a) habilidades vinculadas à competência I:

1. identificar pautas e temas relevantes, com base na análise crítica do contexto atual e das necessidades informativas de uma sociedade plural e diversa;

2. avaliar fontes de informação de acordo com critérios de pertinência, confiabilidade, pluralidade e independência, garantindo a qualidade ético-expressiva da produção jornalística;

3. conduzir entrevistas fundamentadas no respeito à dignidade humana e nos princípios éticos da profissão, com o objetivo de conhecer e verificar informações essenciais para a construção das narrativas jornalísticas;

4. contextualizar e explicar fatos e informações em suas dimensões históricas, políticas, econômicas, socioambientais e culturais, para oferecer uma cobertura precisa e de qualidade;

5. organizar as etapas de planejamento e execução de projetos editoriais, estabelecendo cronogramas, recursos necessários e equipes responsáveis para viabilizar a produção plural e diversa de conteúdos jornalísticos.

II - competência em desenvolvimento de projetos e inovação:

envolve a capacidade de planejar, executar e gerir diferentes processos de produção jornalística em organizações distintas, bem como ser capaz de aperfeiçoá-los pela inovação, colaboração e pelo exercício do pensamento crítico.

a) habilidades vinculadas à competência II:

I - definir as diretrizes e os objetivos para elaborar projetos de cunho jornalístico para diferentes públicos e instituições, de acordo com os padrões de qualidade e a ética profissional;

II - conhecer abordagens inovadoras para empreender e gerir negócios jornalísticos, visando à sustentabilidade financeira e ao fortalecimento do ecossistema comunicacional e da democracia;

III - reconhecer as dinâmicas e as competências necessárias para o trabalho em equipes interdisciplinares, valorizando a colaboração e o diálogo entre diferentes áreas de conhecimento para a qualificação dos produtos e das práticas jornalísticas;

IV - executar projetos de assessoria jornalística articulados a outras áreas da comunicação organizacional em instituições de diferentes naturezas, tais como públicas, corporativas, comunitárias, sindicais ou não governamentais;

V - utilizar, de forma crítica, os recursos tecnológicos disponíveis, com linguagens jornalísticas inovadoras e inclusivas, considerando o contexto da plataformização cultural, política e socioeconômica.

Art. 6º O componente específico da área de Jornalismo tomará como referencial os seguintes objetos de conhecimento:

I - teorias da comunicação;
II - teorias do jornalismo;
III - história do jornalismo;
IV - linguagens jornalísticas;
V - sociologia e políticas de comunicação;
VI - crítica da mídia;
VII - metodologia e pesquisa em jornalismo;
VIII - ética e legislação em jornalismo;
IX - gêneros e formatos jornalísticos;
X - jornalismo especializado;
XI - jornalismo impresso;
XII - fotojornalismo;
XIII - radiojornalismo e mídias sonoras;
XIV - telejornalismo e audiovisual;
XV - jornalismo digital e plataformização;
XVI - jornalismo de dados;
XVII - planejamento gráfico e visual em jornalismo;
XVIII - comunicação organizacional e assessoria de imprensa;
XIX - práticas, técnicas e processos produtivos contemporâneos em jornalismo;
XX - educação midiática e combate à desinformação.

Art. 7º Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação.

MANUEL FERNANDO PALACIOS DA CUNHA E MELO

PORTARIA Nº 345, DE 28 DE MAIO DE 2025

Dispõe sobre as diretrizes de prova do componente específico da área de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda, no âmbito do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), edição 2025.

O PRESIDENTE DO INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA - INEP, no uso das atribuições que lhe confere o Decreto nº 6.317, de 20 de dezembro de 2007, e tendo em vista o disposto na Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, na Portaria Normativa MEC nº 840, de 24 de agosto de 2018 e suas alterações, nas Portarias INEP nº 33, de 17 de janeiro de 2025, nº 125, de 11 de março de 2025, na Portaria MEC nº 392, de 26 de maio de 2025 e o disposto no processo SEI n. 23036.004160/2025-82, resolve:

Art. 1º A prova do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes - Enade 2025 dos Cursos de Bacharelado será constituída pelo componente de Formação Geral, comum a todos os cursos dessa modalidade avaliados nesse ciclo, e pelo componente específico de cada área.

Art. 2º O componente de Formação Geral dos Cursos de bacharelado será constituído por 15 (quinze) questões, todas de múltipla escolha.

Parágrafo único. As diretrizes para o componente de Formação Geral dos Cursdos de Bacharelado são publicadas em portaria específica.

Art. 3º O componente específico da área de Publicidade e Propaganda será constituído por 30 (trinta) questões de múltipla escolha e 01 (uma) discursiva.

Parágrafo único. O componente específico da área de Publicidade e Propaganda terá como subsídios as Diretrizes Nacionais Curriculares do curso e as normativas associadas à legislação profissional.

Art. 4º O componente específico da área de Publicidade e Propaganda tomará como referência as seguintes características do perfil do(a) estudante concluinte:

I - crítico, reflexivo e ético, com formação humanística e científica, capaz de atuar frente à complexidade das transformações do mundo contemporâneo, observando as demandas mercadológicas, institucionais, sociais e ambientais;

II - inovador e empreendedor no planejamento, na execução e na avaliação dos processos comunicacionais e publicitários;

III - estrategista no desenvolvimento das atividades de planejamento e gestão de comunicação integrada, monitorando e aferindo resultados a partir dos objetivos estipulados;

IV - criativo na concepção e produção de peças, ações e campanhas comunicacionais e publicitárias;

V - ético no exercício do marketing, da comunicação e da publicidade e em relação à diversidade das demandas mercadológicas, institucionais, sociais e ambientais.

Art. 5º O componente específico da área de Publicidade e Propaganda avaliará se o(a) estudante concluinte desenvolveu, durante o processo de formação, as seguintes competências e respectivas habilidades:

I - competência em pesquisa, análise e planejamento estratégico: envolve a capacidade de identificar oportunidades e desafios; analisar os ambientes mercadológico, institucional e social; desenvolver soluções estratégicas, a partir do marketing, da comunicação e da publicidade, com base em pesquisas para apoiar decisões.

a) habilidades vinculadas à competência I:

1. identificar os impactos dos fatores macroambientais e microambientais no planejamento estratégico;

2. analisar processos mercadológicos e sociais, avaliando suas implicações no marketing, na comunicação e na publicidade;

3. desenvolver soluções estratégicas utilizando métodos e técnicas de marketing, comunicação e publicidade;

4. gerenciar fluxos de comunicação em variados meios, contemplando a inclusão e a diversidade de públicos;

5. avaliar os resultados das ações de marketing, comunicação e publicidade, com base em indicadores de desempenho e/ou pesquisas.

II - competência em inovação, criação e produção em comunicação e publicidade: envolve a capacidade de inovar, criar e produzir soluções comunicacionais, alinhadas às demandas mercadológicas, institucionais, sociais e ambientais.

a) habilidades vinculadas à competência II:

1. adotar visão inovadora, criativa e empreendedora sobre os novos modelos de negócios do campo comunicacional e publicitário;

2. definir estratégias criativas com base nos objetivos de comunicação, a partir de linguagens visual, verbal e sonora direcionadas aos diferentes públicos e meios;

3. conceber soluções criativas, diversas e inclusivas para diferentes contextos mercadológicos, institucionais, sociais e ambientais;

4. produzir peças, ações e campanhas comunicacionais e publicitárias alinhadas às estratégias criativas e adequadas às especificidades de cada meio;

5. incorporar as transformações da cultura tecnológica nas estratégias criativas de peças, ações e campanhas.

Art. 6º O componente específico da área de Publicidade e Propaganda tomará como referencial os seguintes objetos de conhecimento:

I - teorias da comunicação;
II - história da comunicação e da publicidade e propaganda;
III - legislação e ética profissional;
IV - metodologia e pesquisa em comunicação;
V - linguagens da comunicação;
VI - comunicação e culturas tecnológicas;
VII - teorias da imagem;
VIII - sociologia da comunicação;
XI - psicologia da comunicação;
X - pesquisa de mercado e de comportamento do consumidor;
XI - marketing e gestão de marcas;
XII - planejamento e ferramentas de comunicação integrada;
XIII - planejamento de mídia e de pontos de contato;
XIV - criação publicitária e metodologias criativas;
XV - redação publicitária;
XVI - direção de arte;
XVII - produção audiovisual, digital, fotográfica, gráfica e sonora;
XVIII - gestão e resultados em publicidade e propaganda;
XIX - inovação e empreendedorismo;
XX - comunicação pública e política.

Art. 7º Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação.

MANUEL FERNANDO PALACIOS DA CUNHA E MELO

PORTARIA Nº 346, DE 28 DE MAIO DE 2025

Dispõe sobre as diretrizes de prova do componente específico da área de Design, no âmbito do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), edição 2025.

O PRESIDENTE DO INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA - INEP, no uso das atribuições que lhe confere o Decreto nº 6.317, de 20 de dezembro de 2007, e tendo em vista o disposto na Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004, na Portaria Normativa MEC nº 840, de 24 de agosto de 2018 e suas alterações, nas Portarias INEP nº 33, de 17 de janeiro de 2025, nº 125, de 11 de março de 2025, na Portaria MEC nº 392, de 26 de maio de 2025 e o disposto no processo SEI n. 23036.004160/2025-82, resolve:

Art. 1º A prova do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes - Enade 2025 dos Cursos de Bacharelado será constituída pelo componente de Formação Geral, comum a todos os cursos dessa modalidade avaliados nesse ciclo, e pelo componente específico de cada área.

Art. 2º O componente de Formação Geral dos Cursos de bacharelado será constituído por 15 (quinze) questões, todas de múltipla escolha.

Parágrafo único. As diretrizes para o componente de Formação Geral dos Cursdos de Bacharelado são publicadas em portaria específica.

Art. 3º O componente específico da área de Design será constituído por 30 (trinta) questões de múltipla escolha e 01 (uma) discursiva.

Parágrafo único. O componente específico da área de Design terá como subsídios as Diretrizes Nacionais Curriculares do curso e as normativas associadas à legislação profissional.

Art. 4º O componente específico da área de Design tomará como referência as seguintes características do perfil do(a) estudante concluinte:

I - articulado e expressivo no uso de linguagens e na comunicação de conceitos, ideias e soluções diversas;

II - empático, ético e crítico às questões sociais, históricas, culturais e ambientais, em contextos locais e globais;

III - comprometido em relação aos impactos dos fatores econômicos, materiais, tecnológicos e produtivos;

IV - engajado com o conhecimento teórico-prático e a utilização de métodos projetuais, atendendo às demandas da sociedade;

V - prospectivo e envolvido com visão sistêmica, criativa e interdisciplinar.

Art. 5º O componente específico da área de Design avaliará se o(a) estudante concluinte desenvolveu, durante o processo de formação, as seguintes competências e respectivas habilidades:

I - competência em planejamento, estratégia e gestão no design: envolve a articulação de diferentes áreas de conhecimento para planejar, coordenar e garantir a viabilidade econômica e estratégica de projetos de design, alinhando-os com as necessidades do mercado e dos usuários.

a) habilidades vinculadas à competência I:

1. reconhecer as áreas de conhecimento relevantes para um projeto de design e articular as atividades necessárias para sua realização;

2. identificar e organizar os componentes de um projeto de design, integrando diferentes áreas de atuação;

3. desenvolver estratégias para a efetividade e a inovação nos projetos, alinhadas aos objetivos estratégicos e às demandas da sociedade;

4. analisar o impacto ambiental e a viabilidade econômica, mercadológica e técnica dos projetos de design, considerando a sua sustentabilidade;

5. gerenciar o processo de design considerando visão estratégica em contextos e cenários diversificados.

II - competência em criatividade, comunicação e cultura no design: envolve a aplicação de soluções criativas e funcionais no design, incorporando aspectos culturais, estéticos e simbólicos, garantindo-se que os produtos ou serviços criados se comuniquem de forma eficaz com os públicos.

a) habilidades vinculadas à competência II:

1. propor linguagens e formas de comunicação baseados nos fundamentos do design para transmitir ideias e soluções de design;

2. selecionar os métodos, as técnicas e as ferramentas projetuais para o desenvolvimento de soluções de design em contextos diversificados;

3. integrar aspectos físicos, cognitivos e socioculturais no processo projetual, promovendo soluções inclusivas e eficazes;

4. incorporar aspectos históricos, estéticos e culturais no design, evidenciando suas contribuições para o processo projetual;

5. compreender a importância de abordagens multidisciplinares na articulação das necessidades, anseios e expectativas das pessoas.