



Scan to know paper details and  
author's profile

# Motivation and Awareness Campaign: Institutional Evaluation of Faculdade São Francisco De Assis

*Fernandes, Elisiane Alves & Fernandes, Andreia Castiglia*

## ABSTRACT

The quality of higher education is a topic of great relevance, as it is directly linked to the formation of qualified professionals for the exercise of their roles. To assess the quality of higher education, the Ministry of Education established parameters and implemented various evaluation instruments. The publication of Law 10.861/2004 systematized these assessments, highlighting the need for an in-depth study of the system and the active participation of the academic community in this process. The specific objective was to apply new evaluation instruments following a motivation and awareness campaign, assessing the new participation rates. The research was qualitative and quantitative, using a case study with document analysis. In the data discussion analysis, a comparative method was used to address the specific objective. The legislation from INEP and MEC provided the theoretical foundation for this investigation. In the final considerations, it was found that continuous mobilization and awareness efforts, through effective campaigns, enhance the understanding of the topic and contribute to improving the teaching and learning process, as well as promoting improvements in institutional infrastructure.

*Keywords:* quality. institutional evaluation. higher education legislation.

*Classification:* NLM Code: W20.5, W84.6, W76.3

*Language:* English



Great Britain  
Journals Press

LJP Copyright ID: 392845

London Journal of Medical & Health Research

Volume 24 | Issue 9 | Compilation 1.0





# Motivation and Awareness Campaign: Institutional Evaluation of Faculdade São Francisco De Assis

Campanha De Motivação E Conscientização: Avaliação Institucional Da Faculdade São Francisco  
De Assis

Fernandes, Elisiane Alves<sup>a</sup> & Fernandes, Andreia Castiglia<sup>o</sup>

## RESUMO

A qualidade na educação superior é um tema de grande relevância, pois dela depende a formação de profissionais qualificados para o exercício de suas funções. Para avaliar a qualidade da educação superior o Ministério da Educação estabeleceu parâmetros e implementou diversos instrumentos. A publicação da Lei 10.861/2004 sistematizou essas avaliações, destacando a necessidade de um estudo aprofundado sobre o sistema e a participação ativa da comunidade acadêmica nesse processo. O objetivo específico foi de aplicar novos instrumentos de avaliação após campanha de motivação e sensibilização avaliando os índices de participação. O tipo de pesquisa foi qualiquantitativa, utilizando estudo de caso com análise documental. Na análise de discussão dos dados utilizou-se método comparativo para responder o objetivo específico. A legislação do INEP e do MEC embasaram teoricamente essa investigação. Nas considerações finais, constatou-se que a mobilização e a sensibilização contínuas, por meio de campanhas eficazes, ampliam a compreensão do tema e contribuem para aprimorar o processo de ensino e aprendizagem, além de promover melhorias na infraestrutura institucional.

**Palavras-Chave:** qualidade. avaliação institucional. legislação do ensino superior.

## ABSTRACT

*The quality of higher education is a topic of great relevance, as it is directly linked to the formation of qualified professionals for the exercise of their*

*roles. To assess the quality of higher education, the Ministry of Education established parameters and implemented various evaluation instruments. The publication of Law 10.861/2004 systematized these assessments, highlighting the need for an in-depth study of the system and the active participation of the academic community in this process. The specific objective was to apply new evaluation instruments following a motivation and awareness campaign, assessing the new participation rates. The research was qualitative and quantitative, using a case study with document analysis. In the data discussion analysis, a comparative method was used to address the specific objective. The legislation from INEP and MEC provided the theoretical foundation for this investigation. In the final considerations, it was found that continuous mobilization and awareness efforts, through effective campaigns, enhance the understanding of the topic and contribute to improving the teaching and learning process, as well as promoting improvements in institutional infrastructure.*

**Keywords:** quality. institutional evaluation. higher education legislation.

## I. INTRODUCCIÓN

A qualidade na educação superior é um assunto muito relevante, pois dela depende a formação de profissionais qualificados para exercerem suas profissões. Desde os anos 1980, o Ministério da Educação estabeleceu parâmetros para medir a qualidade do ensino, utilizando diversos

instrumentos de avaliação. No entanto, foi com a promulgação da Lei 10.861, em 14 de abril de 2004, que essas avaliações foram finalmente parametrizadas e sistematizadas.

A criação dessa lei resultou na implementação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (SINAES), que abrange tanto a avaliação interna quanto a externa, com a utilização de índices de qualidade. Com isso, surgiram as Comissões Próprias de Avaliação (CPAs), com a responsabilidade de, em cada instituição, avaliar os pontos fortes e fracos no processo de ensino e aprendizagem, assim como na infraestrutura. A avaliação é composta por diversos instrumentos, onde todos os atores da comunidade acadêmica se avaliam mutuamente.

Desde o início, foi detectada a dificuldade em sensibilizar a comunidade acadêmica para participar ativamente do processo de avaliação, evidenciando a necessidade de uma análise aprofundada da estrutura da lei, dos instrumentos de avaliação, de sua aplicação, da mobilização e sensibilização da comunidade, e da divulgação dos resultados.

O objetivo principal deste artigo é analisar o processo de avaliação institucional, identificando as ações necessárias para torná-lo uma ferramenta significativa e transformadora reconhecida por todos os envolvidos. Como objetivo específico aplica-se os novos instrumentos de avaliação após campanha de motivação e sensibilização avaliando os índices de participação.

## II. REFERENCIAL TEÓRICO

No referencial teórico apresenta-se a contextualização da avaliação, conceitua-se avaliação institucional, a avaliação institucional no cenário nacional, histórico da faculdade São Francisco de Assis e seu processo de avaliação.

### 2.1 Contextualizando Avaliação

A avaliação é a reflexão colocada em prática, uma ação que nos motiva a novas reflexões. Trata-se de uma reflexão contínua do educador sobre sua própria realidade e do acompanhamento gradual

do educando em seu processo de desenvolvimento. Nesse caminho, tanto educadores quanto educandos aprendem sobre si mesmos e sobre o contexto escolar, através do ato avaliativo, segundo conceitua Hoffmann (1992).

### 2.2 Conceituando Avaliação Institucional

O processo de avaliação institucional é complexo, diferenciado, permanente e em constante aperfeiçoamento, pois tem como objetivo intensificar a melhoria da qualidade do ensino, o aumento no atendimento ao público, o incentivo a pesquisa e extensão e a transmissão da informação de forma direta para a sociedade sobre a situação do sistema de ensino superior. Meyer e Murphy (2000) acrescenta que a avaliação é um importante instrumento de gestão e mede os desempenhos da instituição, sua excelência, utilidade e relevância.

Machado (1994) por sua vez complementa que a avaliação é um exame de efetividade da instituição e que é indispensável manter um processo permanente para buscar indicadores que possibilitem o constante desenvolvimento institucional sendo necessário, para isso, contar com o comprometimento de todos os envolvidos direta ou indiretamente. Palharini (1996) conclui declarando que a qualidade na universidade pode e deve ser medida através da avaliação institucional permanente.

Assim, os teóricos estudados acima, permitem afirmar que a avaliação institucional verifica a qualidade da educação superior, sua função e significância, sendo indispensável manter o processo permanente para buscar os parâmetros que viabilizam o desenvolvimento institucional. Por tal afirmação pode-se inferir que uma avaliação em 360 graus faz sentido.

O processo de avaliação institucional não possui uma única visão, porque são muitos os aspectos contraditórios de educação, universidade e sociedade que estão sendo inseridas no referido processo.

### 2.3 Avaliação Institucional do Cenário Nacional

A Avaliação Institucional no Cenário Nacional vem sendo discutida desde os anos 80 e por isso nos próximos subcapítulos se analisará o Histórico Evolutivo da Avaliação Institucional da Educação Superior e o Processo de Avaliação Institucional do Ensino Superior.

Conforme INEP (2018) a primeira iniciativa para avaliar a graduação da Educação Superior brasileira ocorreu, em 1983, com a criação do Programa de Avaliação da Reforma Universitária (PARU). Após muitas outras formas foram aplicadas, sendo que em 20024 foi criado o SINAES, através da Lei 10.861, que teve como objetivo unificar o processo nacional de avaliação das instituições de ensino superior e seus cursos de graduação.

Com a criação do SINAES a avaliação do ensino superior passou a ter três modalidades: avaliação dos cursos de graduação, avaliação do desempenho dos estudantes e a articulação entre a regulação e a avaliação educativa. Todas as avaliações integram um conjunto de políticas que visam a expansão do sistema que seja parte de um processo de valorização da educação superior no Brasil.

A avaliação institucional para Helgio Trindade, presidente do CONAES em 2004, deve contemplar uma visão global, qual seja:

O objeto de análise é o conjunto de dimensões, estruturas, relações, atividades, funções e finalidades da IES, centrado em suas atividades de ensino, pesquisa e extensão segundo os diferentes perfis e missões institucionais. Está compreendida, na avaliação da instituição, a gestão, a responsabilidade e compromissos sociais e a formação acadêmica e profissional com vistas a repensar sua missão para o futuro. Os sujeitos da avaliação são os conjuntos de professores, estudantes, técnico-administrativo e membros da comunidade externa especialmente convidados designados. (TRINDADE apud BRASIL 2004, p. 7).

Propondo a melhoria do processo de ensino e aprendizagem e visando a qualidade da educação

superior esse sistema foi homologado através da lei onde também foi pensando diversos indicadores da avaliação pretendendo o envolvimento de todos nesse processo.

Desta forma, desde a criação do SINAES as instituições de ensino superior têm sido reguladas, tendo que cumprir com a avaliação institucional anualmente.

### 2.4 Histórico da Faculdade São Francisco de Assis

A Faculdade São Francisco de Assis surgiu de uma conjugação de ideias de alguns professores que atuavam nas cidades de Porto Alegre e São Paulo. Os idealizadores da faculdade juntaram esforços intelectuais de diferentes áreas de conhecimentos e fizeram com que seus planos se materializassem no que hoje é uma das mais importantes instituições de ensino superior, com atuação na capital do Rio Grande do Sul, de acordo com o PDI (2018).

Atualmente com 20 anos de existência, a Faculdade São Francisco de Assis conta com cerca de seiscentos discentes matriculados nos 20 cursos presenciais. Em 2019 foi credenciada para o ensino a distância, tendo 1700 alunos matriculados nos 11 cursos autorizados pelo MEC.

#### 2.4.1 Avaliação na Instituição

O primeiro ciclo do processo de avaliação teve início em 2004, nesse ano e no ano seguinte somente foi avaliado o desempenho dos docentes, com a aplicação do instrumento de avaliação em sala de aula e o resultado processado através de leitora óptica, interpretado pela escala likert.

Nesse primeiro ciclo avaliativo 2004-2006, foi avaliado somente o desempenho dos docentes pelos discentes. No relatório foi considerada a média geral dos professores por ano avaliado, percebe-se que a média no 2º semestre de 2005 foi a mais baixa, porém os motivos dessa queda não foram tratados por ocasião do relatório trienal.

O segundo ciclo do processo avaliativo, respeitando os princípios do SINAES, ocorreu nos



anos de 2006, 2007 fechando com o Relatório Trienal 2006-2008, nesse triênio iniciou a primeira avaliação institucional no 1º semestre de 2006 e seguiram nos anos seguintes.

O terceiro ciclo do processo avaliativo ocorreu em 2008, 2009 e 2010 encerrando com o Relatório Trienal 2008-2010.

Nos anos seguintes de 2011 a 2013 a CPA realizou suas avaliações sistematizadas, buscando a difusão de uma cultura cada vez mais focada na avaliação institucional e a avaliação institucional foi feita separada em serviços básicos e serviços terceirizados, porém novamente nenhum dos dados foi tratado, explorado ou divulgado.

A partir da Portaria n.º 92, de 31 de janeiro de 2014, o processo de avaliação do SINAES, foi redefinido com um novo modelo avaliativo, gerando um instrumento que passou a ser contemplado em cinco eixos agrupando as dez dimensões.

Em 2014 foram aplicados os instrumentos de avaliação do desempenho do docente, avaliação do docente pela coordenação, autoavaliação do discente, autoavaliação do docente, avaliação institucional discente, docente e técnico administrativo, que segundo a CPA (2015), o conjuntos desses instrumentos de avaliação:

Permite que a instituição tenha um sistema de diagnóstico sistêmico que subsidia a melhoria e o aperfeiçoamento da qualidade, incidindo sobre seus docentes, discentes, estrutura curricular, colaboradores, estrutura física, etc., identificando as potencialidades e oportunidades para um processo de melhoria contínua. Para a instituição, esses instrumentos são indispensáveis para que as decisões na busca desse aprimoramento dos cursos da Faculdade São Francisco de Assis e que estejam fundamentadas em informações de um cenário comprometido com a comunidade acadêmica. (CPA, 2015, p. 24).

Em 2015 e 2016 foram aplicados os mesmos instrumentos e no Relatório Trienal Integral 2015/2017 foi apresentado a consolidação das versões parciais. Desde então as avaliações são feitas em instrumentos aplicados pelo portal do

aluno e do professor e também para os técnicos administrativos, para a sociedade civil organizada e para os egressos, caracterizando uma avaliação 360 graus onde todos avaliam todos contemplando as dimensões e eixos exigidos pela legislação.

### III. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Essa pesquisa é de abordagem quali-quantitativa que para Spratt, Walker e Robinson (2004), utilizar os dois métodos contribui muito para a investigação porque permite beneficiar-se das competências de cada um:

Combinar métodos qualitativos e quantitativos parece uma boa ideia. Utilizar múltiplas abordagens pode contribuir mutuamente para as potencialidades de cada uma delas, além de suprir as deficiências de cada uma. Isto proporcionaria também respostas mais abrangentes às questões de pesquisa, indo além das limitações de uma única abordagem (SPRATT, WALKER e ROBISON, 2004, p. 6).

O estudo de caso se caracteriza como uma pesquisa aplicada, onde o pesquisador estuda um caso específico, por exemplos: uma instituição, uma pessoa, um grupo ou uma família em sua realidade. O pesquisador fará uma análise dos documentos e buscará um embasamento teórico na bibliografia.

Para Yin (2001) um estudo de caso é “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro do seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.” (YIN, 2001 p. 33). Para Laville & Dione (1999):

A vantagem mais marcante dessa estratégia de pesquisa repousa, é claro, na possibilidade de aprofundamento que oferece, pois os recursos se veem concentrados no caso visado, não estando o estudo submetido às restrições ligadas à comparação do caso com outros casos (LAVILLE & DIONNE, 1999, p. 156).

De acordo com os autores o estudo de caso analisa os documentos que darão ao pesquisador o

embasamento teórico para a análise não interferindo no objeto, mas avaliando as compreensões dos envolvidos.

A pesquisa documental, de acordo com Gil (2008) é muito parecida com a bibliográfica. A diferença está na natureza das fontes, pois esta forma vale-se de materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetos da pesquisa. Fontelles (2009) afirma que a pesquisa documental é aquela que:

Visa apenas a observar, registrar e descrever as características de um determinado fenômeno ocorrido em uma amostra ou população, sem, no entanto, analisar o mérito de seu conteúdo. Geralmente, na pesquisa quantitativa do tipo descritiva, o delineamento escolhido pelo pesquisador não permite que os dados possam ser utilizados para testes de hipóteses, embora hipóteses possam ser formuladas a posteriori, uma vez que o objetivo do estudo é apenas descrever o fato em si. (FONTELLERES, 2009, p. 8).

Além de analisar os documentos de “primeira mão”, existem também aqueles que já foram processados, mas podem receber outras interpretações, como os relatórios.

#### IV. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para o objetivo aplicou-se os novos instrumentos de avaliação após campanha de

motivação e sensibilização avaliando os índices de participação.

Segundo Ceribeli et. al (2013) a participação dos alunos promove o crescimento consolidado da instituição e reforça o sentimento de parceria:

Fazendo com que haja um maior comprometimento por parte deste público que passa a se enxergar como parte de um importante processo de amadurecimento da IES e, assim, fortalecendo sua fidelização e engajamento com as causas da mesma. É preciso pensar a comunicação de marketing como uma grande aliada em ações onde o contato com o cliente é fator definitivo para o alcance de metas e objetivos. (CERIBELI, et. al 2013, p. 9).

A Comissão Própria de Avaliação e a pesquisadora tiveram a colaboração dos estudantes que estagiam na Frade Agência Experimental do curso de Publicidade e Propaganda para a identidade visual da campanha.

Após algumas reuniões para explicar as questões da avaliação institucional e da Comissão Própria de Avaliação, foi lançada a campanha “O Ciclo da Transformação” que teve início do mês de maio com o envio de e-mails conforme Figura 1 e Cards postados nas Redes Sociais, de acordo com a Figura 2.



Fonte: (Frade, 2019)

Figura 1: Email Para Alunos, Professores E Funcionários



Fonte: (Frade, 2019)

Figura 2: Card 1 – Redes Sociais

A campanha contou também com cartazes fixados nas salas de aula e em pontos estratégicos da instituição conforme Figura 3.



Fonte: (Frade, 2019)

Figura 3: Cartaz Divulgado Nas Salas De Aula

De acordo com a apresentação da equipe da Frade os cartazes devem ser distribuídos por toda a instituição com informações sobre a CPA já que a grande maioria dos alunos não sabe do que se

Através de toda a identidade visual da campanha os alunos devem conseguir associar os cartazes com os outros itens que estão circulando nos corredores e redes sociais da faculdade.



A campanha de motivação e sensibilização contou com muitas etapas para se seja possível analisar qual delas é a mais efetiva. Sendo assim o Banner (Figura 4) junto ao Cubo Mágico (Foto 1) foram

pensados com intuito de promover a sensibilização visual do preenchimento dos formulários para manter os alunos, professores e funcionários envolvidos com o processo.



Fonte: (Frade, 2019)

Figura 4: Banner



Fonte: (Frade, 2019)

Foto 1: Banner e Cubo Mágico Expostos

De acordo com Moura (2017), a sensibilização é um ponto muito importante no processo de avaliação institucional.

A questão da sensibilização é um ponto crucial da avaliação institucional, aliás, é tão importante que

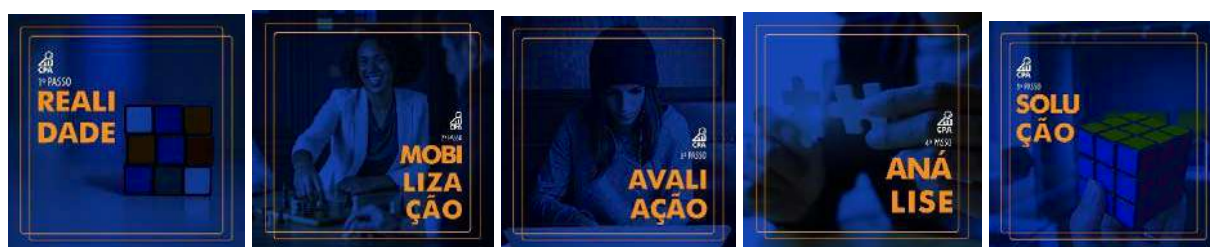
está expresso nos documentos oficiais do SINAES que orientam os processos nas IES. Através da sensibilização busca-se o envolvimento da comunidade escolar na construção da proposta avaliativa por meio da realização de reuniões,

palestras, seminários, entre outros. Cabe ressaltar que a sensibilização deve estar presente tanto nos momentos iniciais quanto na continuidade das ações avaliativas, pois sempre haverá sujeitos novos iniciando sua participação no processo: sejam estudantes, professores, técnico-administrativo e demais representantes. (MOURA, 2017, p. 114).

Portanto, sensibilizar significa envolver todos no processo e assim a participação efetiva com as respostas que possam dar resultado e busca da

melhoria no ensino e aprendizagem e infraestrutura. Por isso a campanha da Frade foi tão importante.

O ciclo da transformação contou com 5 etapas, sendo a primeira Realidade, a segunda Mobilização, a terceira Avaliação, a quarta Análise e a quinta Solução, de acordo com a Figura 5 esses cards foram compartilhados nas redes sociais oficiais da instituição.



Fonte: (Frade, 2019)

Figura 5: Etapas do Ciclo da Transformação

Para Kotler e Keller, usar as técnicas do Marketing para promover a coordenação auxilia no impacto que a mensagem causa no usuário.

O Mix de Comunicação de Marketing promove a interação e a coordenação dos esforços de comunicação (propaganda, publicidade, relações públicas, promoção de vendas, merchandising e qualquer outra ferramenta de comunicação de marketing) no intuito de maximizar o impacto da mensagem do anunciante sobre os consumidores (KOTLER; KELLER, 2006, p. 533)

De acordo com os autores é possível usar os caminhos da comunicação para motivá-los a colaborarem com o processo de avaliação, por isso considera-se essencial que as campanhas aplicadas em 2019 sejam efetivas no objetivo de fazer com que os discentes entendam a CPA e a avaliação institucional como primordial para a melhoria da qualidade no processo de ensino e aprendizagem e na infraestrutura.

A Figura 6 mostra a imagem enviada aos discentes, docentes e técnicos administrativos como ponto primordial no processo de sensibilização.



Fonte: (Frade, 2019)

Figura 6: Email Para Alunos, Professores e Funcionários

O cubo possui 6 lados e como um cubo mágico tem as cores laranja, verde, amarelo, vermelho, azul e branco. Cada quadrado de cada cor representa que 25 alunos preencheram o

formulário de avaliação institucional. Conforme a Foto 5 em 21 de junho de 2019 quando havia 227 respostas.



Fonte: (Frade, 2019)

Foto 2: Cubo Parcialmente Preenchido

Em 26 de junho foi feita uma enquete via Instagram oficial da instituição para que os alunos participassem da escolha da próxima cor para o cubo e resolveu-se aguardar o próximo semestre porque eles estavam envolvidos com as provas e provavelmente não se interessariam em preencher a pesquisa. Em 21 de agosto de 2019 após os ajustes de matrícula, retornou-se a campanha enviando um e-mail com a motivação para preencher a cor escolhida na enquete, conforme Figura 7.





Fonte: (Elaborado pela autora, 2019)

Figura 7: Email Motivacional

A campanha visual continuou em elaboração e a equipe da Frade coordenada pela Profa. Andreia criou um display usando um QR Code que permite que qualquer estudante com seu celular acesse o formulário de forma mais rápida e eficiente. Como se pode observar na Foto 3.



Fonte: (Elaborado pela autora, 2019)

Foto 3: Display com QRCode

Além do QRCode no display acima do cubo também foram feitos os displays para as mesas da cantina com o intuito de facilitar o acesso ao formulário. Conforme a Foto 4 e pode-se visualizar a disposição dos displays nas mesas da cantina como demonstra a Foto 5.



Fonte: (Elaborado pela autora, 2019)

Foto 4: Os dois lados dos displays



Fonte: (Elaborado pela autora, 2019)

Foto 5: Os Displays Distribuídos Nas Mesas Da Cantina

Para reforçar a campanha com os técnicos administrativos foi proposto um café com conhecimento onde foi apresentada a importância da opinião deles como parte do sistema e do processo. Como se visualiza na Foto 6, o comparecimento foi de 72% dos colaboradores efetivos e estagiários.





Fonte: (Elaborado pela autora, 2019)

Foto 6: Café com Conhecimento – Técnicos Administrativos

Para melhor visualização da campanha motivacional aplicada de maio a novembro elaborou-se o infográfico conforme Figura 8.



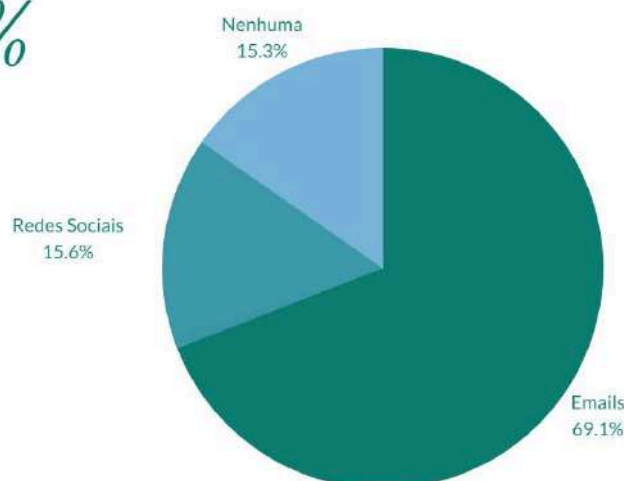
Fonte: (Elaborado pela autora, 2019)

Figura 8: Infográfico da Campanha de Motivação

Com o infográfico se pôde visualizar a intensidade da campanha e com o Gráfico 1 se verifica a sua efetividade.

## ENVIO DE E-MAILS

69,1%



Fonte: (Elaborado pela autora, 2019)

Gráfico 1: Resultado da Campanha Motivacional

A campanha visual e motivacional mostrou que realmente faz efeito quando é demonstrado através de imagens e ações o que é qual o objetivo da avaliação institucional, no entanto o envio de e-mails se tornou mais efetivo, pois foram enviados cinco e-mails nos dias 23/05 com 54 respostas, 29 de maio com 53 respostas, 14 de junho 34 respostas, 21 de agosto com 36 respostas e 08 de novembro com 27 respostas, totalizando 204 respostas. Sobre postagens nas redes sociais oficiais Facebook e Instagram as postagens foram dia 23 de maio, simultaneamente com o e-mail, que foi o card Ciclo da Transformação, dia 24 de maio o card Realidade, dia 25 de maio o card Mobilização, dia 28 de maio o card Avaliação e 30 de maio o card Análise.

A avaliação institucional respondida pelo discente em 2018 teve a participação de 46 discentes para uma média de 1.214, sendo apenas 3,79%. Em 2019 a média de alunos matriculados nos cursos da instituição é de 1.234 e a participação após campanha de mobilização e sensibilização alcançou 333 respostas, correspondendo a 25,98%.

A avaliação institucional aplicada aos docentes teve em 2018 a participação de 31 professores de 99, sendo 31,31% e em 2019 foram 53 professores de 101 professores significando 52,47% de participação.

Para o corpo técnico administrativo em 2018 se teve 13 participações de 25 técnicos, sendo 52%, em 2019 também foram 13 participantes de 25, mantendo os 52% de participação.



Fonte: (Elaborado pela autora, 2019)

Gráfico 2: Comparativo 2015/2017 e 2019

Como demonstrado no Gráfico 2 observa-se que a campanha de mobilização e conscientização gerou um pequeno aumento no índice de participação, no Gráfico 1 identifica-se que o envio do e-mail é o canal mais eficiente para aumentar o índice de participação da importância desse tipo de avaliação, porém ainda não é possível afirmar que essa melhora tenha sido sinônimo de eficácia, ou seja, aumentar o índice não significa ter conseguido o entendimento dos participantes da importância desse instrumento.

## V. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebeu-se que mesmo sendo amplamente divulgada a Avaliação Institucional ainda é desconhecida e não entendida por parte da comunidade acadêmica que não reconhece as etapas do processo, desconhece a legislação e não visualiza os resultados publicados através do site da instituição e dos murais.

A campanha contou com as informações sobre a CPA, sobre os instrumentos, sobre a legislação e sua importância e embora todos os esforços por parte de bolsistas e dos membros da CPA o resultado gerou apenas um pequeno aumento no índice de participação dos alunos, dos professores e dos colaboradores na avaliação institucional, sendo assim conclui-se que conhecer a opinião do

discente sobre as ações tomadas a partir dos resultados da avaliação institucional foi imprescindível para subsidiar a instituição com medidas que busquem a melhoria da qualidade do ensino, da aprendizagem e da infraestrutura e do próprio processo de avaliação.

É necessário considerar sempre que as ações devem ser contínuas e inovadoras, mas ao mesmo tempo podem ser as mesmas já utilizadas pensando na renovação do quadro de discentes, docentes e técnicos administrativos. Essa investigação foi importante para encontrar os caminhos que levam a avaliação institucional ser um instrumento transformador.

## REFERÊNCIAS

1. Brasil. Congresso Nacional. Lei 10.861 de 14 de abril de 2004. Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior - SINAES e dá outras providências. Diário Oficial da República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 2004.
2. Ceribeli, João Paulo. As estratégias de comunicação institucional da CPA como mecanismo para o aumento da participação do corpo discente nas avaliações da FAGOC. João Paulo Ciribeli, et. al. Seminários INEP, 2013. Disponível em: <<http://download.inep.gov>.

- br/educacao\_superior/avaliacao\_institucional/seminarios\_regionais/trabalhos\_regiao/2013/sudeste/eixo\_1/estrategias\_comunicacao\_institucional\_cpa\_corpo\_disc.pdf>. Acesso em 12 ago 2019.
3. Faculdade São Francisco De Assis. Plano de Desenvolvimento Institucional. Disponível em: <<http://www.saofranciscodeassis.edu.br/Areas/Admin/Arquivos/PDI%20-%20maio%20de%202015.pdf>>. Acesso em: 01 abr. 2019.
4. Faculdade São Francisco De Assis. Relatório de Autoavaliação da Comissão Própria de Avaliação. 2018. Disponível em: <[http://www.saofranciscodeassis.edu.br/wp-content/uploads/2018/03/relauto\\_avalacao2015.pdf](http://www.saofranciscodeassis.edu.br/wp-content/uploads/2018/03/relauto_avalacao2015.pdf)>. Acesso em: 10 mai 2019.
5. Fontelles, Mauro José. Metodologia da Pesquisa científica: diretrizes para a elaboração de um protocolo de pesquisa. Universidade Federal de Goiás, 2009. Disponível em: <[https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo\\_C8\\_NONAME.pdf](https://cienciassaude.medicina.ufg.br/up/150/o/Anexo_C8_NONAME.pdf)>. Acesso em 01 out 2019.
6. Gil, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
7. Hoffmann, J. Avaliação: mito e desafio. Porto Alegre, Educação e Realidade Editora, 1a ed., 1992.
8. Instituto Nacional De Estudos E Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. Censo da Educação Superior 2018: Notas estatísticas. Disponível em: <[http://download.inep.gov.br/educacao\\_superior/centso\\_superior/documentos/2019/centso\\_da\\_educacao\\_superior\\_2018-notas\\_estatisticas.pdf](http://download.inep.gov.br/educacao_superior/centso_superior/documentos/2019/centso_da_educacao_superior_2018-notas_estatisticas.pdf)>. Acesso em 12 ago 2019.
9. Kotler, Philip; KELLER, Kevin. Administração de Marketing. 12. ed. São Paulo: Pearson, 2006.
10. Laville, C.; Dionne, J. A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas. Belo Horizonte: UFMG, 1999.
11. Machado, Lucília R. S. Controle da qualidade total: uma nova gestão do trabalho, uma nova pedagogia do capital. Extra-classe em Revista, SINPRO-MG, Belo Horizonte, ano 2, n.º 1, out. 1994.
12. Meyer Jr., V. Novo conceito e as habilidades do administrador universitário. In: Meyer.
13. JR., V.; MURPHY, J. P. (orgs.). Dinossauros, gazelas & tigres: novas abordagens da administração universitária. Um diálogo Brasil e Estados Unidos. Florianópolis: Insular, 2000.
14. MOURA, Marcelo P. C. A Avaliação Institucional como Instrumento de Gestão Estratégica: Estudo de caso em uma Escola Estadual de Itabira/MG. Universidade Federal de Juiz de Fora. 2017. Disponível em: <[http://www.mestrado.caeduff.net/wp-content/uploads/2017/11/MARCELO-PINTO-COELHO-OURA\\_REVISADO.pdf](http://www.mestrado.caeduff.net/wp-content/uploads/2017/11/MARCELO-PINTO-COELHO-OURA_REVISADO.pdf)>. Acesso em 05 ago 2019.
15. Palharini, Francisco de Assis. Tormento e paixão pelos caminhos do PAIUB. Avaliação. Rede de Avaliação institucional da Educação Superior - RAIES, Campinas, SP, v. 6, n.º 1, mar. 1996.
16. Spratt, C.; Walker, R.; Robinson, B. Mixed research methods. Practitioner Research and Evaluation Skills Training in Open and Distance Learning. Commonwealth of Learning, 2004. Disponível em: <<http://www.col.org/SiteCollectionDocuments/A5.pdf>>. Acesso em: 10 mar 2019.
17. YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
18. We have gone through your last conversation with the Editors and are considering offering you an opportunity to publish your article entirely free of charge on our platform.
19. This suggestion is contingent upon a collaborative understanding and some expectations. As part of this arrangement, we would kindly ask you to support our platform by endorsing us within your scholarly network (e.g., recommending us to your scholars and colleagues) and providing a favorable review on social media, including Google Reviews.
20. We believe your endorsement, coupled with your exemplary work, would significantly enhance our platform's credibility, helping us reach a wider audience of scholars and readers.

21. Should you agree to this mutually beneficial cooperation, we will provide a simple guide to assist you in promoting our publishing service on various social media platforms.
22. We eagerly await your positive response and look forward to sending you the steps. With best regards.