

# REFLEXÕES SOBRE AVALIAÇÃO: O ENADE PARA OS CURSOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

*Reflections on evaluation: Enade for Advertising courses*

*Gabrielle Staniszewski<sup>1</sup>*

Recebido em: 24 jan 2017

Aceito em: 29 ago 2017

## RESUMO

Um bom resultado no Exame Nacional de Desempenho de Estudantes (Enade) tem sido motivo de orgulho e status conferido às Instituições de Ensino Superior atualmente. Afinal, a avaliação atribui a seus cursos uma espécie de “selo de qualidade”. Voltando o olhar para o curso de Publicidade e Propaganda, este artigo tem por objetivo compreender as provas do Enade em relação à percepção dos estudantes sobre ela. Para este fim, realiza um breve apanhado acerca da relação entre formação e avaliação, apoiado em especial no pesquisador José Dias Sobrinho, passando pelo Sistema Nacional de Avaliação do Ensino Superior (Sinaes) e o Enade, realizando uma análise documental das provas e relatórios 2012 do referido curso. A título de complementar a pesquisa, optou-se por observar também a prova mais recente, de 2015. Os resultados são observados sob uma perspectiva Pragmática da Comunicação, e demonstram que a prova de 2012 é bastante tecnicista com relação à prática esperada dos futuros profissionais da área, e a principal dificuldade dos alunos em realizarem o exame foi a falta de motivação, mostrando como ainda há pouca integração entre a avaliação e o cotidiano acadêmico. A prova de 2015, no entanto, apresenta uma melhor adequação às transformações ocorridas no mundo da publicidade, aparentando que o esforço em acompanhar não se encontra apenas nas salas de aula, mas no repensar os conteúdos relevantes para que o aluno atue em sociedade não apenas como profissional, mas como cidadão.

---

1 Professora Colaboradora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste. Mestre em Comunicação. E-mail: comunicacao.gabrielle@gmail.com

**Palavras-chave:** Avaliação. Enade. Ensino de Publicidade e Propaganda.

### ABSTRACT

A good result in the National Student Performance Exam (Enade) has been a source of pride and status given to Universities today in Brazil. After all, the evaluation attributes to courses a kind of “seal of quality”. Looking at the Advertising course, this article aims to understand the evidence of the Enade in relation to the students’ perception of it. To this purpose, it makes a brief presentation about the relationship between training and evaluation, supported in particular by Professor José Dias Sobrinho, also mentioning the National System of Evaluation of Higher Education (Sinaes) and Enade, conducting a documentary analysis of the tests and reports 2012 Course. As a complement to the research, it was also chosen to observe the most recent test of 2015. The results are observed from a Pragmatic perspective of Communication, and demonstrate that the 2012 test is quite technical in relation to the expected practice of future professionals of the area, and the main difficulty for the students to take the exam was the lack of motivation, showing how there is still little integration between the evaluation and academic routine. However, the test of 2015 brings about a better adaptation to the transformations that have occurred in the advertising world, showing that the effort to accompany them is not only found in the classrooms, but in the rethinking of the relevant contents so that the student acts in society not only as a professional but as a citizen.

**Keywords:** Evaluation. Enade. Teaching of Advertising.

### INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta uma compilação de resultados de uma pesquisa realizada no ano de 2016 acerca da relação entre a Prova do Exame Nacional de Desempenho de Estudantes – Enade<sup>2</sup> – 2012<sup>3</sup> para os

---

2 Informações sobre o Exame podem ser obtidas em: <<http://portal.inep.gov.br/enade>>.

3 Da avaliação mais recente, realizada em novembro de 2015, temos acesso apenas às provas até o momento da publicação deste trabalho.

cursos de Publicidade e Propaganda e o item “Percepção dos Estudantes Sobre a Prova”, disponível nos relatórios de curso produzidos pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP), responsável pelo Exame. Adotou-se como critério a utilização apenas dos relatórios das duas únicas Instituições de Ensino Superior (IES) paranaenses a atingir a nota máxima (5) no referido teste, a saber: Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO), de Guarapuava, e Centro Universitário de União da Vitória (UNIUV), da cidade de União da Vitória. Resultados parciais de pesquisa foram apresentados em congressos de comunicação ao longo de 2016 (STANISZEWSKI, 2016a; 2016b) e constam sintetizados neste trabalho.

Para tanto, partimos da análise documental (MOREIRA, 2014) dos relatórios e provas de Publicidade e Propaganda do Enade 2012 e a observação do teste mais recente até o momento, realizado em 2015. A interpretação dos dados produzidos é realizada a partir de uma perspectiva Pragmática da Comunicação, para a qual interessa compreender a relação da linguagem em uso.

Iniciaremos dissertando brevemente acerca do papel formativo de qualquer avaliação, passando pelo Sistema Nacional de Avaliação do Ensino Superior (Sinaes) e Enade, retomando materiais e métodos e dividindo nossa análise da seguinte forma: a) a percepção dos alunos com relação à prova de 2012; b) questões objetivas e dissertativas de 2012; e c) comentário geral do teste de 2015.

## **AVALIAÇÃO E FORMAÇÃO NAS UNIVERSIDADES**

Considerando educação e sociedade como uma devendo refletir sobre e retroalimentar a outra, vimos nos perguntando há algum tempo o que teria a contribuir com essa relação uma formação historicamente ligada e direcionada ao mercado, como Publicidade e Propaganda. Então percebemos o primeiro equívoco: considerar o mercado como algo destacado da sociedade, senão oposto a ela. Se o consumo e a mídia organizam e dão sentido ao comportamento social, a publicidade ilustra este comportamento, ao passo que molda e reflete a sociedade ao mesmo tempo.

No entanto, esta não é uma preocupação exclusiva de nossa área de atuação.

Talvez a contradição de mais larga abrangência e mais constante presença no dia-a-dia das Universidades contemporâneas seja a polarização da “formação geral e humanista *versus* formação profissional”. [...] Trata-se de uma cisão que traz os seus riscos às Universidades. A ligação umbilical com a comunidade pode custar às Universidades a perda de suas características próprias, notadamente a sua autonomia didático-científica. É que, neste caso, o termo “comunidade” em grande parte está limitado ao setor produtivo, ou seja, aos interesses econômicos das empresas (DIAS SOBRINHO, 2008b, p. 21).

A afirmação que defendemos, respaldados por esse autor, é a de que a capacitação profissional é sim fundamental, justamente por compor parte de nossa vida em sociedade, mas que o papel da formação – e consequentemente da avaliação – na universidade vai além dela, assim como é constituída das estruturas materiais e sistemas pedagógicos que a compõem, mas não pode limitar-se a elas.

Esta preocupação não é recente. Já Paulo Freire (2014, p. 19) ressaltava que:

[...] nos achamos, no nível do mundo e não apenas do Brasil, de tal maneira submetidos ao comando da malvadez da ética do mercado, que me parece ser pouco tudo o que façamos na defesa e na prática da ética universal do ser humano.

Voltando a Dias Sobrinho e sua reflexão sobre a Educação Superior, temos a máxima de que não há como as Universidades deixarem de se dedicar à formação profissional, mas a essência de sua natureza é social - pela e para a sociedade. Porém, se talvez essa relação ainda não esteja clara para nós, educadores/as e publicitários/as, tampouco está para os atores sociais que desconhecem os objetivos do nosso ofício.

A universidade, por atribuição formal a ela conferida pela sociedade, produz conhecimento e formação humana, num mesmo processo contínuo e inseparável. Ela forma cidadãos para intervirem crítica e produtivamente na sociedade. Esse é um processo inacabável e nem sempre controlável, pois concerne à vida dos indivíduos e das sociedades, em permanente construção e transformação (DIAS SOBRINHO, 2008a, p. 55)

Ainda que essa função social das universidades já esteja mais clara, há um empecilho ao tratarmos de avaliação em nosso país, pois ela

---

quase sempre remete a testes e resultados numéricos e/ou conceituais, que pouco refletem o aprendizado dos/as estudantes no tocante à produção de sentidos experienciada por eles na jornada acadêmica. Por outro lado, acreditamos na assertiva do autor ao pontuar que a avaliação é também uma prática social, cujo sentido deve ser sempre pedagógico. Mesmo sendo fundamental considerar estatísticas e aspectos científicos decorrentes dos processos de avaliação, especialmente os de larga escala, a função essencial da avaliação ainda é a formação do aluno cidadão, pois é parte constituinte do processo de ensino.

A avaliação educativa deve ser uma produção de sentidos sobre o cumprimento, pelos sistemas e pelas instituições, das finalidades de formação dos cidadãos, aprofundamento dos valores democráticos da vida social, e elevação material e espiritual da sociedade. Avaliação é produção de sentidos, prática social, portanto, intersubjetiva, relacional, aberta, polissêmica e carregada de valores, que põe em questão os significados dos fenômenos (DIAS SOBRINHO, 2008c, p. 193).

Para nossa área de interesse cabe destacar quando Dias Sobrinho aponta a avaliação como um processo dinâmico de comunicação, no qual é fundamental a participação tanto de avaliadores quanto de avaliados.<sup>4</sup> Além da característica fluida e comunicativa da avaliação, o professor também destaca que ela “deve ser um patrimônio público a ser apropriado e exercido como instrumento de consolidação da educação como bem público” (DIAS SOBRINHO, 2008c, p. 194). A respeito disso, percebemos que Dias Sobrinho está em consonância com as ideias norteadoras da Unesco, como podemos observar em material lançado em 2016 no qual ela propõe repensarmos a educação.

De acordo com a organização, os quatro pilares tradicionais da educação – aprender a conhecer, a fazer, a ser e a viver juntos – continuam sendo relevantes, porém vêm sendo ameaçados pelo ressurgimento de políticas identitárias, e reconfiguradas pela complexidade e contradição que trazem as atuais mudanças no mundo. Já havíamos encontrado em Morin (2013, p. 19) essa discussão, o qual aponta que “quanto mais multidimensionais se tornam os problemas, maior a incapacidade para pensá-los em sua multidimensionalidade”. A partir de preocupações

---

4 Retomaremos esta questão ao tratarmos, nos próximos itens, da significativa participação dos alunos no conjunto de ferramentas proposto pelo Sinaes, especialmente por meio do Enade.

---

como estas, a Unesco elenca quatro tópicos centrais de rediscussão de uma perspectiva educativa e de aprendizagem.

O primeiro item a ser revisto está relacionado a uma inquietação tida como central: o desenvolvimento sustentável. E, com esta expressão, para além de questões ambientais e “ecologicamente corretas”, como vemos estampados em selos de “companhias verdes”, a educação volta seu olhar para questões mais amplas, como o fato de que a redução da pobreza pode até estar acontecendo devido ao crescimento econômico mundial, “mas a vulnerabilidade, a desigualdade, a exclusão e a violência aumentaram dentro das sociedades e entre diferentes sociedades em todo o mundo” (UNESCO, 2016, s/p.). Prova disso encontra-se nas relações de gênero e da ainda permanente discriminação contra as mulheres que, embora venham se empoderando progressivamente ao longo do tempo, continuam recebendo salários mais baixos que o dos homens e sofrendo violências as mais diversas (LINS; MACHADO; ESCOURA, 2016).

O segundo ponto apresentado à discussão pelo material da Unesco é a necessidade de reafirmarmos uma abordagem humanista à educação, no sentido de combatermos a violência, a intolerância, a discriminação e a exclusão, observando “as múltiplas dimensões da existência humana” (UNESCO, 2016, s/p.).

Em seguida, o terceiro aspecto está relacionado às tensões entre local x global em um mundo complexo, e também ao cada vez maior distanciamento entre a educação e o mundo do trabalho, pois este se transforma muito mais rapidamente do que aquela (situação há muito discutida no Ensino Superior e pouco resolvida). Por outro lado, há que se resgatar as fortes relações existentes entre a educação e o desenvolvimento local e, segundo a entidade, reconciliar demandas e possíveis contribuições de forma mais articulada entre os três reguladores do comportamento social, que são listados como sociedade, Estado e mercado.

Por fim, há um quarto item, mais apontado como uma proposta – e que estamos relacionando ao trabalho do pesquisador brasileiro referência na área da Avaliação em Educação –, que seria uma recontextualização da educação e do conhecimento como bens comuns mundiais, o que implicaria em expandir o direito à educação para além dos níveis básicos. De acordo com os autores do material, considerar educação e conhecimento como bens comuns “implica que a criação de

---

conhecimento, sua aquisição, sua validação e sua utilização são comuns a todas as pessoas, como parte de *um esforço coletivo da sociedade*” (UNESCO, 2016, s/p., ênfase no original).

Trazendo estas propostas para o âmbito da universidade, podemos recorrer a outras questões discutidas por Dias Sobrinho (2008b). De acordo com o autor, não é possível pensar a universidade a partir de um produto estabelecido - é preciso observar os movimentos relacionais e dispositivos de ação. Ainda completa, ao dizer que a função pedagógica tem sentido social e público que, segundo ele, “é também afirmar que ela se movimenta nas contradições, divergências e disputas do cotidiano dessa comunidade comunicativa” (DIAS SOBRINHO, 2008b, p. 19).

Ainda em sua proposta, existe a perspectiva de que é imperativo – e irrecusável – à Universidade contribuir para o desenvolvimento e qualidade de vida do conjunto social. Essa contribuição se dá de modo particular, e é por este motivo que o pesquisador propõe o que chama de Pedagogia da Integração:

[...] cada vez mais se impõe na sociedade contemporânea, inclusive no setor empresarial, a necessidade de que os conhecimentos especializados sejam inseridos em áreas mais amplas do saber, que ao rigor científico se some à crítica, a desconfiança das formas e conteúdos cristalizados, a aceitação do contraditório, a compreensão da diversidade, a apreensão dos significados das grandes tendências, a inserção nos grandes temas do mundo contemporâneo, a interdisciplinaridade (DIAS SOBRINHO, 2008b, p. 27).

A premissa está em que os elementos que estão nas “entrelinhas” da educação, se assim podemos chamar, são mais decisivos na vida dos estudantes que o currículo explícito. “Essa função, que também é psicológica e social, não pode ser domesticada por nenhum instrumento de mensuração”, e completa, ao postular que a ciência é um processo dinâmico, parcial e temporário. “Além disso, sempre deixa resíduos e questões, que são quase sempre mais importantes para a vida humana e para o futuro da própria ciência do que os produtos ou resultados obtidos em dado momento” (DIAS SOBRINHO, 2008a, p. 60), isso porque o objetivo maior da educação é a formação cidadã.

Da mesma forma, a avaliação da educação também está impregnada destes valores inerentes à função de qualquer universidade, pois “se educar é formar para a vida social, essa deve ser a matéria principal

da avaliação” (DIAS SOBRINHO, 2008c, p. 196). O autor lembra também que a avaliação é reflexão, portanto não conclui, não encerra algo. É produção de sentidos, de compreensão e transformação de uma realidade dada (mais que apenas de explicação) e isso implica compreendermos que a avaliação é, portanto, um processo de comunicação, e não de medição, como tratado acima. “As avaliações que se reduzem a testes objetivos ou a instrumentos semelhantes de paradigma exclusivamente objetivista, negam a subjetividade, afastando as reflexões e questionamentos partilhados dos avaliadores” (DIAS SOBRINHO, 2008c, p. 200).

É ainda muito frequente tomar a avaliação por notas, exames, testes, controles, verificações, balanços. Entretanto, essas verificações, constatações e medidas são praticadas há alguns séculos e, ainda que cumpram bem alguns objetivos, não são suficientes para a compreensão de uma realidade tão complexa como a educação e, se exclusivos, tampouco são instrumentos capazes de levar a grandes transformações pedagógicas (DIAS SOBRINHO, 2008c, p. 202).

A crítica do autor é a de que estes testes, isoladamente, não fomentam a produção de sentidos e reflexão acerca do todo da educação a que a avaliação deveria referir-se. Tratemos agora mais diretamente sobre as formas de avaliação que nos interessam no atual momento da Educação Superior brasileira.

## **SINAES**

O Sistema Nacional de Avaliação do Ensino Superior (Sinaes) parte dos princípios de integração e de participação, e sua proposta se diferencia das utilizadas anteriormente como modelos avaliativos no Ensino Superior no Brasil por três pontos que tratam de se levar em consideração a diversidade de instituições existentes no país, a necessidade de se respeitarem as identidades de cada instituição e também uma “análise global e integrada da avaliação, construída por dois momentos distintos, próprios de uma avaliação educativa: aquele que busca conhecer a realidade e aquele que busca interpretá-la, buscando sentido” (CARDOSO, 2014, p. 267).

Constitui-se de três componentes principais: avaliação das instituições, dos cursos e desempenho dos estudantes.



---

O Sinaes avalia todos os aspectos que giram em torno desses três eixos: o ensino, a pesquisa, a extensão, a responsabilidade social, o desempenho dos alunos, a gestão da instituição, o corpo docente, as instalações e vários outros aspectos. Ele possui uma série de instrumentos complementares: autoavaliação, avaliação externa, Enade, Avaliação dos cursos de graduação e instrumentos de informação (censo e cadastro).<sup>5</sup>

Embora originalmente a intenção do Sistema seja de uma avaliação integrada, como pode ser observado em suas definições, autoras como Cardoso (2014) criticam o fato de que a avaliação realizada pelo aluno por meio do Enade acaba por representar a maior parte da definição de indicadores como o Conceito Preliminar de Curso (CPC) e do Índice Geral de Cursos (IGC) e, devido a estes moldes, a comparação com o antigo “Provão”,<sup>6</sup> exatamente por não ser articulado com outras formas de avaliação e acabar se tornando mais um modo de disseminação da reputação da instituição do que de efetivamente assegurar a sua qualidade.

De acordo com Cardoso (2014, p. 271), “é evidente que, da mesma forma que o ENC [Exame Nacional de Cursos], o ENADE não pode ser determinante para aferir uma qualidade de um curso, sendo apenas um indício”. Ainda que levando em consideração outros aspectos, como a avaliação docente, infraestrutura e outros, a autora ressalta que o cálculo realizado acaba por colocar nas mãos do alunado cerca de 70% do valor do CPC. Lacerda, Ferri e Duarte (2016) também apontam o demasiado peso que se dá ao Enade na avaliação do SINAES e a falta de articulação aos objetivos iniciais do Sistema desta com as outras ferramentas. Esta falta de articulação é apontada em discussão também por Verhine (2015), para quem no contexto do Sinaes a integração entre os processos de avaliação e regulação é imprescindível, visto que os resultados das avaliações devem servir de base às decisões que envolvem o reconhecimento dos cursos superiores.

Obviamente, as críticas estão direcionadas ao Sistema em si, mas é importante considerar que a avaliação deve sempre ser realizada como um todo e em particular em cada curso/instituição de modo a levar em

---

5 Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/superior-sinaes>>. Focaremos apenas aquilo que diz respeito ao Enade neste trabalho.

6 Exame Nacional de Cursos, criticado até mesmo pelo próprio documento de Diretrizes que propõe o Sinaes.

conta outros aspectos, que não apenas escores em testes específicos. Aliás, essa é uma das críticas mais apontadas em avaliações em larga escala, como podemos observar a partir de Poli (2011) e também de Lacerda, Ferri e Duarte (2016, p. 983), que pontuam que “é mais comum observarmos a apresentação de estatísticas como produto final de uma avaliação com vistas à tomada de decisão que como ponto de partida”. Os autores ainda ressaltam que índices como os do Enade, quando considerados equivalentes a um produto final, acabam por reduzir toda a educação à mera produção material humana.

## **ENADE**

O Enade é, portanto, como já ressaltamos, parte do Sinaes, sendo realizado trienalmente e, segundo a entidade responsável pela sua formulação e aplicação, o Inep, tem como objetivo “aferir o desempenho dos estudantes em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares do respectivo curso de graduação, e as habilidades e competências em sua formação”.<sup>7</sup>

De acordo com informações contidas em seus relatórios, busca contribuir de forma efetiva para o “desenvolvimento de uma avaliação e de uma gestão institucional preocupadas com a formação de profissionais competentes tecnicamente e, ao mesmo tempo, éticos, críticos, responsáveis socialmente e participantes das mudanças necessárias à sociedade” (INEP, 2013b, p. 22), devendo servir a prova de Publicidade e Propaganda, por exemplo, junto com as demais informações obtidas dos alunos e elencadas nos relatórios, como fomento ao ensino do curso.

Porém, mesmo sem esquecer que o Enade é apenas uma das ferramentas do Sinaes, notamos em trabalhos anteriores já mencionados que os relatórios de curso pouco contribuem para ações efetivas de transformação do ensino nos cursos avaliados. Então voltamos a refletir que o processo de avaliação

Não se trata [ou não deveria], como na “qualidade total” das empresas, de medir (aí é mais mensuração que avaliação) os níveis de satisfação do consumidor ou os indicadores de eficiência e eficácia dos processos e dos indivíduos em função do lucro. Não se trata de fundar o conceito

---

7 Esta e outras informações estão disponíveis no site do Instituto, em: <<http://portal.inep.gov.br/enade>>.

de qualidade sobre a equação do produto – consumidor. A qualidade educacional ultrapassa as camadas técnicas e científicas atingindo os mais profundos e diferenciados sentidos filosóficos, sociais e políticos (DIAS SOBRINHO, 2008b, p. 34).

Não deveria também, de acordo com Ristoff (2008) estar atrelado a mecanismos de punição ou premiação. Embora a “recompensa” não seja clara aos formandos que estão prestes a deixar suas universidades, o teste tem se tornado obrigatório, vinculado à colação de grau.

O mesmo autor aponta os riscos e incoerências de métodos de avaliação que se prendem ao quantitativismo, utilitarismo e imediatismo, retornando à questão já apontada de que estes resultados têm características empresariais, ao passo que as instituições acadêmicas devem estar voltadas ao futuro, à formação, mesmo sem se desconsiderar parte do presente. Segundo Ristoff, a principal meta da universidade é a superação do existente, justamente considerando que o que há é um conjunto de elementos diversos, ou basicamente complexidade, conforme apontamos acima. “Daí que ela não pode ser apenas explicada por tabelas, por cifras e percentuais. Ela precisa de um esforço interpretativo capaz de dar significado à infinidade de dados que qualquer instituição é capaz de produzir rapidamente por meio de seus sistemas de informação” (RISTOFF, 2008, p. 50).

Porém, com relação ao Enade, já observamos que esse esforço interpretativo careceria de maior respaldo, ou seja, dados e tabelas mais significativos do que nos são fornecidos com os relatórios de curso. Percebemos também a necessidade de conhecer as particularidades de cada instituição, e continuarmos defendendo que qualquer avaliação deve ser significativa e, portanto, contextualizada e educativa. É assim posta a questão da avaliação como afirmação dos valores educativos da instituição, como destacado no trecho abaixo:

Minha intenção ao tratar da afirmação de valores é mostrar que há na avaliação uma função educativa que, em muito, sobrepuja no mérito a dualidade do crime e do castigo. É esta função educativa que nos conduzirá ao processo de instalação da cultura da avaliação – um processo que é penoso e lento porque se inscreve não no vazio, ou numa página em branco, mas em uma história existente, em uma realidade, em um texto cultural que o antecede e o qual pretendemos reescrever (RISTOFF, 2008, p. 47).

Percebemos, até agora, que há muitas propostas de reflexão acerca da avaliação no Ensino Superior, mas ainda poucas formas de ação. O que temos em demasia são questões sem respostas, como as já apontadas por Dias Sobrinho (2008a, p. 55), com relação ao olhar focado em pequenos aspectos e testes: “Reduzir a qualidade de uma instituição, de relações tão complexas e intensas como é o caso das universidades, a seus ‘produtos’ mais evidentes, é isso avaliação?”, ou então à própria função de ferramentas, como a que colocamos sob o olhar desta investigação, e que deixam dúvidas como: “Para que e a quem serve um mecanismo como esse, que mede, quantifica, compara, classifica e hierarquiza?” De acordo com o pesquisador, é preciso debater questões como estas e, principalmente, discordar de indicadores tidos como únicos e mensuráveis de eficiência e produtividade da educação.

Neste sentido, Feldmann e Souza (2016, p. 1021) retomam a questão de que o Enade acaba por se tornar um selo de qualidade, ou um indicador de status da Instituição avaliada: “Compreende-se que não importa necessariamente o desempenho do aluno para saber se o mesmo está tendo uma boa formação acadêmica, e sim o resultado final do curso da IES, que será adicionado a gráficos junto às demais IES para uma posterior comparação”.

Como a avaliação dá relevância ao ENADE, corre-se o risco de premiar concluintes de trajetórias acadêmicas medianas, sofríveis, em detrimento daqueles que se envolveram além do ensino, em projetos de pesquisa e extensão, em ações solidárias que requisitariam profissionais da sua área de atuação. O ENADE não contempla isso. Tem um caráter de “prova real”. Na lógica de mercado, o ENADE se assemelha a uma auditoria (FELDMANN; SOUZA, 2016, p. 1021).

Os autores preocupam-se com o caráter estatístico de instrumentos como o Enade, atuando contrariamente à proposta mais ampla de avaliação educativa reflexiva e produtora de sentidos citada acima por Dias Sobrinho (2008). De acordo com seus pontos de vista, a estatística apresenta um “efeito de verdade”, que está muito distante de implementações de práticas efetivas de transformação da realidade acadêmica. Apontam também que o fato de o resultado no Enade ser visto como uma espécie de ranking apenas leva à competição entre IES.

Em contraponto aos valores que devem ser reforçados no momento da avaliação, na perspectiva de Dias Sobrinho, Feldmann e Souza (2016,

p. 1023) utilizam das lentes foucaultianas para afirmar que “O ENADE, nesta perspectiva, seria um dispositivo de poder, uma tecnologia de Governo. A Governamentalidade conduz a formação acadêmica”, e novamente surge a comparação com o antigo “Provão”, como vimos com Cardoso (2014).

Com base em toda esta crítica e possibilidades de se pensar a avaliação, voltamos nosso olhar para o que realmente nos interessa neste trabalho, que é o Enade 2012 para os cursos paranaenses de melhor desempenho na área de Publicidade e Propaganda.

## **MATERIAIS E MÉTODOS**

O desenvolvimento metodológico de nossas pesquisas tem buscado seguir a indicação de Braga (2011, p. 2), de utilizarmos a própria pesquisa como “campo de prática, de formação de experiência sobre modos de encaminhar a pesquisa e para aprender com seus desafios”. É partindo desta premissa que escolhemos trabalhar com uma ferramenta de avaliação de nossa área de atuação, servindo como auxílio à reflexão sobre nossa prática enquanto educadores/as de Publicidade e Propaganda.

Estando nosso objetivo voltado à compreensão de aspectos acerca do desempenho dos estudantes no Exame, utilizamos do método da análise documental (MOREIRA, 2014) ao nos debruçarmos sobre provas e relatórios do Enade 2012, desenvolvidos pelo Inep, utilizando o critério de nota máxima obtida no estado do Paraná para o curso de Publicidade e Propaganda para escolha das IES/relatórios<sup>8</sup>, tendo assim os relatórios dos cursos da Unicentro e Uniuv.

A interpretação dos dados produzidos (RAJAGOPALAN, 2014) com este recorte é realizada na sequência, subdivididos em:

- a) Percepção dos estudantes sobre a prova;
- b) Prova de 2012: questões objetivas e dissertativas;
- c) Prova de 2015: comentários gerais.

---

8 Neste trabalho, o item observado nos relatórios é apenas a “Percepção do Estudante sobre a Prova”. Análises dos demais itens podem ser encontradas em artigo anterior (STANISZEWSKI, 2016c).

O olhar se dá a partir de uma Pragmática da Comunicação<sup>9</sup>, para a qual interessa compreender a relação da linguagem em uso. Apoiados nesta perspectiva, que nos traz as lentes pelas quais nos debruçamos sobre nossos materiais de análise e considera que o estudo deve ser realizado junto com nossas crenças, repertório e pressupostos, buscaremos possíveis sentidos para as questões e respostas dos estudantes.

## OBSERVAÇÕES SOBRE A PROVA 2012

### **Percepção dos estudantes sobre a prova**

Dias Sobrinho (2008) reafirma a importância de avaliadores e avaliados em qualquer processo de avaliação, mas nesse caso, o que realmente os alunos estão dizendo sobre a avaliação?

A percepção dos estudantes sobre a prova é resultado do item 4, sob mesmo título, do Relatório de Curso, e fora respondido pelos alunos como complementar à avaliação. As questões de 2012 estavam relacionadas ao grau de dificuldade da prova nos conteúdos de Formação Geral e do Componente Específico, à extensão da prova em relação ao tempo total, clareza e objetividade dos enunciados, suficiência das instruções para resolução das questões, dificuldades ao responder a prova, conteúdos e tempo gasto para conclusão da prova.

Os estudantes das duas IES consideraram o nível de dificuldade da prova como médio, tanto nos componentes de Formação Geral como Específicos, e relataram que a maioria dos enunciados das questões na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos. Por outro lado, houve divergência com relação à clareza e objetividade das questões no que tange ao Componente Específico: enquanto os alunos da Unicentro consideraram que a maioria dos enunciados eram claros, na UniuV a maior parte dos alunos acreditou que poucos eram objetivos.

Com relação à extensão da prova, enquanto 100% dos alunos do Centro Universitário consideraram adequada em relação ao tempo total,

---

9 A título de curiosidade, Manhães (2014) classifica a Pragmática austiniana como a “Análise do Discurso Inglesa”, visto que possui semelhanças, como tratar da linguagem e levar em consideração o contexto; porém, nosso autor base, Oliveira (2002; 2005; 2012), discorda dessa comparação.

---

na Estadual as opiniões ficaram divididas igualmente em adequada, longa ou muito longa (30,8% cada).

Considerando apenas as questões objetivas da prova, em ambas as IES os alunos relataram que estudaram e aprenderam muitos dos conteúdos exigidos, e levaram entre duas e três horas para resolução da mesma. Esta resposta está em consonância com a citada acima de que no geral a prova se adéqua ao tempo, pois mesmo os alunos que a consideraram extensa conseguiram responder dentro do prazo (nenhum/a estudante assinalou que não conseguiu terminar).

A resposta que mais chama a atenção nesta pesquisa, que vem buscando compreender, além de aspectos relativos à avaliação do Ensino Superior em si, e mais especificamente em Publicidade e Propaganda, quais são os aspectos sociais do Ensino em nosso curso, é certamente à questão que aparece assim formulada: “Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova? Qual?”. As alternativas estavam divididas em 5: nenhum aluno respondeu que o espaço para responder às questões fora insuficiente, cerca de 20% dos estudantes afirmaram não possuir qualquer tipo de dificuldade para responder à prova e apenas 7,7% dos graduandos da Unicentro desconheciam o conteúdo (esta alternativa não foi indicada no caso dos alunos da Uniuiv). Na somatória das duas IES, os itens mais indicados foram a forma diferente de abordagem do conteúdo (60% Uniuiv e 30,8% Unicentro) e a falta de motivação para fazer a prova (20% e 46,2%, respectivamente).

Considerando uma perspectiva Pragmática, que observa não apenas os atos linguísticos escolhidos pelos alunos para representar suas dificuldades nesta questão, mas também o contexto no qual estão inseridos, podemos inferir que estes dois atos de fala: “dificuldade com a forma diferente de abordagem do conteúdo” e “falta de motivação<sup>10</sup> para fazer a prova” se relacionam com uma questão mais ampla do Ensino Brasileiro, e não apenas o Superior, que trata de uma educação tecnicista e baseada em decorar conteúdo para as provas e as mesmas

---

10 É preciso levar em consideração que em 2012 o exame não se configurava como componente curricular obrigatório para todas as IES. Atualmente, a colação de grau em IES do ensino público está condicionada à participação no Enade, e esta participação e desempenho influenciam na seleção para pós-graduação.

vistas como a única forma de avaliação possível, fundamentadas em resultados quantitativos e que desconsideram todo o restante que envolve a relação ensino-aprendizagem.

Embora haja, especialmente no Ensino Superior, a iniciativa de desconstruir essa premissa (em nossa área por exemplo grande parte das avaliações são feitas através de trabalhos práticos em equipe, simulando a estrutura de uma agência de Comunicação), considerando as especificidades da graduação em Publicidade e Propaganda, especialmente por razões históricas, trata-se de um curso que nasceu da demanda do mercado, e cuja biografia cabe resgatar neste trabalho, mas podemos apontar ainda que os alunos têm dificuldades em compreender a importância de aspectos teóricos que embasam a profissão ao se concentrarem nas práticas que envolvem a profissão (STANISZEWSKI, 2015) e que constituem rotinas produtivas que dificilmente conseguem ser adaptadas em questões objetivas sem mudanças significativas em sua linguagem.

Outra inferência a ser realizada a partir da falta de motivação como elemento chave neste ponto pode dizer respeito à falta de feedback aos alunos. Visto que são graduandos do último ano do curso, estes alunos não serão diretamente beneficiados com os resultados obtidos no Exame, mas deixarão de “herança” a seus calouros e turmas subsequentes. Assim, não parece evidente qual retorno/recompensa o aluno terá ao se esforçar e obter um bom resultado na prova.

## A PROVA 2012: QUESTÕES OBJETIVAS

Com relação à parte de Formação Geral, como o próprio nome já traz, as questões trabalham essencialmente com atualidades e interpretação de texto, contemplando temas como meio ambiente, tecnologias, crise econômica, direitos humanos e cidadania. Porém, percebe-se uma atenção voltada ao conhecimento de mundo e não tanto conhecimento acumulado de conteúdo escolar.

Já nos pontos da parte Específica, destaca-se a quantidade de questões relacionadas às Teorias da Comunicação (5 questões<sup>11</sup> agrupadas no

---

11 As provas são divididas em Formação Geral, constituída de 8 questões objetivas e 2 dissertativas; e Componente Específico, com 27 questões objetivas e 3 dissertativas.



início do Componente), contrariando o mito de que Publicidade e Propaganda é um curso apenas prático. As questões solicitam que o aluno “atualize” antigas teorias aplicando-as à internet, por exemplo (aliás, fica visível que a internet é temática importante do contexto do momento, devido à sua presença em grande número de questões).

Alguns outros pontos podem ser sinalizados por características peculiares, como a Questão 14, que trata da atuação do comunicador social no ciberespaço. Ainda no momento de finalização desta pesquisa, em 2017, não temos exatamente essa resposta. Prova disso é que vagas para analistas de mídias sociais são direcionadas às mais diversas funções e formações.

Em várias questões, ao contrário, são exigidos conteúdos bastante elementares, como por exemplo definição de *briefing* ou a respeito da função da Publicidade, que poderia ser trazida a fim de incitar uma reflexão acerca da atuação do profissional na sociedade, mas apresenta apenas conteúdo superficial, assim como os manuais técnicos do curso. Há, aliás, uma sequência de questões que versam cada uma sobre uma função específica e tradicional de atuação da publicidade: atendimento, planejamento, redação, criação, mídia, etc., tal como constam os materiais e livros da década de 80. Por outro lado, peças publicitárias propriamente ditas são quase inexistentes no exame, a primeira em que aparece um anúncio já é a 25ª Questão e a peça parece ser fictícia, pois não possui assinatura de marca.

Outro detalhe que pode ser identificado é que muitas questões não levam à reflexão, mas jogam com respostas aleatórias para servirem como “pegadinhas” aos futuros publicitários, mesmo tratando de assuntos sérios e de extrema relevância, como a propaganda política (Questão 24). Quando a reflexão é proposta, ainda que timidamente, se dá sempre no contexto mais amplo, ou seja, nas questões relacionadas à comunicação social de uma forma geral.

Outros temas que acabam por aparecer são: merchandising, mas apenas para falar de compra por impulso no Ponto de Venda; outro exemplo de anúncio descontextualizado, mas o objetivo da questão visa mais à interpretação textual; uma única questão a falar de pesquisa trata de forma vaga sobre pesquisa eleitoral; outra utiliza a publicidade e o mercado apenas a título de ilustração, pois o conteúdo está mais para aulas de Geografia do Ensino Fundamental. Nada consta sobre a história da publicidade, pouco sobre a função da publicidade na sociedade.

Ao contrário da percepção de alguns alunos, como apresentamos anteriormente, a prova não nos parece tão extensa, exceto por haver, além das questões objetivas ainda 5 questões dissertativas<sup>12</sup>, totalizando 35 questões. É possível que essa percepção esteja relacionada à menor quantidade de provas aplicadas em graduações com boa parte das ementas direcionadas à prática, como é o caso de Publicidade e Propaganda, e também porque o modelo de avaliações que herdamos desde o Ensino Fundamental e Médio seja o de poucas questões com um resumo dos aspectos principais de pequenas partes de conteúdo. Ao contrário, não é possível esperar que se possa apreender a complexidade de uma graduação em um exame tão breve.

Mas a quantidade não é o fato que nos alerta. Uma impressão crítica que resulta do olhar para este teste faz parecer que o Enade é mais uma forma de avaliar nivelando “por baixo”, descobrindo se os alunos conseguem identificar funções básicas do publicitário, as quais na realidade ele pouco vai usar desempenhando a profissão, que é muito mais complexa que um simples manual de instruções.

Obviamente o graduando nem sempre tem maturidade para compreender esta complexidade, mas considerando que o público do exame são formandos, espera-se que sejam capazes de refletir sobre ela. É preciso considerar também que esta análise se dá sob o olhar de professora/pesquisadora, e no Ensino de Publicidade e Propaganda temos visto que não é possível continuar ensinando dentro desses *boxes* pré-estabelecidos.

## APONTAMENTOS SOBRE AS QUESTÕES DISCURSIVAS

Considerando que todos os elementos que envolvem a Educação Superior devem contribuir para que o aluno tenha condições de realizar a reflexão, resolvemos observar se e de que forma uma avaliação como o Enade assume esse papel. Assim, procuramos realizar também uma análise das questões discursivas do teste, pois, em tese, seria o espaço em que o aluno teria a possibilidade de apresentar suas próprias reflexões acerca da sua formação e da vida em sociedade, ao contrário de questões objetivas, em que as possibilidades estão dadas. Cada prova possui 5 questões dissertativas, sendo duas constituindo parte dos componentes de formação geral e três de formação específica.

---

12 Ver próximo item.

---

Na prova de 2012, encontramos as seguintes temáticas, nesta ordem:

- a) sistemas de transporte urbano sustentável;
- b) violência na atualidade, relacionada à tecnologia e com enfoque no ambiente escolar;
- c) tirinha da Mafalda (do cartunista argentino Quino), em que ela satiriza a informação que um colega lê no jornal, dizendo que a TV é um veículo de cultura e a personagem ironiza ao afirmar: “se eu fosse a cultura, saltava do veículo e iria a pé”;
- d) definição, contextualização e comparação entre a “Galáxia de Gutenberg”, de McLuhan e a “Galáxia da Internet”, proposta por Manuel Castells;
- e) democratização da comunicação no Brasil.

Após a identificação das temáticas propostas nas redações, os apontamentos e interpretações foram realizados sob uma perspectiva Pragmática da Linguagem, para a qual interessa compreender a relação entre a língua(gem) e seus usuários, observando elementos como o contexto e as forças que compõem os atos de fala (locucionária, ilocucionária e perlocucionária).

O primeiro aspecto que chama a atenção, a despeito da ordem em que as questões se apresentam, é a presença de McLuhan, fazendo um comparativo quase óbvio entre sua Galáxia de Gutenberg e a da Internet, discutida mais recentemente (mas nem tanto) por Castells. Trataremos mais dessa temática no próximo item, visto que a questão praticamente se repete na prova de 2015.

Ainda observando exigências das avaliações relacionadas à mídia, percebemos que a questão discursiva mais diretamente relacionada a esse tema é a que traz a tirinha da Mafalda. Porém, embora o aluno seja incitado a dissertar acerca de sua opinião sobre a temática, a crítica propriamente dita já está dada, construída pela própria personagem central.

Outra questão que seria de suma importância discutir é a da Democratização da Comunicação, mas nesse caso ocorre o oposto: não se fornecem elementos suficientes ao aluno. O próprio enunciado da questão traz um trecho sobre a organização da sociedade civil brasileira “na batalha por um novo marco regulatório das comunicações, que garanta a liberdade de expressão para todos e todas” (ENADE, 2012), mas que as ideias do texto “têm um caráter unicamente motivador”, e assim o estudante é simplesmente “lançado” à discussão. Não

pretendemos cair em contradição, mas a crítica da mídia, em especial da televisão, trazida com a tirinha da Mafalda é bastante geral, sendo amplamente discutida em toda a graduação em Comunicação. Por outro lado, uma regulação da Comunicação ainda é assunto nebuloso, sem muitas respostas. Talvez casos como o da vizinha Argentina pudessem ter sido citados, ou então possíveis riscos e benefícios relacionados aos impactos que uma regulação traria à população brasileira como um todo, para que o estudante pudesse se posicionar. Afirmamos isso porque nesta mesma época (2012), cursávamos o Mestrado em Comunicação, e começavam a surgir discussões sobre a regulação. Então talvez o graduando ou a graduanda ainda não tivesse elementos suficientes para dissertar acerca da situação, mas certamente seria capaz de opinar sobre o tema a partir de elementos de apoio.

Percebe-se, também, que as questões de formação geral são extremamente contextualizadas ao momento que se caracterizava como a atualidade do período de realização das provas, destacando ainda as problemáticas da sustentabilidade e violência. Por outro lado, vemos que as questões de formação específica até apresentam um esforço de contextualização maior, ao circundarem aspectos como reflexão sobre a mídia e democratização da comunicação, mas que acabam remetendo a um espaço mais restrito, que é o mercado, retomando a cisão mercado–sociedade apontada por autores como Dias Sobrinho. Poderíamos argumentar: “mas esta segunda parte não é exatamente de conhecimentos específicos à formação em Publicidade e Propaganda?”. A resposta é óbvia, pois é exatamente a isso que se propõe. Porém, assumimos novamente nosso papel de inconformados com o processo e questionamos se elas não poderiam unir a técnica a uma reflexão sobre os impactos da profissão na sociedade – sobre seus valores, como afirma Ristoff – e não apenas o inverso, ou seja, compreender de que forma o momento atual influi na técnica publicitária. Pode parecer algo sutil – e é, em termos de redação, mas fundamental se estamos buscando uma formação mais crítica para que os estudantes estejam com o mundo e não apenas no mundo (PERUZZO, 2003), e para que a avaliação em Comunicação cumpra sua função educativa.

## A PROVA DE 2015: OBSERVAÇÕES GERAIS

Conforme citado no início deste trabalho, a prova de 2015 é levada em consideração para que não fiquemos cegos a uma possível “evolução”

do conteúdo exigido no exame, visto que embora ainda não tenhamos os resultados deste, o caderno de provas encontra-se disponível. E, por mais críticas que tenhamos realizado até esta parte da pesquisa, é nítida a mudança desta última prova com relação à de 2012.

A começar por conter questões mais direcionadas à reflexão, também na parte de formação geral, mas especialmente na parte do componente específico. Claro, ainda considerando que são de múltipla escolha, portanto a “reflexão” não deixa de ter uma alternativa correta a ser assinalada. Porém, o conteúdo abriu mão das obviedades e de um manual técnico da profissão e passou a exigir que o aluno pondere sobre sua prática. Em 2015 as temáticas extrapolam as funções básicas da publicidade e abordam comunicação integrada, cibercultura, posicionamento, atuação do profissional nas mídias digitais (e não a mera existência da internet), etc. Gráficos simples permanecem para serem interpretados, mas há também um infográfico, formato cada vez mais utilizado nas diversas vertentes da Comunicação.

Há também uma questão, de número 11, que apresenta certa polêmica: anunciar ou não um produto substituto da cola de sapateiro, com cheiro mais suave, mas sabendo que ainda suscetível aos riscos de uma utilização inadequada pela população, como droga e vício? Questões como esta trazem o aluno mais próximo à sua atuação real, não apenas como fazedor de anúncios publicitários, mas como comunicador responsável por aquilo que diz e dissemina. Aliás, podemos fazer uma relação com o conteúdo da Questão 33, sobre publicidade infantil. Ou com a 16, na qual é apresentado um mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero para tratar do atual momento de transformação da publicidade, algo que temos dito há muito tempo em sala de aula, na academia, visto em alguns comerciais de televisão e que ainda não havia aparecido como conteúdo básico da graduação em Publicidade, se tomássemos como referência o Enade.

É possível notar também a diminuição do número de questões diretamente relacionadas às Teorias da Comunicação, mas, o mais válido destas, na perspectiva desta pesquisa, é o fato de não constarem mais no estilo “verbete”, em que as alternativas são definições objetivas e fechadas.

Já as questões discursivas, na prova mais recente versavam sobre:

- a) (des)igualdades de gênero, a partir da premiação do Nobel da Paz de 2014 a Malala Yousafzai;

- 
- b) comportamentos preconceituosos e o pedido dos funkeiros pelo reconhecimento do funk como legítima manifestação artística e cultural da sociedade brasileira;
  - c) intertextualidade e distanciamentos da frase “a rede é a mensagem”, do livro *A Galáxia da Internet* (de Manuel Castells) com a afirmativa de McLuhan de que “o meio é a mensagem”;
  - d) em que medida as diferenças entre os mercados global e local podem influenciar a comunicação publicitária das marcas;
  - e) aspectos éticos-legais a serem considerados no processo criativo, a partir de Projeto de Lei conhecido como “Lei do Photoshop”.

Fato que chama a atenção na comparação (inevitável) entre as duas provas é a presença, em ambas, do cruzamento entre as Galáxias de Gutenberg e da Internet. Sabemos que McLuhan é base importantíssima na formação de comunicadores, e que o turbilhão da internet é reflexão que ainda está em seu início e demanda novos questionamentos. Mas será que não há outras questões/autores(as) importantes a serem pontuados? Ou então outras possibilidades de reflexão acerca da temática das mídias? Não vamos nos ater a transcrever as questões na íntegra, mas uma observação superficial é capaz de notar que a base é a mesma da questão de 2012, reformulada na prova mais recente. O que incomoda a esta pesquisa, neste caso, também está centrado principalmente no fato de que a internet é uma nova mídia que precisa ser questionada, estudada, posta em dúvida, a fim de ser compreendida. É possivelmente uma nova forma de organização das relações sociais que nos aponta para novas formas imagináveis de construirmos o futuro da Comunicação – e quem sabe das formas em se viver em sociedade –, então por que continuamos a compará-la com questões anteriores? Não há reflexões mais profundas que possamos incitar em nossos/as alunos/as? Ou continuamos nós, educadores/as, avaliadores/as, a considerá-los/as como aquela audiência afetada por uma agulha hipodérmica, um amontoado de mentes e corações vazios? (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005).

Já as questões do Componente geral de 2015 aparecem acompanhando as efervescências das questões de gênero e preconceito. São, portanto, questões sociais que estão em voga quando da formulação das provas e que acompanham o raciocínio da Unesco acima listado (ainda que, obviamente, este documento seja posterior à avaliação em estudo), mas deixaram a desejar na questão da reflexão sobre a prática publicitária

mais ampla, se comparadas às questões objetivas deste mesmo ano, e tornam a isolar publicidade (mercado) de comunicação (sociedade).

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Quando partimos de uma perspectiva Pragmática de análise, levamos conosco nossos pressupostos, repertório, observamos os contextos em vários níveis. Portanto, é importante ponderar nossa atuação como docentes do curso de Publicidade e Propaganda, e levarmos em conta que, quando lançamos nosso olhar sobre um material de avaliação da nossa área, estamos na verdade não apenas elencando pontos positivos e negativos da ferramenta, mas refletindo acerca de nossa própria práxis (MACEDO, 2002). E, de acordo com a posição adotada a partir dela, reiteramos que, por mais que o Enade tenha por objetivo central a avaliação de resultados, na medida em que elenca quais são os conteúdos/aspectos centrais à formação de cada curso em específico, não pode abster-se de incitar também a reflexão. Vimos que há um esforço nesse sentido, especialmente na prova mais recente, de aos poucos se romperem estereótipos de que o componente de formação geral é o que se relaciona com a sociedade e a parte específica é direcionada à técnica da profissão de forma isolada. Há uma tendência de que o conteúdo aos poucos lembre ao aluno a função do Ensino Superior, que não deve propiciar uma formação apenas técnica, mas essencialmente crítica.

Embora haja conteúdos extremamente interessantes e válidos à formação de futuros/as profissionais de Publicidade e Propaganda, esperávamos que as questões dissertativas proporcionassem aos estudantes maior espaço para refletir e posicionar-se sobre o futuro da profissão e sua atuação em sociedade, e não apenas comparar a comunicação de hoje com a do passado e esperar que o social interfira na técnica. Percebemos que as questões dissertativas gerais problematizaram a vida em sociedade de forma mais efetiva que o componente específico. Já o conteúdo das questões objetivas foi atualizado e, ao contrário da prova de 2012, na qual ficou retido ao seu caráter específico, dentro de limites do que se considera publicitário, ou seja, basicamente sua relação com o mercado, em 2015 expandiram-se as fronteiras deste mercado. Porém, é preciso não esquecer jamais que ainda somos uma habilitação de Comunicação Social e, portanto, temos papel importante na construção social da realidade, e não apenas em refleti-la.

Embora nosso olhar estivesse voltado apenas às provas de Publicidade e Propaganda, sabemos que tudo que constatamos acima está relacionado não apenas com a formação de publicitários, mas com um sistema de avaliação do Ensino Superior que ainda não está bem resolvido, e que, por ser em larga escala, apresenta caráter muito mais de mensuração do que propriamente de educação. Não temos respostas e/ou propostas de formas diferentes de avaliação até o momento, mas acreditamos que o primeiro passo para a desconstrução dos modelos atuais é exatamente o seu questionamento e o apontamento das possíveis falhas.

Obviamente, é necessário ressaltar também que não temos acesso a uma opinião mais significativa dos alunos sobre a prova, visto que o questionário direcionado a eles é bastante limitado como método de feedback, além do fato de que os estudantes não escreveram sua opinião com palavras próprias - apenas apontaram a alternativa (opção linguística) mais próxima de sua percepção. Ainda assim, dentre as escolhas que tinham, apontaram aquela que consideraram que os representava naquela dada situação (contexto imediato), que foi a falta de motivação de realizar um exame como este. Como ferramenta de avaliação da formação oferecida aos alunos, o Enade nos fornece indícios acerca da relevância dos conteúdos vistos na graduação, e a proposta seria de que funcionasse como um feedback do trabalho diário do/a professor/a, mas nesse aspecto o relatório fornecido pelo Inep também é pouco efetivo.

Com relação ao Enade acabar sendo apenas uma forma de competição entre IES, isso pôde ser percebido não pela análise documental, mas através da participação em Congressos Científicos da área de Comunicação apresentando outros artigos sobre o Exame, nos quais vários colegas manifestaram a forma com que suas IES preparam seus alunos e adequam seus conteúdos curriculares orientados pelas provas anteriores, em busca de uma maior pontuação e classificação no *ranking*. Então, não bastasse já a existência dos vestibulares, grande alvo de cursinhos e escolas de Ensino Médio, agora nossos acadêmicos precisam “passar no teste” mais uma vez, direcionados por provas que aparentemente apresentariam o que é realmente importante apre(e)nderem em seus cursos de graduação.

Retomando aquilo que foi mencionado no início destas considerações, julgamos positivo perceber que já atentávamos para



---

estas questões da prova de 2015 em nossa prática docente desde antes de olharmos para elas; então, neste caso é possível considerar que o Enade não serve apenas de molde do que é importante (ainda que chame a atenção de possíveis IES que até então não haviam incluído tais reflexões contemporâneas em seu cotidiano acadêmico), mas igualmente de reflexo das transformações que vêm ocorrendo em nossa prática profissional de publicitários.

Por fim, fica em aberto a percepção dos alunos sobre a prova, à qual gostaríamos de ter acesso, mas não por meio de questões distanciadas e descontextualizadas como as que constam nos relatórios, e sim de que forma o aluno produziu sentidos acerca de sua própria formação ao identificar (ou não) discussões realizadas em sala de aula acerca do fazer publicitário neste século XXI. Na inter-relação entre pesquisa e práxis, a nossa conclusão foi a de que a nossa parte estamos fazendo, mais preocupados com a formação do cidadão do que a de um bom escore no Enade.

## REFERÊNCIAS

BRAGA, J. L. A prática da pesquisa em Comunicação: abordagem metodológica como tomada de decisões. In: **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**. v. 14, n. 1. Brasília: jan./abr. 2011. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/665/503>>. Acesso em: 17 ago. 2014.

CARDOSO, Roberta Muriel. Avaliação e educação no Brasil: avanços e retrocessos. In: **Série-Estudos...** n. 37. Campo Grande: jan./jun. 2014. p. 263-273. Disponível em: <<http://www.serie-estudos.ucdb.br/index.php/serie-estudos/article/view/766>>. Acesso em: 17 jan. 2017.

DIAS SOBRINHO, José. Avaliação institucional, instrumento da qualidade educativa. In: \_\_\_\_\_; BALZAN, Newton César. **Avaliação institucional: teoria e experiências**. 4 ed. São Paulo: Cortez, 2008a. p. 15-36

\_\_\_\_\_. Universidade: Processos de socialização e processos pedagógicos. In: \_\_\_\_\_; BALZAN, Newton César. **Avaliação institucional: teoria e experiências**. 4ª ed. São Paulo: Cortez, 2008b. p. 53-86.

---

\_\_\_\_\_. Avaliação educativa: produção de sentidos com valor de formação. In: **Avaliação**. v. 13, n. 1. Campinas; Sorocaba: mar. 2008c. p. 193-207. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/aval/v13n1/a11v13n1.pdf>>. Acesso em: 23 set. 2016.

FELDMANN, Taise; SOUZA, Osmar de A. A governamentalidade e o Exame Nacional de Desempenho de Estudantes – ENADE. In: **Avaliação**. v. 21, n. 3. Campinas; Sorocaba: nov. 2016. p. 1017-1032. Disponível em: <<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php/avaliacao/article/view/2781>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da autonomia**. Saberes necessários à prática educativa. 49ª ed. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2014.

INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. **Exame Nacional de Desempenho de Estudantes – ENADE**. Disponível em: <<http://portal.inep.gov.br/enade>>. Acesso em: 08 mai. 2015.

\_\_\_\_\_. **Relatório de Curso: Publicidade e Propaganda**, Centro Universitário de União da Vitória. Brasília: Inep, 2013a. Disponível em: <<http://enadeies.inep.gov.br/enadeIes/enadeResultado/>>. Acesso em: 08 mai. 2015.

\_\_\_\_\_. **Relatório de Curso: Publicidade e Propaganda**, Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava. Brasília: Inep, 2013b. Disponível em: <<http://www2.unicentro.br/wp-content/uploads/2016/02/relatorio-enade-publicidade-e-prop-gpuava-2012.pdf?x69158>>. Acesso em: 25 out. 2017.

JACKS, N.; ESCOSTEGUY, A. C. **Comunicação e recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

LACERDA, Leo Lynce Valle de; FERRI, Cássia; DUARTE, Blaise Keniel da Cruz. SINAES: avaliação, accountability e desempenho. In: **Avaliação**. v. 21, n. 3. Campinas; Sorocaba: nov. 2016. p. 975-992. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S1414-40772016000300975&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1414-40772016000300975&lng=en&nrm=iso)>. Acesso em: 16 jan. 2017.

LINS, Beatriz Accioly; MACHADO, Bernardo Fonseca; ESCOURA, Michele. **Diferentes, não desiguais**: a questão de gênero na escola. São Paulo: Editora Reviravolta, 2016.

MACEDO, L. de. Desafios à prática reflexiva na escola. In: **Pátio**. Ano VI, n. 23. Porto Alegre: Grupo A, set./out./2002. p. 12-15.

MANHÃES, E. Análise do discurso. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 305-315

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2014. p. 269-279.

MORIN, E. **Educação e Complexidade**: os sete saberes e outros ensaios. 6ª ed. São Paulo: Cortez, 2013.

OLIVEIRA, J. A. de. **Afinal, o que é pragmática?** Curitiba: Prottexto, 2005.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e educação**: uma visão pragmática. Curitiba: Prottexto, 2002.

\_\_\_\_\_. Pragmática: Polidez e Violência no Brasil. In: **Revista Encontros de Vista**. 10ª ed. Recife: UFPE, jul./dez. 2012.

PERUZZO, C. M. K. Tópicos sobre o Ensino de Comunicação no Brasil. In: PERUZZO, C. M. K.; SILVA, R. B. da. **Retrato do ensino em Comunicação no Brasil**. São Paulo: INTERCOM; Taubaté: UNITAU, 2003. p. 119-135.

POLI, E. C. Elementos da avaliação em larga escala e da aprendizagem no Ensino Superior. In: OLIVEIRA, D. E. de M. B. de; SANTOS, A. R. de J.; REZENDE, L. A. de. (Orgs.). **Formação de professores e ensino**: aspectos teórico-metodológicos. Londrina: UEL, 2011. p. 133-145.

RAJAGOPALAN, Kanavilil. A “dadidade” dos ditos dados na/da pragmática. In: GONÇALVES, A. & GOIS, M. L. (Orgs.). **Ciências da Linguagem**: o fazer científico. v. 2. Campinas: Mercado de Letras, 2014. p. 67-104.

RISTOFF, Dilvo I. Avaliação institucional: pensando princípios. In: \_\_\_\_\_; BALZAN, Newton César. **Avaliação institucional**: teoria e experiências. 4ª ed. São Paulo: Cortez, 2008. p. 37-52.

STANISZEWSKI, Gabrielle. Apontamentos sobre as questões discursivas do ENADE 2012 e 2015 para os cursos de Publicidade e Propaganda. In: **Anais do VIII ENPECOM**. Curitiba: UFPR, out.

2016a. p. 491-500. Disponível em: <[http://www.enpecom.ufpr.br/anais/2016/anais\\_2016.pdf](http://www.enpecom.ufpr.br/anais/2016/anais_2016.pdf)>. Acesso em: 13 jan. 2017.

\_\_\_\_\_. Formação de publicitários: investigação do ensino sob a perspectiva discente. In: **Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na região Sul** – Joinville, 04 a 06 de junho. São Paulo: Intercom, 2015. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2015/resumos/R45-0425-1.pdf>>. Acesso em: 14 jul. 2015.

\_\_\_\_\_. Percepção dos alunos paranaenses de Publicidade e Propaganda sobre o ENADE 2012. In: **Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul**. Curitiba: Intercom, mai. 2016b. p. 1-11. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sul2016/resumos/R50-1694-1.pdf>>. Acesso em: 16 out. 2016.

\_\_\_\_\_. Publicidade e Propaganda no Enade 2012 – cursos paranaenses com melhor desempenho. In: **Revista Uninter de Comunicação**. v. 4, n. 6. Curitiba: Uninter, 2016c. p. 76-91. Disponível em: <<http://uninter.com/revistacomunicacao/index.php/revistacomunicacao/article/view/626/352>>. Acesso em: 19 jun. 2016.

UNESCO Brasil. **Repensar a educação**: rumo a um bem comum mundial? Brasília: UNESCO Brasil, 2016.

VERHINE, Robert E. Avaliação e regulação da educação superior: uma análise a partir dos primeiros 10 anos do SINAES. In: **Avaliação**. v. 20, n. 3. Campinas/Sorocaba, nov. 2015. p. 603-619. Disponível em: <<http://periodicos.uniso.br/ojs/index.php?journal=avaliacao&page=article&op=view&path%5B%5D=2323&path%5B%5D=pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2016.