo(a)	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	0,3%	0,0%	0,2%	0,0%
Outro	1,8%	1,1%	1,1%	1,3%	1,1%	1,5%	1,0%	1,3%
População	3.101	2.887	2.482	1.780	2.137	2.312	2.759	3.431

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.6 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 02 – Como você se considera?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Branco(a)	67,6%	70,4%	70,0%	75,2%	70,4%	72,9%	73,8%	75,8%
Negro(a)	7,3%	5,6%	5,5%	4,4%	7,1%	5,2%	5,0%	3,9%
Pardo(a)/mulato(a)	22,2%	21,6%	21,6%	18,1%	19,3%	19,5%	18,6%	17,6%
Amarelo(a) (de origem oriental)	1,8%	1,5%	2,3%	1,6%	2,3%	1,8%	1,8%	2,2%
Indígena ou de origem indígena	1,1%	0,9%	0,6%	0,7%	0,9%	0,6%	0,8%	0,5%
População	3.088	2.877	2.471	1.775	2.128	2.303	2.746	3.415

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.7 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 03 – Onde e como você mora atualmente?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Em casa ou apartamento, sozinho	4,4%	3,8%	2,7%	4,0%	5,9%	5,4%	4,6%	5,6%
Em casa ou apartamento, com pais e/ou parentes	85,2%	85,7%	87,7%	85,3%	77,2%	79,7%	81,7%	80,0%
Em casa ou apartamento, cônjuge e/ou filhos	6,2%	6,0%	5,5%	4,5%	11,8%	10,7%	8,7%	8,3%
Em casa ou apartamento, com outras pessoas (incluindo república)	3,7%	3,5%	3,4%	5,2%	4,2%	3,9%	4,5%	5,3%
Em alojamento universitário da própria instituição de ensino	0,1%	0,5%	0,3%	0,4%	0,2%	0,0%	0,3%	0,4%
Em outros tipos de habitação individual ou coletiva (hotel, hospedaria, pensionato, etc.)	0,4%	0,5%	0,4%	0,6%	0,7%	0,3%	0,2%	0,4%
População	3.081	2.874	2.477	1.779	2.136	2.311	2.749	3.424

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.8 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 04 – Quantas pessoas, da sua família, moram com você na mesma casa? (Contando com seus pais, irmãos, cônjuge, filhos ou outros parentes que moram na mesma casa com você.)

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Nenhuma	5,8%	5,2%	5,0%	7,4%	7,7%	7,0%	7,2%	9,3%
Uma	9,6%	10,1%	9,6%	11,6%	12,4%	12,4%	12,6%	13,3%
Duas	19,6%	19,6%	22,1%	20,6%	20,8%	22,4%	21,2%	23,5%
Três	29,6%	30,8%	30,8%	34,1%	28,6%	28,0%	30,3%	29,2%
Quatro	20,5%	20,6%	20,8%	16,8%	18,5%	19,1%	19,0%	16,7%
Cinco	9,9%	8,6%	7,8%	6,3%	7,6%	7,2%	6,1%	5,3%
Seis	3,2%	3,3%	2,6%	2,1%	2,4%	2,3%	2,0%	1,8%
Mais de seis	1,8%	1,8%	1,3%	1,1%	2,0%	1,6%	1,6%	0,9%
População	3.084	2.870	2.468	1.773	2.133	2.304	2.749	3.414

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.9 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 05 – Somando a sua renda com a renda dos familiares que moram com você, quanto é, aproximadamente, a renda familiar? (Considere a renda de todos os seus familiares que moram na sua casa com você.)

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Nenhuma	2,9%	2,4%	1,8%	2,7%	2,2%	1,7%	1,4%	2,1%
Até 1,5 salário mínimo (até R\$ 697,50)	6,2%	5,5%	5,8%	5,1%	4,2%	4,0%	2,7%	3,5%
Acima de 1,5 até 3 salários mínimos (R\$ 697,51 a R\$ 1.395,00)	24,5%	23,9%	20,6%	18,7%	15,8%	16,5%	14,7%	12,2%
Acima de 3 até 4,5 salários mínimos (R\$ 1.395,01 a R\$ 2.092,50)	18,5%	18,7%	18,1%	16,6%	16,1%	15,0%	16,2%	14,7%
Acima de 4,5 até 6 salários mínimos (R\$ 2.092,51 a R\$ 2.790,00)	10,9%	12,2%	11,9%	12,3%	12,5%	12,9%	13,4%	12,4%
Acima de 6 até 10 salários mínimos (R\$ 2.790,01 a R\$ 4.650,00)	16,1%	16,6%	19,5%	18,2%	21,0%	22,7%	21,9%	22,5%
Acima de 10 até 30 salários mínimos (R\$ 4.650,01 a R\$ 13.950,00)	15,7%	16,1%	17,0%	20,8%	20,9%	19,9%	23,0%	25,4%
Acima de 30 salários mínimos (mais de R\$ 13.950,01)	5,2%	4,6%	5,3%	5,6%	7,3%	7,3%	6,7%	7,2%
População	3.048	2.854	2.450	1.755	2.118	2.291	2.730	3.408

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.10 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 06 – Assinale a situação abaixo que melhor descreve o seu caso.

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Não tenho renda e meus gastos são financiados pela minha família ou por outras pessoas	43,7%	45,0%	48,9%	51,1%	23,6%	23,6%	22,3%	23,1%
Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos	37,5%	37,4%	34,8%	34,1%	46,4%	50,4%	53,4%	53,5%
Tenho renda e me sustento totalmente	7,1%	6,1%	5,1%	5,3%	14,3%	12,5%	10,9%	10,0%
Tenho renda, me sustento e contribuo com o sustento da família	10,0%	9,0%	9,3%	7,4%	12,8%	11,4%	10,7%	10,8%
Tenho renda, me sustento e sou o principal responsável pelo sustento da família	1,7%	2,5%	1,9%	2,1%	2,9%	2,1%	2,7%	2,6%
População	3.096	2.879	2.479	1.778	2.134	2.308	2.753	3.427

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.11 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 07 – Indique a resposta que melhor descreve sua atual situação de trabalho. (Não contar estágio, bolsas de pesquisa ou monitoria.)

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Não estou trabalhando	47,1%	49,6%	53,5%	55,7%	28,6%	29,9%	30,9%	32,5%
Trabalho eventualmente	7,8%	5,4%	5,9%	6,7%	8,4%	7,1%	6,6%	7,0%
Trabalho até 20 horas semanais	5,6%	4,3%	4,4%	3,9%	6,4%	5,9%	4,8%	3,5%
Trabalho mais de 20 horas semanais e menos de 40 horas semanais	14,0%	13,3%	11,2%	10,2%	16,0%	17,2%	15,8%	15,1%
Trabalho em tempo integral - 40 horas semanais ou mais	25,5%	27,4%	25,0%	23,5%	40,6%	39,9%	41,9%	41,9%
População	3.084	2.881	2.476	1.778	2.126	2.305	2.751	3.421

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.12 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 08 – Durante o curso de graduação (responder somente no caso de ser concluinte)

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Não fiz nenhum tipo de estágio	68,3%	68,3%	68,8%	64,7%	31,1%	30,4%	25,4%	19,5%
Fiz ou faço somente estágio obrigatório	6,8%	4,7%	4,5%	2,8%	16,8%	15,4%	13,4%	11,9%
Fiz ou faço somente estágio não obrigatório	18,5%	20,2%	22,6%	22,3%	29,2%	31,1%	34,6%	38,4%
Fiz ou faço estágio obrigatório e não obrigatório	6,4%	6,8%	4,1%	10,2%	22,9%	23,1%	26,6%	30,2%
População	1.079	741	606	354	1.983	2.155	2.621	3.307

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Nota: Apesar da instrução alguns ingressantes responderam a questão

Tabela II.13 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 09 – Você recebe ou recebeu algum tipo de bolsa de estudos ou financiamento para custear as mensalidades do curso?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim	24,8%	30,7%	33,9%	36,5%	28,3%	33,7%	34,2%	38,0%
Não se aplica - meu curso é gratuito (Passe para a pergunta 11)	3,6%	2,4%	3,4%	7,6%	6,1%	2,1%	2,7%	5,2%
Não (Passe para a pergunta 11)	71,6%	66,9%	62,7 %	55,9%	65,6%	64,2%	63,1%	56,8%
População	2.975	2.796	2.427	1.759	2.107	2.283	2.734	3.412

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.14 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 10 – Que tipo de bolsa de estudos ou financiamento você recebe ou recebeu para custear as mensalidades do curso?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
ProUni Integral	10,6%	18,4%	26,9%	40,2%	11,4%	12,8%	17,8%	30,6%
ProUni parcial	10,5%	9,5%	10,9%	8,3%	5,7%	5,1%	6,4%	5,1%
FIES	5,9%	5,8%	4,6%	4,4%	12,6%	11,9%	10,9%	7,3%
ProUni Parcial e FIES	1,3%	0,0%	0,3%	0,6%	2,6%	1,1%	0,7%	0,7%
Outro tipo de bolsa oferecido por governo estadual, distrital ou municipal	18,4%	13,1%	10,9%	8,4%	18,2%	16,7%	11,1%	8,6%
Bolsa integral ou parcial oferecida pela própria instituição de ensino	30,4%	35,3%	33,2%	29,4%	27,9%	30,5%	34,1%	31,1%
Bolsa integral ou parcial oferecida por outra entidade (empresa, ONG, etc)	7,4%	7,8%	4,7%	3,9%	7,7%	9,1%	7,5%	6,4%
Financiamento oferecido pela própria instituição de ensino	8,6%	6,5%	5,2%	3,3%	6,2%	6,8%	5,6%	5,9%
Financiamento oferecido por outra entidade (banco privado, etc)	3,6%	2,4%	2,1%	0,6%	4,0%	3,1%	3,2%	2,1%
Mais de um dos tipos de bolsa ou financiamento citados	3,3%	1,2 %	1,2%	0,9%	3,7%	2,9%	2,7%	2,2%
População	915	936	865	664	731	838	994	1.362

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.15 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 11 – Você recebe ou recebeu alguma bolsa para custear outras despesas do curso (exceto mensalidades)?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, bolsa permanência do ProUni	1,0%	0,7%	0,8%	0,7%	1,1%	0,6%	0,5%	0,5%
Sim, bolsa da própria instituição de ensino	2,4%	1,7%	1,5%	1,1%	2,9%	1,9%	1,8%	1,8%
Sim, outro tipo de bolsa oferecido por órgão governamental	0,9%	0,8%	0,6%	0,7%	1,9%	0,7%	0,9%	0,8%
Sim, outro tipo de bolsa oferecido por órgão não-governamental	0,7%	0,5%	0,3%	0,8%	1,5%	0,8%	0,7%	0,9%
Não	95,0%	96,3%	96,8%	96,7%	92,6%	96,0%	96,1%	96,0%
População	3.048	2.853	2.451	1.765	2.116	2.297	2.742	3.408

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.16 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 12 – Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Não	84,9%	85,4%	83,2%	82,1%	87,9%	88,1%	89,5%	87,6%
Sim, por critérios étnico-racial (negros, pardos e indígenas)	1,0%	1,0%	1,3%	0,9%	1,7%	0,7%	0,8%	0,6%
Sim, por critério de renda	4,8%	3,8%	3,8%	3,8%	2,8%	3,4%	2,2%	2,9%
Sim, por ter estudado em escola pública ou particular com bolsa de estudos	2,3%	2,3%	2,9%	2,4%	2,5%	2,1%	1,6%	2,1%
Sim, por sistema que combina dois ou mais critérios anteriores	2,8%	4,3%	6,3%	8,8%	2,2%	3,0%	4,2%	5,4%
Sim, por sistema diferentes dos anteriores	4,2%	3,2%	2,5%	2,0%	2,9%	2,7%	1,7%	1,4%
População	3.005	2.826	2.436	1.767	2.099	2.295	2.742	3.415

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.17 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 13 – Qual o grau de escolaridade do seu pai?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Nenhuma escolaridade	2,6%	1,7%	1,5%	1,9%	3,1%	2,0%	1,1%	1,6%
Ensino fundamental: 1º ao 5º ano (antiga 1ª à 4ª série)	14,9%	14,6%	14,7%	12,2%	17,2%	16,4%	15,5%	13,5%
Ensino fundamental: 6º ao 9º ano (antiga 5ª à 8ª série)	13,1%	13,4%	13,6%	10,9%	12,0%	12,7%	11,6%	10,7%
Ensino médio	35,6%	38,0%	37,4%	35,1%	30,6%	34,3%	32,9%	32,8%
Ensino superior	25,9%	24,0%	23,8%	28,4%	27,0%	26,4%	28,6%	29,1%
Pós-graduação	7,9%	8,3%	9,0%	11,5%	10,1%	8,2%	10,3%	12,3%
População	3.069	2.838	2.462	1.764	2.113	2.302	2.735	3.405

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.18 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 14 – Qual o grau de escolaridade de sua mãe?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Nenhuma escolaridade	2,0%	1,2%	1,1%	1,0%	2,3%	1,0%	1,0%	0,6%
Ensino fundamental: 1º ao 5º ano (antiga 1ª à 4ª série)	13,0%	12,6%	12,7%	11,0%	14,7%	14,3%	12,4%	10,6%
Ensino fundamental: 6º ao 9º ano (antiga 5ª à 8ª série)	12,9%	13,0%	11,9%	10,9%	11,9%	11,4%	11,2%	11,2%
Ensino médio	36,2%	39,2%	37,3%	34,8%	35,3%	37,2%	34,8%	34,8%
Ensino superior	26,6%	24,3%	25,8%	29,1%	25,2%	25,8%	28,7%	30,2%
Pós-graduação	9,3%	9,7%	11,2%	13,2%	10,6%	10,3%	11,9%	12,6%
População	3.083	2.870	2.462	1.772	2.118	2.302	2.740	3.420

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.19 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 15 – Onde você concluiu o ensino médio?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressantes				Concluintes			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
AC	0,4%	0,1%	0,2%	0,0%	0,7%	0,4%	0,2%	0,1%
AL	0,9%	0,6%	0,4%	0,3%	0,4%	0,4%	0,3%	0,2%
AM	1,3%	0,9%	0,7%	0,5%	0,6%	0,7%	0,4%	0,3%
AP	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%
BA	2,5%	2,8%	2,9%	2,0%	3,1%	4,6%	3,5%	2,8%
CE	2,5%	2,2%	2,2%	2,3%	3,7%	2,4%	3,2%	4,1%
DF	6,0%	4,4%	3,6%	3,3%	6,4%	3,6%	2,8%	2,7%
ES	1,8%	1,7%	2,0%	2,3%	3,1%	2,2%	2,4%	1,8%
GO	2,6%	2,8%	2,2%	1,8%	2,3%	1,6%	1,2%	1,7%
MA	0,4%	0,6%	0,4%	0,3%	0,5%	0,3%	0,3%	0,2%
MG	7,7%	8,7%	8,1%	9,5%	8,4%	9,9%	11,5%	13,6%
MS	1,3%	1,3%	0,7%	0,6%	0,9%	1,4%	1,2%	0,7%
MT	1,1%	0,9%	0,9%	0,5%	0,9%	0,9%	1,1%	1,1%
PA	2,0%	1,7%	1,8%	0,7%	3,3%	2,7%	2,1%	1,2%
PB	0,6%	0,5%	0,5%	0,7%	0,5%	0,7%	0,9%	0,6%
PE	2,9%	2,4%	2,9%	4,0%	1,8%	2,9%	3,4%	2,8%
PI	0,3%	0,4%	0,7%	0,3%	0,2%	0,4%	0,4%	0,3%
PR	4,0%	3,4%	3,8%	3,3%	2,6%	2,8%	3,1%	2,8%
RJ	11,6%	9,8%	9,6%	8,0%	11,5%	10,5%	10,2%	8,4%
RN	0,6%	1,1%	1,2%	2,4%	0,2%	0,2%	0,5%	0,6%
RO	0,1%	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%	0,2%	0,0%	0,0%
RR	2,9%	1,8%	2,0%	2,7%	2,3%	2,2%	2,7%	2,0%
RS	4,1%	6,3%	7,7%	13,4%	2,0%	2,9%	5,0%	11,2%
SC	2,4%	3,0%	3,6%	4,0%	1,6%	2,5%	2,8%	3,4%
SE	1,1%	0,8%	0,9%	0,3%	1,1%	0,8%	0,4%	0,3%
SP	38,6%	41,4%	40,4%	35,9%	41,0%	42,4%	40,1%	36,4%
TO	0,1%	0,1%	0,2%	0,0%	0,2%	0,0%	0,1%	0,1%
Exterior	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
População	3.037	2.846	2.455	1.765	2.088	2.277	2.725	3.406

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.20 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 16 – Você mudou de cidade, estado ou país para realizar este curso?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Não	88,4%	87,1%	87,8%	84,2%	87,8%	88,6%	86,3%	85,3%
Sim, mudei de uma cidade para outra, dentro do mesmo estado	7,5%	8,8%	8,0%	11,0%	6,8%	8,4%	9,6%	10,0%
Sim, mudei de estado	3,7%	3,8%	4,0%	4,6%	4,6%	2,8%	3,7%	4,3%
Sim, mudei de país	0,4%	0,3%	0,2%	0,2%	0,8%	0,2%	0,4%	0,4%
População	3.088	2.879	2.479	1.777	2.129	2.313	2.749	3.428

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.21 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 17 – Em que tipo de escola você cursou o ensino médio?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Todo em escola pública	43,3%	43,3%	43,0%	39,4%	36,8%	38,7%	36,4%	34,4%
Todo em escola privada (particular)	41,7%	43,8%	47,4%	52,1%	45,8%	46,5%	51,5%	54,9%
A maior parte em escola pública	5,5%	5,1%	3,3%	3,4%	6,2%	5,6%	4,8%	3,4%
A maior parte em escola privada (particular)	5,9%	4,7%	4,2%	3,8%	7,1%	5,4%	4,7%	5,1%
Metade em escola pública e metade em escola privada (particular)	3,6%	3,1%	2,1%	1,3%	4,1%	3,8%	2,6%	2,2%
População	3.092	2.877	2.478	1.775	2.125	2.312	2.749	3.427

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.22 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 18 – Que tipo de curso de ensino médio você concluiu?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Ensino médio tradicional	83,9%	86,6%	87,8%	88,8%	84,6%	85,8%	85,6%	86,5%
Profissionalizante técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, etc.)	5,7%	6,3%	7,4%	7,3%	7,2%	8,4%	9,7%	9,9%
Profissionalizante magistério (Curso Normal)	1,5%	1,1%	1,0%	0,8%	1,8%	1,9%	1,5%	1,1%
Educação de Jovens e Adultos – EJA/Supletivo	7,8%	5,3%	3,4%	2,8%	5,5%	3,5%	2,5%	2,0%
Outro	1,1%	0,7%	0,4%	0,3%	0,9%	0,4%	0,7%	0,5%
População	3.088	2.872	2.468	1.761	2.119	2.301	2.742	3.427

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.23 – Questão 19 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Excetuando-se os livros indicados na bibliografia do seu curso, quantos livros você leu este ano?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Nenhum	13,4%	11,1%	9,5%	6,6%	15,1%	11,5%	10,8%	8,4%
Um ou dois	40,5%	39,9%	36,8%	31,1%	34,5%	36,4%	34,4%	29,6%
Entre três e cinco	32,1%	34,1%	34,0%	36,6%	29,4%	31,8%	32,5%	32,8%
Entre seis e oito	7,9%	8,4%	11,1%	13,8%	9,7%	9,6%	10,2%	13,1%
Mais de oito	6,1%	6,5%	8,6%	11,9%	11,3%	10,7%	12,1%	16,1%
População	3.082	2.877	2.473	1.769	2.118	2.304	2.744	3.420

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.24 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 20 – Quantas horas por semana, aproximadamente, você dedica aos estudos, excetuando as horas de aula?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Nenhuma, apenas assisto às aulas	19,7%	15,6%	13,5%	10,9%	25,1%	20,1%	18,2%	16,5%
Uma a três	60,5%	60,6%	57,3%	53,4%	49,6%	53,3%	52,9%	46,9%
Quatro a sete	14,4%	16,8%	21,8%	23,8%	15,3%	17,6%	18,6%	22,7%
Oito a doze	3,9%	5,4%	5,5%	8,6%	6,3%	5,5%	7,2%	9,1%
Mais de doze	1,5%	1,6%	1,9%	3,3%	3,7%	3,5%	3,1%	4,8%
População	3.086	2.874	2.467	1.772	2.121	2.304	2.746	3.421

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.25 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 21 – Até o momento, qual turno concentrou a maior parte das disciplinas do seu curso? ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Diurno (integral)	5,0%	3,8%	3,5%	5,4%	5,0%	3,2%	2,9%	3,8%
Diurno (matutino)	24,3%	23,8%	25,0%	29,3%	18,4%	18,5%	20,9%	24,4%
Diurno (vespertino)	6,0%	6,2%	8,1%	6,8%	5,1%	4,5%	4,2%	3,8%
Noturno	61,1%	62,0%	59,2%	56,3%	67,2%	69,6%	67,3%	63,2%
Não há concentração em um turno	3,6%	4,2%	4,2%	2,2%	4,3%	4,2%	4,7%	4,8%
População	3.063	2.855	2.458	1.769	2.121	2.290	2.734	3.409

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.26 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 22 – As condições gerais das instalações físicas de salas de aula, bibliotecas e ambientes de trabalho e estudo para o funcionamento do curso são adequadas? (Se for estudante de EAD – Educação a distância, considere as condições do polo de apoio presencial e/ou sede.) ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todas	50,6%	51,7%	53,6%	54,9%	36,3%	40,2%	41,3%	44,7%
Sim, a maior parte	33,1%	34,8%	34,8%	33,6%	37,5%	37,8%	40,5%	39,8%
Somente algumas	13,5%	12,4%	10,8%	10,8%	23,2%	19,8%	16,4%	14,4%
Nenhuma	2,8%	1,1%	0,8%	0,7%	3,0%	2,2%	1,8%	1,1%
População	3.076	2.877	2.474	1.775	2.124	2.303	2.741	3.416

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.27 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 23 – As salas de aula são adequadas à quantidade de estudantes? (Se for estudante de EAD – Educação a distância, considere as condições do polo de apoio presencial e/ou sede.) ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todas	61,3%	62,9%	65,1%	65,5%	52,4%	53,8%	57,3%	57,3%
Sim, a maior parte	27,5%	28,5%	28,2%	28,7%	32,1%	34,6%	32,8%	34,4%
Somente algumas	9,1%	7,8%	6,1%	5,1%	13,0%	10,1%	9,1%	7,4%
Nenhuma	2,1%	0,8%	0,6%	0,7%	2,5%	1,5%	0,8%	0,9%
População	3.081	2.875	2.473	1.779	2.130	2.306	2.743	3.413

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.28 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 24 – As instalações de laboratórios, os equipamentos, os materiais e os serviços de apoio específicos do curso são adequados? (Se for estudante de EAD – Educação a distância, considere as condições do polo de apoio presencial e/ou sede.) ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos	48,7%	47,7%	48,2%	47,8%	32,4%	32,7%	33,8%	34,9%
Sim, a maior parte	30,6%	33,9%	34,2%	33,7%	33,6%	35,3%	37,8%	39,3%
Somente alguns	17,1%	15,5%	14,6%	16,9%	27,1%	26,9%	23,9%	22,4%
Nenhum	3,6%	2,9%	3,0%	1,6%	6,8%	5,2%	4,5%	3,4%
População	3.076	2.878	2.473	1.781	2.127	2.306	2.746	3.420

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.29 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 25 – Os ambientes para aulas práticas específicas do curso são adequados à quantidade de estudantes? (Se for estudante de EAD – Educação a distância, considere as condições do polo de apoio presencial e/ou sede.)

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos	48,5%	46,8%	46,6%	47,3%	33,9%	34,5%	34,2%	35,9%
Sim, a maior parte	30,8%	33,2%	34,3%	33,4%	32,3%	33,3%	35,9%	36,6%
Somente alguns	15,8%	15,8%	15,2%	16,2%	25,5%	24,9%	24,4%	22,5%
Nenhum	4,9%	4,2%	3,9%	3,1%	8,3%	7,3%	5,5%	5,0%
População	3.072	2.879	2.469	1.774	2.130	2.308	2.750	3.420

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.30 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 26 – Os equipamentos e/ou materiais disponíveis nos ambientes para aulas práticas são suficientes para o número de estudantes? (Se for estudante de EAD – Educação a distância, considere as condições do polo de apoio presencial e/ou sede.)

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos	42,1%	40,0%	40,0%	41,5%	29,1%	28,9%	29,0%	30,9%
Sim, a maior parte	31,7%	33,9%	33,6%	32,6%	32,5%	33,5%	35,9%	34,8%
Somente alguns	20,1%	20,9%	21,1%	21,6%	28,4%	28,9%	27,9%	28,0%
Nenhum	6,1%	5,2%	5,3%	4,3%	10,0%	8,7%	7,2%	6,3%
População	3.077	2.880	2.473	1.774	2.132	2.305	2.745	3.423

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.31 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 27 – Como a sua instituição viabiliza o acesso dos estudantes de graduação à Internet para atender às necessidades do curso?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Plenamente	67,3%	68,5%	71,8%	73,5%	50,8%	54,4%	58,3%	62,2%
Parcialmente	29,8%	29,6%	26,2%	24,8%	44,0%	42,7%	39,3%	35,7%
Não viabiliza para os estudantes do meu curso	1,8%	1,2%	1,3%	1,4%	3,4%	1,9%	1,1%	1,4%
Não viabiliza para nenhum estudante	1,1%	0,7%	0,7%	0,3%	1,8%	1,0%	1,3%	0,7%
População	3.077	2.870	2.471	1.775	2.117	2.309	2.743	3.422

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.32 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 28 – Como você caracteriza o uso de recursos audiovisuais e tecnológicos no seu curso?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Amplio e adequado	65,0%	66,1%	67,1%	68,1%	47,0%	49,0%	49,4%	51,9%
Amplio, mas inadequado	10,1%	9,2%	7,5%	7,9%	11,8%	10,5%	11,2%	10,3%
Restrito, mas adequado	17,8%	18,7%	19,0%	18,6%	26,7%	27,3%	27,5%	27,1%
Restrito e inadequado	5,6%	5,2%	5,8%	5,2%	12,8%	12,3%	11,5%	10,4%
A minha instituição não dispõe desses recursos/meios	1,5%	0,8 %	0,6%	0,2%	1,7%	0,8%	0,5%	0,3%
População	3.070	2.861	2.465	1.776	2.120	2.296	2.742	3.414

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.33 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 29 – Com que frequência você normalmente utiliza a biblioteca de sua instituição? (Se for estudante de EAD – Educação a distância, considere as condições do polo de apoio presencial e/ou sede)
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Diariamente	8,7%	6,2%	5,6%	7,6%	7,7%	7,0%	5,0%	4,9%
Entre duas e quatro vezes por semana	18,1%	20,7%	22,5%	23,1%	16,3%	17,9%	19,6%	17,3%
Uma vez por semana	22,9%	23,3%	22,9%	22,6%	19,1%	20,5%	20,5%	24,2%
Uma vez a cada 15 dias	12,2%	13,3%	12,7%	13,4%	11,9%	13,0%	13,8%	14,3%
Somente em épocas de provas e/ou trabalhos	31,0%	31,8%	31,3%	29,0%	36,1%	35,3%	36,7%	35,3%
Nunca a utilizo	7,0%	4,6%	4,7%	4,2%	8,2%	5,7%	4,1%	3,7%
A instituição não tem biblioteca	0,1%	0,1%	0,3%	0,1%	0,7%	0,6%	0,3%	0,3%
População	3.053	2.862	2.459	1.772	2.104	2.284	2.726	3.398

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.34 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 30 – Dentre as vezes em que precisou utilizar o acervo da biblioteca, você conseguiu? (Se for estudante de EAD – Educação a distância, considere as condições do polo de apoio presencial e/ou sede.)
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todas as vezes	65,0%	66,6%	65,7%	67,1%	52,9%	54,7%	54,1%	55,7%
Sim, a maior parte das vezes	24,0%	25,0%	27,1%	26,9%	32,4%	34,9%	38,1%	38,0%
Somente algumas vezes	7,6%	6,7%	5,2%	4,4%	11,0%	8,2%	6,4%	5,5%
Nunca	3,4%	1,7%	2,0%	1,6%	3,7%	2,2%	1,4%	0,8%
População	3.051	2.859	2.454	1.763	2.116	2.288	2.738	3.413

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.35 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 31 – Como você avalia o acervo da biblioteca, quanto à atualização, em face das necessidades curriculares do seu curso?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
É Atualizado	62,3%	65,3%	64,6%	65,3%	47,2%	50,3%	51,6%	51,1%
É parcialmente atualizado	29,3%	29,0%	28,8%	26,9%	37,1%	37,3%	37,2%	37,7%
É pouco atualizado	6,1%	4,5%	4,9%	5,8%	10,8%	9,4%	7,8%	8,5%
É desatualizado	2,3%	1,2%	1,7%	2,0%	4,9%	3,0%	3,4%	2,7%
População	3.059	2.849	2.452	1.763	2.107	2.285	2.737	3.417

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.36 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 32 – Como você avalia o acervo de periódicos científicos/acadêmicos disponíveis na biblioteca quanto à atualização?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
É atualizado	58,7%	61,3%	60,8%	66,4%	44,1%	48,6%	52,8%	55,7%
É parcialmente atualizado	35,8%	35,0%	35,2%	29,8%	45,4%	43,2%	39,9%	38,1%
É desatualizado	3,6%	2,5%	2,6%	2,6%	7,2%	5,7%	5,3%	5,1%
Não existe acervo de periódicos especializados	1,9%	1,2%	1,4%	1,2%	3,3%	2,5%	2,0%	1,1%
População	3.054	2.848	2.443	1.764	2.117	2.291	2.735	3.410

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.37 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 33 – O horário de funcionamento da biblioteca atende às suas necessidades? (Se for estudante de EAD – Educação a distância, considere as condições do polo de apoio presencial e/ou sede.)
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Plenamente	82,5 %	85,7%	86,9%	88,9%	77,3%	79,6%	81,7%	84,2%
Parcialmente	15,2%	12,9%	12,2%	10,1%	18,9%	17,9%	16,1%	14,2%
Não atende	2,3%	1,4%	0,9%	1,0%	3,8%	2,5%	2,2%	1,6%
População	3.050	2.854	2.454	1.771	2.114	2.288	2.733	3.397

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.38 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 34 – Os planos de ensino apresentados pelos professores contêm os seguintes aspectos: objetivos, metodologias de ensino e critérios de avaliação, conteúdos e bibliografia da disciplina?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos	53,9%	57,1%	59,0%	61,6%	42,4%	47,9%	50,8%	52,5%
Sim, a maior parte	35,5%	35,6%	34,4%	30,7%	40,7%	38,2%	36,6%	35,3%
Somente alguns	9,6%	6,7%	6,4%	7,2%	15,2%	13,0%	12,0%	11,6%
Nenhum	1,0%	0,6%	0,2%	0,5%	1,7%	0,9%	0,6%	0,6%
População	3.059	2.866	2.459	1.771	2.113	2.292	2.727	3.399

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.39 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 35 – Os conteúdos trabalhados pelos professores são coerentes com os que foram apresentados nos planos de ensino?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos os conteúdos	52,7%	54,3%	54,8%	56,5%	34,9%	38,4%	38,5%	37,4%
Sim, a maior parte	38,0%	39,7%	39,0%	37,5%	49,1%	49,0%	49,8%	51,0%
Somente alguns	8,4%	5,5%	5,9%	5,6%	14,6%	11,9%	11,0%	11,1%
Nenhum	0,9%	0,5%	0,3%	0,4%	1,4%	0,7%	0,7%	0,5%
População	3.064	2.862	2.458	1.775	2.118	2.301	2.729	3.397

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.40 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 36 – Os professores solicitam em suas disciplinas a realização de atividades de pesquisa?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos os professores	50,4%	51,7%	48,8%	50,0%	29,8%	31,8%	32,8%	29,1%
Sim, a maior parte	37,9%	38,8%	42,0%	39,4%	45,7%	45,7%	46,7%	48,2%
Somente alguns	10,8%	8,9%	9,0%	10,3%	22,7%	21,6%	19,7%	21,8%
Nenhum	0,9%	0,6%	0,2%	0,3%	1,8%	0,9%	0,8%	0,9%
População	3.079	2.861	2.466	1.777	2.123	2.293	2.734	3.399

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.41 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 37 – Os professores indicam como material de estudo a utilização de livros-texto e/ou manuais?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos os professores	49,8%	50,7%	49,2%	48,7%	32,5%	35,6%	36,1%	35,5%
Sim, a maior parte	37,3%	39,3%	40,9%	39,9%	45,1%	44,7%	45,6%	43,7%
Somente alguns	11,6%	9,0%	9,3%	10,3%	19,2%	17,7%	17,2%	18,6%
Nenhum	1,3%	0,8%	0,6%	1,1%	3,2%	2,0%	1,1%	2,2%
População	3.079	2.877	2.469	1.778	2.119	2.300	2.740	3.413

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.42 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 38 – Os professores indicam como material de estudo a utilização de artigos de periódicos especializados (artigos científicos)?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos os professores	26,7%	25,3%	21,2%	20,1%	21,0%	19,4%	18,0%	15,1%
Sim, a maior parte	39,4%	39,6%	39,8%	37,9%	39,9%	38,7%	39,6%	37,0%
Somente alguns	27,6%	29,1%	33,2%	35,4%	31,5%	35,6%	36,1%	40,5%
Nenhum	6,3%	6,0%	5,8%	6,6%	7,6%	6,3%	6,3%	7,2%
População	3.073	2.862	2.470	1.777	2.123	2.298	2.731	3.409

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.43 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 39 – Os professores indicam a utilização em suas disciplinas de materiais elaborados por eles?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos os professores	30,9%	27,1%	22,4%	19,1%	19,2%	19,2%	16,9%	15,2%
Sim, a maior parte	33,6%	34,5%	33,3%	31,8%	34,8%	35,8%	35,2%	30,9%
Somente alguns	29,2%	31,1%	36,8%	41,9%	37,7%	37,0%	40,4%	46,3%
Nenhum	6,3%	7,3%	7,5%	7,2%	8,3%	8,0%	7,5%	7,6%
População	3.051	2.850	2.465	1.771	2.119	2.292	2.729	3.405

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.44 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 40 – As disciplinas do curso exigem domínio de língua estrangeira?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, em todas as disciplinas	5,9%	4,0%	3,0%	2,8%	4,5%	3,6%	2,7%	2,1%
Sim, na maior parte das disciplinas	9,5%	9,1%	8,0%	8,5%	7,8%	6,8%	7,0%	6,4%
Sim, somente em algumas disciplinas	31,0%	32,5%	32,1%	36,4%	30,1%	29,7%	30,1%	31,2%
Não, nenhuma disciplina exige	53,6%	54,4%	56,9%	52,3%	57,6%	59,9%	60,2%	60,3%
População	3.049	2.844	2.454	1.762	2.101	2.272	2.717	3.391

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.45 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 41 – Os professores têm disponibilidade para atendimento fora do período de aula?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA								
Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos os professores	18,7%	18,1%	17,4%	21,6%	14,2%	14,3%	14,6%	16,5%
Sim, a maior parte	33,3%	35,9%	37,8%	40,0%	32,7%	32,2%	35,1%	39,4%
Somente alguns	40,2%	40,0%	40,3%	34,1%	45,2%	46,8%	45,2%	40,5%
Nenhum	7,8%	6,0%	4,5%	4,3%	7,9%	6,7%	5,1%	3,6%
População	3.032	2.838	2.450	1.767	2.096	2.274	2.713	3.377

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.46 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 42 – Os professores demonstram domínio do conteúdo das disciplinas?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA								
Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, todos os professores	54,4%	55,9%	55,0%	57,6%	32,8%	37,0%	37,1%	34,8%
Sim, a maior parte	36,2%	36,4%	39,8%	37,2%	50,0%	50,6%	51,8%	54,3%
Somente alguns	8,6%	6,9%	4,9%	5,0%	15,8%	11,6%	10,6%	10,4%
Nenhum	0,8%	0,8%	0,3%	0,2%	1,4%	0,8%	0,5%	0,5%
População	3.027	2.832	2.445	1.756	2.096	2.275	2.710	3.374

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.47 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 43 – O curso contextualiza o conhecimento da área (teorias, procedimentos, técnicas, instrumentos, etc.) com os temas gerais e situações do cotidiano da realidade brasileira?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA								
Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, em todas as disciplinas	43,3%	46,5%	45,0%	53,3%	28,9%	32,8%	33,6%	33,9%
Sim, na maior parte das disciplinas	40,6%	41,4%	43,7%	37,1%	44,5%	46,3%	47,2%	47,8%
Sim, somente em algumas disciplinas	14,4%	11,3%	10,3%	9,1%	23,8%	19,4%	17,3%	16,5%
Não contextualiza	1,7%	0,8%	1,0%	0,5%	2,8%	1,5%	1,9%	1,8%
População	3.043	2.836	2.445	1.766	2.094	2.274	2.711	3.380

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.48 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 44 – Como você avalia o currículo do seu curso em relação à integração entre os conteúdos das diferentes disciplinas?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA								
Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
É bem integrado	58,3%	59,8%	62,4%	63,0%	38,1%	44,2%	46,8%	48,1%
É relativamente integrado	34,4%	35,6%	32,6%	30,9%	46,8%	45,2%	43,4%	41,7%
É pouco integrado	6,0%	4,2%	4,3%	5,4%	12,5%	9,0%	8,6%	8,9%
Não apresenta integração	1,3%	0,4%	0,7%	0,7%	2,6%	1,6%	1,2%	1,3%
População	3.038	2.839	2.438	1.768	2.097	2.282	2.711	3.387

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.49 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 45 – Seu curso oferece atividades complementares?
ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, regularmente, com programação diversificada	53,1%	52,7%	52,4%	54,1%	37,2%	37,7%	38,6%	37,3%
Sim, regularmente, com programação pouco diversificada	14,6%	12,9%	12,4%	9,2%	17,7%	14,1%	14,9%	14,2%
Sim, eventualmente, com programação diversificada	18,6%	20,6%	21,8%	23,2%	20,3%	23,9%	22,2%	24,3%
Sim, eventualmente, com programação pouco diversificada	8,9%	10,3%	9,4%	9,8%	16,5%	16,1%	16,9%	18,1%
Não oferece atividades complementares	4,8%	3,5%	4,0%	3,7%	8,3%	8,2%	7,4%	6,1%
População	3.043	2.842	2.445	1.760	2.106	2.271	2.710	3.380

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.50 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 46 – Você participou de programas de iniciação científica? Como foi a contribuição para a sua formação?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, participei e teve grande contribuição	13,0%	12,3%	11,6%	10,3%	16,0%	15,4%	15,7%	13,7%
Sim, participei e teve pouca contribuição	6,3%	5,0%	4,5%	2,5%	10,2%	9,3%	7,2%	6,7%
Sim, participei e não percebi nenhuma contribuição	2,3%	1,2%	1,0%	1,4%	4,3%	3,0%	2,5%	1,6%
Não participei, mas a instituição oferece	62,6%	66,7%	70,3%	74,7%	49,2%	51,5%	56,0%	61,6%
A instituição não oferece esse tipo de programa	15,8%	14,8%	12,6%	11,1%	20,3%	20,8%	18,6%	16,4%
População	2.996	2.802	2.416	1.744	2.091	2.257	2.705	3.365

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.51 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 47 – Você participou de programas de monitoria? Como foi a contribuição para a sua formação?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, participei e teve grande contribuição	7,9%	6,1%	5,4%	5,5%	10,8%	9,4%	9,4%	10,3%
Sim, participei e teve pouca contribuição	4,0%	2,8%	1,8%	1,4%	7,0%	4,7%	4,0%	3,7%
Sim, participei e não percebi nenhuma contribuição	1,6%	1,2%	0,6%	0,7%	3,3%	1,8%	1,2%	1,1%
Não participei, mas a instituição oferece	71,4%	73,7%	77,5%	78,3%	57,0%	59,2%	63,7%	64,5%
A instituição não oferece esse tipo de programa	15,1%	16,2%	14,7%	14,1%	21,9%	24,9%	21,7%	20,4%
População	2.980	2.803	2.405	1.743	2.087	2.253	2.692	3.375

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.52 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 48 – Você participou de programas de extensão? Como foi a contribuição para a sua formação?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, participei e teve grande contribuição	11,1%	11,8%	13,5%	12,7%	14,7%	17,2%	17,4%	20,5%
Sim, participei e teve pouca contribuição	5,0%	3,3%	2,8%	3,7%	8,1%	6,8%	6,5%	6,9%
Sim, participei e não percebi nenhuma contribuição	1,9%	1,0%	1,0%	0,6%	3,9%	1,8%	1,9%	1,3%
Não participei, mas a instituição oferece	69,6%	72,3%	71,6%	73,9%	54,7%	54,8%	57,7%	56,4%
A instituição não oferece esse tipo de programa	12,4%	11,6%	11,1%	9,1%	18,6%	19,4%	16,5%	14,9%
População	2.968	2.788	2.394	1.728	2.084	2.265	2.692	3.364

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.53 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 49 – Seu curso apoia financeiramente a participação dos estudantes em eventos (congressos, encontros, seminários, visitas técnicas etc.)?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Sim, sem restrições	24,7%	20,9%	19,1%	16,8%	11,6%	12,2%	10,5%	9,9%
Sim, mas apenas eventualmente	41,7%	44,8%	44,0%	48,0%	34,0%	35,1%	37,6%	39,7%
Não apoia de modo algum	33,6%	34,3%	36,9%	35,2%	54,4%	52,7%	51,9%	50,4%
População	3.023	2.822	2.432	1.761	2.110	2.289	2.716	3.382

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.54 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 50 – Como você avalia o nível de exigência do curso?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Deveria exigir muito mais	12,2%	10,0%	10,4%	9,5%	24,5%	34,8%	18,4%	19,4%
Deveria exigir um pouco mais	26,8%	31,0%	31,4%	31,7%	36,2%	0,0%	43,3%	42,7%
Exige na medida certa	55,3%	55,1%	54,5%	55,5%	34,8%	58,9%	35,3%	35,1%
Deveria exigir um pouco menos	4,8%	3,7%	3,6%	2,8%	3,4%	5,1%	2,7%	2,3%
Deveria exigir muito menos	0,9%	0,2%	0,1%	0,5%	1,1%	1,2%	0,3%	0,5%
População	3.035	2.836	2.441	1.761	2.093	1.381	2.716	3.374

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.55 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 51 – Você considera que seu curso contribui para a aquisição de cultura geral?

ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Contribui amplamente	59,9%	63,4%	65,5%	71,7%	41,3%	47,8%	50,9%	52,3%
Contribui parcialmente	33,8%	31,2%	30,6%	24,7%	42,3%	41,2%	40,3%	38,8%
Contribui muito pouco	5,0%	4,6%	3,1%	3,1%	12,6%	9,1%	7,6%	7,6%
Não contribui	1,3%	0,8%	0,8%	0,5%	3,8%	1,9%	1,2%	1,3%
População	3.030	2.834	2.442	1.766	2.097	2.276	2.713	3.381

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.56 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 52 – Você considera que seu curso contribui para a aquisição de formação teórica na área? ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Contribui amplamente	64,4%	68,6%	72,4%	77,0%	42,8%	51,2%	55,7%	57,4%
Contribui parcialmente	30,7%	28,1%	25,4%	21,3%	44,5%	39,9%	38,3%	36,9%
Contribui muito pouco	3,7%	2,7%	1,8%	1,3%	9,7%	7,2%	5,2%	5,1%
Não contribui	1,2%	0,6%	0,4%	0,4%	3,0%	1,7%	0,8%	0,6%
População	3.019	2.838	2.435	1.761	2.102	2.268	2.708	3.376

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.57 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 53 – Você considera que seu curso contribui para a preparação para o exercício profissional? ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Contribui amplamente	63,4%	64,2%	65,3%	65,4%	35,0%	40,8%	42,3%	42,7%
Contribui parcialmente	29,5%	30,8%	30,7%	30,4%	46,1%	46,3%	46,5%	46,5%
Contribui muito pouco	5,8%	4,2%	3,3%	3,6%	14,9%	10,3%	9,9%	9,8%
Não contribui	1,3%	0,8%	0,7%	0,6%	4,0%	2,6%	1,3%	1,0%
População	3.024	2.836	2.434	1.758	2.094	2.268	2.705	3.365

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009

Tabela II.58 – Distribuição dos estudantes presentes segundo grupo (Concluintes/Ingressantes) e quartos de nota por respostas à Questão 54 – Como você avalia a contribuição do curso para a sua formação? ENADE/2009 – COMUNICAÇÃO SOCIAL – PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Categoria de Respostas	Ingressante				Concluinte			
	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto	1 quarto	2 quarto	3 quarto	4 quarto
Muito boa	55,8%	57,7%	59,2%	63,1%	30,4%	64,3%	39,3%	40,6%
Boa	34,9%	33,9%	33,3%	29,9%	45,0%	0,0%	43,2%	43,4%
Regular	6,4%	6,2%	5,6%	5,5%	15,6%	24,4%	12,7%	12,5%
Fraca	2,0%	1,6%	1,5%	1,2%	6,0%	7,6%	3,8%	2,8%
Muito fraca	0,9%	0,6%	0,4%	0,3%	3,0%	3,7%	1,0%	0,7%
População	3.009	2.817	2.431	1.748	2.078	1.254	2.692	3.369

Fonte: MEC/INEP/DAES – ENADE/2009