

EDAR DA SILVA AÑAÑA

Universidade Federal de Pelotas

edaranana@gmail.com

GUSTAVO DA ROSA BORGES

UCPel - Universidade Católica de Pelotas

adm.gustavo@ig.com.br

FÁBIO ROBERTO PILLATT

Faculdade de Balsas - UNIBALSAS

dir.academica@unibalsas.edu.br

Resumo

O ensino superior possui grande relevância para a sociedade e há muito tempo vem contribuindo para o desenvolvimento da humanidade. Quem ganha são estudantes, Estados e população em geral, já que as Instituições de Ensino Superior (IES) fortificam a economia local através da aplicação do conhecimento (KAO e HUNG 2008). Ferreira et. al. (2007) reforçam enfatizando a existência de um tripé: universidade-professor-aluno, e este quando em sintonia, gera desenvolvimento do conhecimento e posteriormente, benefícios para a sociedade. Mediante vital importância já elucidada das IESs, o presente trabalho visa explorar uma ponta deste importante tripé, o papel do professor, pois em geral, é ele quem possui uma atuação direta na formação dos profissionais, tendo então, um papel de extrema relevância para as IESs e para a nação. Um bom professor é aquele que transmite conhecimento, e, portanto, deve além de ter uma brilhante atuação profissional, uma boa imagem frente seus alunos, já que a academia, de acordo com Rolim et. al. (2007), vem cada vez mais se direcionando não somente para formação de profissionais, mas sim, de cidadãos. Portanto, o professor deve ser um exemplo para seus discípulos, mantendo uma boa imagem. Sob forma de saber então que aspectos são importantes para que os alunos percebam uma boa imagem no professor, o presente artigo esclarece o tema e apresenta resultados através de uma pesquisa descritiva quantitativa após estudos exploratórios. Os dados foram obtidos em uma amostra de 502 alunos universitários de uma faculdade do interior do Maranhão, matriculados em quatro cursos: Administração, Ciências Contábeis, Direito e Sistemas de Informação. Dos 43 itens avaliados, percebeu-se após a coleta dos dados, que os 10 itens que mais contribuem para a formação da boa imagem do professor, de acordo com os entrevistados, são na ordem: "Domínio do conteúdo", "O professor é educado e respeitoso", "Titulação/formação do professor", "Comportamento ético", "O professor tem compromisso com a função", "O professor é dedicado", "Explicar o conteúdo com clareza", "Tratar todos os alunos de forma igualitária", "O professor é comunicativo" e "O professor é motivado". Após Análise Fatorial Exploratória, verificou-se que os itens poderiam ser alocados em 5 dimensões, batizadas de: "Comprometimento profissional", "Didática" "Interação com o aluno", "Conformidade com as normas" e "Proficiência", sendo esta, a ordem de importância segundo os entrevistados. Por fim o teste de LSD aponta diferenças significativas de importância na maioria das variáveis entre os cursos pesquisados.

1. Introdução

As primeiras universidades surgiram na Europa por volta do século XI e XII, sendo mantidas pelas igrejas (ROSSATO, 1998). Com o tempo, além das igrejas, reinos e sociedades também começaram a perceber a importância das discussões acadêmicas evocando o conhecimento edificado nas universidades (KENNETH, 1981).

No Brasil, as primeiras Universidades nasceram com a chegada da família imperial, em 1808. Neste ano foram fundadas a Escola Anatômica, Cirúrgica e Médica do Rio de Janeiro, assim como, a Escola de Cirurgia da Bahia (SOUZA, 1991). Recentemente o setor da educação vem mostrando um crescimento acelerado no Brasil, exigindo um aprimoramento constante nos métodos usados para a atividade fim, nas novas tecnologias educacionais utilizadas, assim como, na gestão acadêmica e universitária (REINERT e REINERT, 2005). Entretanto, em todas as modalidades de ensino praticadas, sejam presenciais ou à distância, o desempenho do professor continua sendo um dos principais fatores para o sucesso na condução do ensino superior (JARDIM et. al., 2007).

Kao e Hung (2008) enfatizam que as universidades desempenham um papel importante no desenvolvimento de um país na era da economia do conhecimento. Santos (2004) relata que elas ajudam a construir o conhecimento necessário para proporcionar um desenvolvimento tecnológico ajudando a sociedade como um todo. Ferreira et. al. (2007) complementam manifestando que o tripé universidade-professor-aluno, quando em sintonia, exerce um forte poder de desenvolvimento no conhecimento, o que acarreta em benefícios para a sociedade.

A evolução na condução do ensino superior desperta reflexões e traça novos objetivos para o perfil dos egressos. A universidade não tem mais como objetivo exclusivo formar um autor, pensador ou produtor de conhecimento, mas principalmente formar o cidadão e a pessoa humana (ROLIM, et. al. 2007). Esta mudança de paradigma exerce uma nova modulação para as Instituições de Ensino Superior (IES), passando principalmente pela atuação do professor em sala de aula.

Quando se fala em condução eficiente e adequada do ensino, se faz necessário analisar a opinião dos alunos, tendo com isto, uma orientação para o mercado. Matsuno e Mentzer (2000) elucidam que a orientação para o mercado proporciona um melhor desempenho organizacional, sendo indispensável que a instituição conheça o cenário de atuação e os atores envolvidos neste cenário.

Atualmente devido à competitividade e à globalização, as IES precisam definir estratégias de marketing para conseguirem sobreviver no mercado (CERCHIARO e MOTA, 2010), e um dos pontos centrais é estudar a qualidade do ensino prestado em termos de condução de seu principal serviço oferecido.

O negócio educação, em termos de mercado, faz parte do setor de serviços e como qualquer outra instituição, precisa ser pesquisado junto a seus clientes, neste caso os alunos. O objetivo deve ser verificar se os serviços estão de acordo com as expectativas dos discentes (CHENG e TAM, 1997, NETO, 2007).

Portanto, é preciso verificar que atributos são considerados importantes para que uma IES possa estruturar a disponibilização adequada do serviço educação. Os atributos de uma oferta são o principal estímulo que influencia a tomada de decisão de compra e a fidelização, avaliando-os em função de seus próprios valores, crenças ou experiências passadas (PETER e OLSON, 1996).

Considerando o papel do professor como protagonista no cenário da educação superior, no qual este profissional apresenta-se como o braço da instituição que mais se aproxima dos seus clientes e, portanto, que melhor a representa perante os alunos, a seguinte pergunta torna-se instigante para este trabalho: **que atributos mais contribuem para a valorização da imagem do professor universitário?**

A resposta para o questionamento principal pode ajudar as instituições de ensino superior a articularem com melhor eficiência e eficácia o oferecimento do ensino e garantirem uma melhor satisfação e fidelização de seus clientes. Outro aspecto importante a ser investigado, sendo este o objetivo secundário deste trabalho, é verificar as diferenças de percepções entre alunos de distintos cursos, o que pode ajudar em uma definição de conduta setorial, ou seja, uma adequação dos professores de acordo com o esperado pelos alunos do seu curso.

Em termos de limitação, é importante ressaltar que este trabalho foca na atuação do professor universitário na modalidade de graduação presencial, onde os achados, conforme já referenciados, podem ajudar nas estratégias mercadológicas visando à satisfação dos alunos e melhores definições didáticas no ensino superior.

2. Referencial teórico: A Imagem do Professor

A imagem de uma marca é um aspecto no qual as organizações devem direcionar suas atenções. Elas precisam trabalhar no desenvolvimento de uma marca com uma imagem positiva (FATT, 1997), pois esta será percebida pelos consumidores que a avaliarão (AAKER e JOACHIMSTHALER, 2000). Uma das grandes vantagens que uma marca forte propicia é a lealdade dos clientes (PORTER e CLAYCOMB, 1997, AAKER, 2003; KELLER, 2001).

Perrenoud (1999) acredita que atualmente presencia-se um sistema educacional mais evoluído em termos pedagógicos, onde não mais se deve trabalhar com a abordagem clássica, que aborda a transmissão do conhecimento, e sim, em fazer o aluno aprender através do desenvolvimento de competências, o que muda a forma de dar aula, sendo esta menos robotizada e mais flexível. Reynolds (1999) e Cunliffe (2002) corroboram com a evolução do ensino proposta por Perrenoud (1999), reforçando que isto faz parte de um novo estilo de ensino; a pedagogia crítica. Freire (1987) já afirmava que o ensino pode melhorar quando existe diálogo provocando a reflexão.

Segundo Luaiza (2008), para se alcançar melhores resultados no processo de ensino/aprendizagem, o professor deve considerar em seu planejamento didático o uso de variados tipos de aula: Conferência (exposição), Seminário (trabalho em equipe), Oficina (atividades prática) e Laboratório (estudo de casos).

Kagan (1992), por outro lado, menciona que um professor possui uma imagem que o acompanha durante a sua vida profissional, sendo que esta é percebida principalmente pelos alunos.

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

Como visto, o professor desempenha um papel importante para a transmissão do conhecimento, o que ajuda na evolução da humanidade e no desenvolvimento da sociedade. As discussões teóricas sobre os professores de ensino superior são amplas e um dos pontos centrais de discussão são as técnicas de ensino, onde são estudadas questões de avaliação, disciplina, relacionamento com os estudantes, perfil dos professores, dentre outros (MOREIRA et. al, 2003; LOWMAN, 2004). Aqui, o foco será a imagem do professor, pois acredita-se que se o profissional transmitir uma imagem positiva principalmente para os alunos, isto será positivo para ambos e para a instituição.

Um dos aspectos que pode contribuir para uma boa imagem é a qualidade do professor, onde Bevilacqua (2004) reforça que a qualidade deste é um importante aspecto, onde fazem parte: o domínio do conteúdo, o relacionamento com os alunos, o tipo de aula adequada em relação aos objetivos da matéria em estudo e o interesse do professor pelos problemas dos alunos.

Cerchiaro e Mota (2010) verificaram que o desempenho dos docentes em aula é fundamental para que os alunos percebam a qualidade dos serviços prestados por uma IES, sendo que quando os professores usam práticas para explicar a teoria, explicam e respondem com clareza aos alunos, isto contribui para elevar a satisfação dos discentes. Já Abreu e Guimarães (2003) estudaram alguns aspectos que são fatores de satisfação e de importância desejada dos professores, alguns deles, podem contribuir para a imagem do professor, como: relacionamento da teoria com a prática, qualificação profissional e domínio do conteúdo dos docentes.

Morales (1998) apresentou algumas características sobre o perfil do bom professor na opinião dos alunos e descobriu que faz parte desta análise o modo como o professor se veste, a sua didática (o modo como ensina), o controle da classe, a igualdade no tratamento com os alunos, o atendimento individualizado das necessidades e a preocupação com o desempenho dos alunos, a educação e respeitabilidade no trato com os alunos, a dedicação e motivação para exercer suas atividades docentes, o incentivo ao estudo e o elogio em momentos adequados, a transmissão de segurança e a humildade.

Toni et. al. (2006) aperfeiçoaram a Técnica de Configuração da Imagem (TCI), um instrumento que visa analisar a satisfação baseado na percepção que a população tem sobre os atributos ou dimensões do serviço analisado. O instrumento pode avaliar a satisfação dos discentes em vistas à boa imagem, para tanto, os nove itens pesquisados no construto “professor” para avaliar a imagem deste, serão inclusos aos demais itens pesquisados e agrupados no quadro a seguir.

Quadro 1: itens que contribuem para elevar a imagem do professor.

Itens:

Fonte:

Titulação do professor.

Abreu e Guimarães, 2003; Toni et. al., 2006; Rezende et. al., 2010.

Domínio do conteúdo.

Abreu e Guimarães, 2003; Bevilacqua, 2004.

Relacionamento com os alunos.

Bevilacqua, 2004; Toni et. al., 2006.

Tipo de aula adequada junto aos objetivos da matéria em estudo.

Bevilacqua, 2004.

Interesse do professor pelos problemas dos alunos.

Bevilacqua, 2004.

Uso equilibrado da teoria e da prática na atividade letiva.

Abreu e Guimarães, 2003; Toni et. al., 2006; Cerchiaro e Mota, 2010.

Clareza na explanação de conteúdos.

Toni et. al., 2006; Cerchiaro e Mota, 2010.

Clareza e prontidão nas respostas aos alunos.

Cerchiaro e Mota, 2010.

Cumprimento do programa estabelecido.

Toni et. al., 2006.

Uso adequado de recursos audiovisuais.*

Toni et. al., 2006.

Metodologia de ensino utilizada.**

Toni et. al., 2006.

Utilização de exemplos e exercícios.

Toni et. al., 2006.

Estímulo a participação do aluno em aula.

Toni et. al., 2006.

Imparcialidade nos julgamentos.

Toni et. al., 2006.

Pontualidade

Toni et. al., 2006.

Promoção da Interdisciplinaridade.

Toni et. al., 2006.

Usa adequadamente data show.*

Toni et. al., 2006.

Apresentação pessoal (vestimenta).

Morales, 2006.

O modo como ensina.**

Morales, 2006.

Manutenção da ordem em sala de aula.

Morales, 2006.

Igualdade no tratamento discente.

Morales, 2006.

Atendimento individualizado.

Morales, 2006.

Educação e Respeitabilidade para com o aluno.

Morales, 2006.

Motivação.

Morales, 2006.

Dedicação.

Morales, 2006.

Preocupação com o desempenho discente.

Morales, 2006.

Incentivo ao estudo.

Morales, 2006.

Reconhecimento e elogio quando ocorrer um bom desempenho discente.

Morales, 2006.

Transmissão de Segurança.

Morales, 2006.

Humildade.

Morales, 2006.

* *Itens unificados.*

* *Itens unificados.*

Fonte: autores (2010).

Além da unificação de alguns itens por estarem abordando o mesmo tema, realizou-se ajustes na escrita de outros itens com objetivo de uma melhor compreensão, como por exemplo: de “Interesse do professor pelos problemas dos alunos” para: “Tipo de aula adequada junto aos objetivos da matéria em estudo”. Através de estudos bibliográficos verificou-se que 30 itens podem contribuir para a imagem do professor, a partir daí, buscou-se realizar uma pesquisa de *focus group* para calibrar o futuro instrumento de coleta a ser utilizado e validado.

3. Metodologia

A primeira etapa da investigação foi de modo exploratório: inicialmente os aspectos importantes à luz da teoria e em seguida, a realização de entrevistas qualitativas através da técnica de *focus group*. Isto permitiu que fossem encontrados os itens que poderiam contribuir

com a boa imagem do professor.

A segunda etapa da investigação foi uma pesquisa quantitativa com 502 entrevistados de uma faculdade particular do interior do Brasil, contando com a participação de alunos de quatro cursos: 153 alunos de Administração, 158 alunos de Ciências Contábeis, 74 alunos de Direito e 117 alunos de Sistemas de Informação. Os dados foram obtidos por meio de questionário estruturado (vide apêndice) através de amostra por conveniência, já que os alunos foram entrevistados na sala de aula entre novembro e dezembro de 2010.

4. Resultados

Antes da pesquisa de campo, foram realizadas duas pesquisas exploratórias do tipo *focus group*, com objetivo de verificar se na opinião de pessoas ligadas à área, haveria mais algum item não encontrado na teoria. A primeira abordagem ocorreu no dia 21 de novembro de 2009 com um grupo de 13 professores universitários, onde foi perguntado qual seria a melhor imagem do professor frente aos alunos, já a segunda pesquisa qualitativa ocorreu no dia 5 de junho de 2010 com um grupo de 12 alunos de graduação, onde foram indagados com a mesma pergunta. Os resultados são expostos a seguir.

Quadro 2: itens que contribuem para elevar a imagem do professor.

Itens:

Fonte:

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

Demonstrar simpatia.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com professores.
----------	--------------------	------------------

Ser comunicativo.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com professores.
----------	--------------------	------------------

Transmitir segurança aos alunos.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com professores.
----------	--------------------	------------------

Dominar o conteúdo.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com professores.
----------	--------------------	------------------

Ser exigente.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com professores.
----------	--------------------	------------------

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

Ser comprometido.

Pesquisa

focus group

com professores.

Ser empático.

Pesquisa

focus group

com professores.

Ser dinâmico na aula.

Pesquisa

focus group

com professores.

Respeitar os alunos.

Pesquisa

focus group

com professores.

Valorizar o trabalho dos alunos.

Pesquisa

focus group

com professores.

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

Usar exemplos de estudos ou pesquisas anteriores.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com professores.
----------	--------------------	------------------

Titulação.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com alunos.
----------	--------------------	-------------

Didática.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com alunos.
----------	--------------------	-------------

Assiduidade.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com alunos.
----------	--------------------	-------------

Uma boa comunicação.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com alunos.
----------	--------------------	-------------

Comportamento social adequado.

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

Pesquisa	<i>focus group</i>	com alunos.
----------	--------------------	-------------

Ter compromisso com a função.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com alunos.
----------	--------------------	-------------

Bom relacionamento com os alunos.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com alunos.
----------	--------------------	-------------

Boa apresentação pessoal.

Pesquisa	<i>focus group</i>	com alunos.
----------	--------------------	-------------

Fonte: autores (2010).

Os itens sugeridos como importantes para uma boa imagem do professor foram agregados aos propostos pela teoria para que a primeira versão do questionário fosse elaborada. Após a construção desta versão, realizou-se um pré-teste com 28 alunos para verificar a eficácia do instrumento, onde se fez ajustes em relação à sobreposição de itens, num mesmo assunto. Na

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

seqüência, ajustou-se os itens com problemas e realizou-se uma pesquisa descritiva quantitativa, onde todos os alunos da Faculdade foram convidados a participar. Dos 850 alunos, 580 responderam à pesquisa, e 73 questionários foram anulados por falta de resposta em alguma pergunta. Os 502 questionários válidos correspondem a uma taxa de retorno de 59,06%.

Os dados foram obtidos através de questionário estruturado (vide apêndice) e em seguida tabulados no SPSS versão 17.0, onde foram feitas a análise e a Análise Fatorial Exploratória e posteriormente Anova com teste LSD.

4. 1 Análise Descritiva

A primeira análise realizada após a coleta dos dados quantitativos foi à descritiva, onde procurou-se observar as médias dos 43 itens pesquisados, no qual, os respondentes poderiam assinalar em uma escala de Likert de 5 pontos (*pouco contribui para uma boa imagem ... muito contribui para uma boa imagem*).

Quadro 3: Média dos itens mais relevantes.

Itens

Média

Desvio padrão

Domínio do conteúdo.

4,56

0,816

O professor é educado e respeitoso.

4,43

0,891

Titulação/formação do professor.

4,41

0,904

Comportamento ético.

4,39

0,913

professor tem compromisso com a função.

4,38

0,908

professor é dedicado.

4,36

0,951

Explicar o conteúdo com clareza.

4,35

0,983

Tratar todos os alunos de forma igualitária.

4,34

1,02

O professor é comunicativo.

4,32

0,915

O professor é motivado.

4,31

0,956

Fonte: autores (2010).

Percebe-se pelo quadro 3 que os dez itens mais relevantes para que o professor tenha uma boa imagem segundo os alunos entrevistados são: “Domínio do conteúdo”, “O professor é educado e respeitoso”, “Titulação/formação do professor”, “Comportamento ético”, “O professor tem compromisso com a função”, “O professor é dedicado”, “Explicar o conteúdo com clareza”, “Tratar todos os alunos de forma igualitária”, “O professor é comunicativo” e “O professor é motivado”.

Após análise isolada dos itens, o próximo passo foi verificar o agrupamento e a relação entre eles, para tanto, realizou-se a Análise Fatorial Exploratória para encontrar possíveis dimensões de análise (agrupamento similar), conforme demonstrado a seguir.

4. 2 Análise Fatorial Exploratória

A segunda etapa estatística foi a validação do questionário através da análise fatorial exploratória. A validação torna-se pertinente para demonstrar que o instrumento utilizado pode ou não representar o construto pesquisado, neste caso, aspectos que contribuam para uma boa imagem do professor.

Em um primeiro teste, a análise fatorial apresentou seis dimensões, só que o item “titulação/formação do professor” foi retirado por apresentar cargas cruzadas superiores aos limites recomendados (0,32) em três fatores. Após a exclusão deste item, rodou-se novamente a análise fatorial e desta feita não ocorreram cargas cruzadas, sendo que o novo agrupamento originou cinco dimensões, estas nomeadas e apresentadas a seguir.

Figura 1: Análise fatorial exploratória.

Fonte: Saída do SPSS 17.0.

A primeira dimensão identificada reúne variáveis relacionadas à “Interação com o aluno”, e consegue explicar 39,691% da variação do construto pesquisado. A segunda dimensão corresponde à “Proficiência” do professor, e teve uma variância explicada de 6,673%; a terceira dimensão recebeu o nome de “Didática”, e conseguiu explicar 4,016% de variância. A penúltima dimensão foi nomeada “Comprometimento profissional”, e a sua variância explicada foi de 3,45%; e por fim, a última dimensão recebeu o nome de “Conformidade com as normas”, sendo a sua variância de 2,883%.

Tendo como base a análise fatorial, percebe-se que as cinco dimensões identificadas (a interação com o aluno, a proficiência, a didática, o comprometimento profissional e a conformidade com as normas), se somadas, conseguem explicar em boa medida (56,71% da variância) a imagem do professor.

O próximo passo foi a validação através dos testes de KMO e do *Alpha de Cronbach*, conforme demonstrado na seqüência.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.

,957

Bartlett's Test of Sphericity

Approx. Chi-Square

11964,532

df

820

Sig.

,000

Figura 2: Resultado do KMO.

Fonte: Saída do SPSS 17.0.

O KMO foi de 0,95, o que resulta em um excelente resultado, visto que de acordo com Hair et. al. (2005) este valor deve ser superior a 0,50, e quando isto ocorre, a amostra e os dados estão adequados.

Além do KMO, também se investigou o *Alpha de Cronbach* por dimensão, sendo os valores demonstrados abaixo.

Quadro 4: *Alpha de Cronbach*.

Dimensão

Alpha de Cronbach

Interação com o aluno

0,911

Proficiência

0,711

Didática

0,927

Comprometimento profissional

0,898

Conformidade com as normas

0,677

Fonte: autores (2010).

O teste do *Alpha de Cronbach*, que mede a confiabilidade dos fatores, apresentou valores superiores ao mínimo esperado em todas as cinco dimensões. Para Hair et. al. (2005), este indicador deve ser superior a 0,7 em trabalhos de natureza confirmatória, e superior a 0,6 em estudos exploratórios, como o caso presente. O *Alpha de Cronbach* é uma medida de confiabilidade, e quanto mais próximo de 1, maior é a confiança de que um conjunto de variáveis efetivamente represente a dimensão na qual estão alocadas.

Após a validação da escala, realizou-se uma análise métrica em relação às dimensões encontradas, conforme visto no quadro abaixo.

Quadro 5: Média das dimensões.

Dimensão

Média

Interação com o aluno

4,113

Proficiência

3,646

Didática

4,176

Comprometimento profissional

4,209

Conformidade com as normas

3,922

Fonte: autores (2010).

Conforme se vê no Quadro 5, as dimensões “Comprometimento profissional”, “Didática” e “Interação com o aluno” são mais valorizadas pelos alunos em estudo e a menos valorizada pelo grupo de respondentes foi a “Proficiência” (média de 3,646). A importância relativamente menor que foi atribuída à proficiência, pode estar relacionada às características da IES de onde foi colhida a amostra, uma faculdade particular interiorana, onde o grau de exigência não é tão alto e onde existem muitos professores horistas, os quais têm pouca ou nenhuma possibilidade de se dedicarem exclusivamente às atividades acadêmicas, à publicação de livros.

Na sequência, realizou-se o teste de Anova – LSD, com objetivo de verificar a existência de possíveis diferenças significativas de médias entre os cursos pesquisados.

4.3 Análise das diferenças de médias entre os grupos

A técnica Anova com o teste LSD foi utilizada para verificar quais os itens que apresentam diferenças significativas entre os cursos. O Quadro 6 destaca os itens da escala e as diferenças significativas de média.

Quadro 6: Resultado do teste de Anova - LSD.

Variável Dependente

(I) Curso

(J) Curso

Diferença

de Médias (I-J)

Sig.

Titulação/formação do professor

Adm

SI

0,366

0,001

Dir

SI

0,330

0,013

Domínio do conteúdo

Adm

SI

0,271

0,007

Relacionamento com os alunos

Adm

SI

0,246

0,028

Tipo de aula adequada junto aos objetivos da matéria em estudo

Adm

SI

0,279

0,019

O professor demonstra preocupação com os alunos

Adm

CC

0,296

0,023

Adm

SI

0,338

0,016

Vínculo da teoria com a prática na hora de ensinar

Adm

SI

0,251

0,041

Responde aos alunos com clareza e prontidão

Adm

SI

0,338

0,008

CC

SI

0,365

0,004

Cumprimento do programa estabelecido (ementa)

Adm

CC

0,232

0,050

Adm

SI

0,349

0,007

Explicar o conteúdo com clareza

Adm

SI

0,332

0,006

CC

SI

0,241

0,044

Variável Dependente

(I) Curso

(J) Curso

Diferença

de Médias (I-J)

Sig.

Usar recursos audiovisuais (datashow, DVD's...)

Adm

Dir

0,405

0,015

SI

Dir

0,453

0,010

Utiliza exemplos e exercícios em aula

Adm

SI

0,243

0,037

Estimula a participação dos alunos em aula

Adm

SI

0,462

0,001

CC

SI

0,331

0,013

Dir

SI

0,594

0,000

Imparcialidade nos julgamentos

Dir

Adm

0,357

0,020

Dir

CC

0,565

0,000

Dir

SI

0,540

0,001

Pontualidade do professor

Adm

SI

0,269

0,025

Dir

CC

0,380

0,006

Dir

SI

0,449

0,002

Apresentação pessoal (vestimenta) do professor

Dir

Adm

0,465

0,009

Dir

CC

0,431

0,015

Dir

SI

0,592

0,002

O modo como o professor ensina

Adm

SI

0,321

0,007

CC

SI

0,272

0,021

Dir

SI

0,407

0,005

Atender as necessidades individuais dos alunos

Adm

SI

0,295

0,029

O professor é dedicado

Adm

SI

0,287

0,014

Dir

SI

0,370

0,009

O professor incentiva os alunos a estudarem

Adm

CC

0,261

0,032

Adm

SI

0,332

0,012

Dir

CC

0,452

0,003

Dir

SI

0,523

0,001

O professor sabe elogiar os alunos

Adm

SI

0,332

0,028

Dir

SI

0,384

0,018

O professor é comunicativo

Adm

SI

0,397

0,000

CC

SI

0,282

0,010

Dir

SI

0,520

0,000

O professor transmitir segurança aos alunos

Adm

SI

0,329

0,009

Dir

SI

0,334

0,028

O professor é comprometido

Adm

CC

0,320

0,008

Adm

SI

0,406

0,002

Dir

CC

0,351

0,019

Dir

SI

0,437

0,006

O professor é empático (se coloca no lugar dos alunos)

Dir

CC

0,386

0,020

O professor é dinâmico na aula

Adm

SI

0,340

0,013

Dir

SI

0,368

0,025

Variável Dependente

(I) Curso

(J) Curso

Diferença

de Médias (I-J)

Sig.

O professor valoriza o trabalho dos alunos

Adm

CC

0,239

0,045

SI

0,409

0,002

O professor usa exemplos de estudos ou pesquisas anteriores

Adm

SI

0,319

0,015

Dir

CC

0,422

0,005

Dir

SI

0,544

0,001

Assiduidade/freqüência do professor

Adm

SI

0,253

0,035

Dir

SI

0,340

0,019

Comunicação do professor com a turma

Adm

SI

0,281

0,016

Dir

SI

0,362

0,010

Comportamento social adequado por parte do professor

Dir

CC

0,391

0,005

Dir

SI

0,413

0,005

O professor tem compromisso com a função

Adm

SI

0,229

0,039

Dir

CC

0,257

0,043

Dir

SI

0,320

0,017

Comportamento ético

Adm

SI

0,255

0,023

O professor tem dedicação exclusiva (só trabalha na instituição de ensino)

Dir

Adm

0,436

0,019

Dir

CC

0,497

0,007

Tempo de experiência na função

Adm

CC

0,290

0,027

Dir

CC

0,464

0,004

CC

SI

0,665

0,000

Produção científica (o professor escreve artigos, livros...)

Dir

Adm

0,645

0,001

Dir

CC

0,826

0,000

Dir

SI

0,918

0,000

Percebe-se no quadro 6 que existem muitas diferenças de opiniões em relação aos itens pesquisados de acordo com os cursos, o que demonstra que a imagem do professor pode ser melhor trabalhada de acordo com a característica de cada curso. Um dos itens que mais apresentou diferenças foi “Imparcialidade nos julgamentos”, assim como “Apresentação pessoal (vestimenta) do professor”, onde os alunos de direito acham estes aspectos de sua relevância.

Considerações finais

A imagem do professor é um assunto de grande relevância para a reputação da instituição de ensino superior, melhoria dos serviços prestados e satisfação dos alunos. Portanto, verificar o que pode contribuir para uma melhor imagem deste profissional possibilita ganhos múltiplos nesta área tão importante para a sociedade.

Através do estudo de pesquisas qualitativas e posteriormente quantitativas, verificou-se que a imagem do professor pode ser explicada pela “Interação com o aluno”, “Proficiência”, “Didática” do professor, “Comprometimento profissional”, e “Conformidade com as normas”; sendo que o aspecto mais relevante é a o comprometimento profissional. Por outro lado, a “Interação com o aluno” é a dimensão que mais confiável para explicar a imagem do professor, por possuir uma variância maior (39,691%).

Dos 43 itens pesquisados, “Domínio do conteúdo”, “O professor é educado e respeitoso”, “Titulação/formação do professor”, “Comportamento ético”, “O professor tem compromisso com a função”, “O professor é dedicado”, “Explicar o conteúdo com clareza”, “Tratar todos os alunos de forma igualitária”, “O professor é comunicativo” e “O professor é motivado” são os 10 mais importantes de acordo com os entrevistados.

Em termos de composição dos itens, percebeu-s que eles podem ser alocados em 5 dimensões: “Comprometimento profissional”, “Didática” “Interação com o aluno”, “Conformidade com as normas” e “Proficiência”, sendo esta, a ordem de importância segundo os entrevistados. Por fim o teste de LSD aponta diferenças significativas de importância na maioria das variáveis entre os cursos pesquisados.

Referências

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

AAKER, David. *The Power of the Branded Differentia*. **MIT Sloan Management Review**. Fall 2003, Vol.45, Num.1; pp. 82-88.

AAKER, David e JOACHIMSTHALER, Erich. *Brand Leadership*. **Brandweek**, Vol. 41, Num. 8, Feb 21, 2000; pp. 30-36.

ABREU, Maria Fernanda Dangelo Valentim; GUIMARÃES, Tomás de Aquino. *Satisfação com o ensino superior de administração: o ponto de vista de discentes de IES privadas do Distrito Federal*

Encontro Anual da associação Nacional de Pós-Graduação em Administração - **ENANPAD**

,
Anais eletrônicos...
2003.

BEVILACQUA, Solon. *Estudo de satisfação de clientes, a validação do esquema CBF*, **XXIV Encontro Nac. de Eng. de Produção**, Florianópolis, SC, Brasil, 03 a 05 de nov de 2004.

CERCHIARO, Isabel Balloussier e MOTA, Marilma Campos. *Avaliação da Qualidade do Serviço Educacional numa IES Particular: a visão do aluno de graduação sobre a qualidade percebida*. **XI Encontro Nacional**

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

de Marketing da ANPAD

, Florianópolis, 23 a 25 de maio de 2010.

CHENG, Y.C. & TAM M.M. *Multi-models of quality in education*. Quality Assurance In. **Educational** . Vol. 5 , Dec. 1997; p. 22-31.

CUNLIFFE, A. L. *Reflexive Dialogical Practice in Management Learning*. **Management Learning** , Vol. 33. Num. 1, 2002; pp. 35-61.

FATT, James Poon Teng. *Communicating a winning image*. **Industrial and Commercial Training** , Vol. 29, Num, 5, 1997; pp. 158–165.

FERREIRA et. al. *Preferências de ensino de alunos de administração de empresas e relações com a necessidade de controle externo sobre as ações de aprendizagem* . **X XXI Encontro da ANPAD** . Rio de Janeiro, 22 a 26 de setembro de 2007.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia do Oprimido**. 17ª Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

HAIR, J. F.; ANDERSON, R. E.; TATHAM, R. L.; BLACK, W. C. **Análise Multivariada de Dados**. 5ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2005.

JARDIM Anna Carolina Salgado et. al. *O Papel do Professor-Tutor em Cursos de Graduação em Administração, Modalidade a Distância: um Estudo de Caso em uma Universidade Federal. XXXI Encontro da Anpad. Rio de Janeiro, 22 a 26 de setembro de 2007.*

KAGAN, D. *Professional growth among preservice and beginning teachers. Review of Educational Research*, Vol. 62, Num. 2, 1992; pp. 129-169.

KAO, Chiang e HUNG, Hsi-Tai. **Efficiency analysis of university departments: An empirical study**, Omega, Oxford: ago/2008, vol. 36, num. 4; pg. 653.

KELLER, Kevin Lane. *Building customer-based brand equity*. **Marketing Management**, Vol. 10, Num. 2, Jul/Aug 2001; p. 14-19.

KENNETH, Minogue R. **O conceito de universidade**. Brasília: Universidade de Brasília, 1981.

LOWMAN, Joseph. **Dominando as técnicas de ensino**. São Paulo: Atlas, 2004.

LUAIZA, Benito Almaguer. *Didática Universitária*. Imperatriz: Beniros, 2008.

MATSUNO, Ken e MENTZER, Jonh T. *The Effects of Strategy Type on the Market Orientation – Performance Relationship*. **Journal of Marketing**, Vol 64, October 2000; pp. 1 – 16.

MORARES, Pedro Vallejo. **A Relação Professor-Aluno: o que é, como se faz**. 6ª Ed. São

Paulo: Loyola, 2006.

MOREIRA, Daniel A et. al. **Didática do ensino superior**: técnicas e tendências. São Paulo: Pioneira, 2003.

NETO, Mário Flores. **O valor para o cliente na educação superior**. 2007. 157f. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2007.

PERRENOUD, Philippe. **Construir as competências desde a escola**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999.

PETER, J. Paul; OLSON, Jerry C. **Consumer Behavior and Marketing Strategy**. 4^a ed. Chicago: Irwin, 1996.

PORTER, Stephen S. e CLAYCOMB, Cindy. *The influence of brand recognition on retail store image* . **Journal of Product e Brand**

Management
373-387.

, Vol. 6 Num. 6, 1997; pp.

REINERT, José N.; REINERT, Clio. Estudante Não é Cliente: é Parceiro. In: ENCONTRO DA ANPAD, 29., Brasília, 2005. **Anais...** Brasília: **ANPAD, 2005.**

ROLIM, Rafael Campos et. al. *Satisfação Com o Curso de Graduação: Um Estudo Junto Aos Estudantes de Administração da Universidade Federal de Lavras*

,
31
e

Encontro da Anpad

. Rio de Janeiro, 22 a 26 de setembro de 2007.

ROSSATO, Ricardo. **Universidade**: nove séculos de história. Passo Fundo: Ediupf, 1998.

REYNOLDS, M. *Grasping the nettle: possibilities and pitfalls of a critical management*

pedagogy. **British Journal of Management**, Vol. 9, 1999; p.171-184.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **A Universidade no Século XXI: para um reforma democrática e emancipatória da universidade**

São Paulo: Cortez Editora, 2004.

SOUZA, Paulo N. P. **Estrutura e Funcionamento do Ensino Superior Brasileiro**. São Paulo: Pioneira, 1991.

TONI, Deonir de et. al. *Análise da Satisfação com Instituições de Educação Superior e Imagem: Comparando Instrumentos* . **30º Encontro da Anpad**. Salvador, 23 a 27 de setembro de 2006.

APÊNDICE – INSTRUMENTO DE COLETA

Pesquisa para avaliar aspectos que contribuem para uma boa imagem do professor

Caro aluno: esta pesquisa visa estudar o que contribui para elevar a imagem do professor, favor responder com sinceridade todas as questões a seguir e desde já agradecemos a sua colaboração.

1. Curso que estuda:

Administração Ciências Contábeis Direito Sistemas de Informação

2. Semestre que cursa atualmente: 1º Sem. 3º Sem. 5º Sem. 7º Sem.

3. Trabalha: Sim Não

4. Sexo: Feminino

Masculino

5. Faixa etária: () Até 20 anos () Entre 21 e 30 anos () Entre 31 e 40 anos

() Entre 41 e 50 anos () 51 anos ou mais

* Avalie no quadro a seguir os itens que contribuem para que o professor tenha uma boa imagem ,
assinando de acordo com a escala:

1 - pouco contribui para uma boa imagem.... 5 - muito contribui para uma boa imagem.

Itens

1

2

3

4

5

I1	. Titulação/formação do professor.
-----------	------------------------------------

I2	. Domínio do conteúdo.
-----------	------------------------

I3	. Relacionamento com os alunos.
-----------	---------------------------------

I4	. Tipo de aula adequada junto aos objetivos
-----------	---

15

. O professor demonstra preocupação co

16

. Vínculo da teoria com a prática na hora

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

17

. Responde aos alunos com clareza e pr

18

. Cumprimento do programa estabelecido

I9	. Explicar o conteúdo com clareza.
-----------	------------------------------------

I10	. Usar recursos audiovisuais (
------------	--------------------------------

I11

. Utiliza exemplos e exercícios em aula.

I12

. Estimula a participação dos alunos em

I13

. Imparcialidade nos julgamentos.

I14

. Pontualidade do professor.

I15

. Fazer relação com outras disciplinas.

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

I16

. Apresentação pessoal (vestimenta) do

I17

. O modo como o professor ensina.

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

I18	. Manter a ordem em aula.
------------	---------------------------

I19	. Tratar todos os alunos de forma igualitá
------------	--

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

I20

. Atender as necessidades individuais do

I21

. O professor é educado e respeitoso.

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

I22

. O professor é motivado.

I23

. O professor é dedicado.

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

I24

. O professor incentiva os alunos a estud

I25

. O professor sabe elogiar os alunos.

I26

. O professor demonstra humildade.

I27

. O professor demonstrar simpatia.

I28

. O professor é comunicativo.

129

. O professor transmitir segurança aos a

130

. O professor é exigente.

I31

. O professor é comprometido.

I32

. O professor é empático (se coloca no lu

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

I33

. O professor é dinâmico na aula.

I34

. O professor valoriza o trabalho dos alunos.

I35

. O professor usa exemplos de estudos c

I36

. Assiduidade/freqüência do professor.

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

I37

. Comunicação do professor com a turma

I38	. Comportamento social adequado por p
------------	---------------------------------------

I39	. O professor tem compromisso com a fu
------------	--

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

I40

. Comportamento ético.

I41

. O professor tem dedicação exclusiva (s

Atributos para a Valorização da Imagem do Professor Universitário: uma Pesquisa Aplicada na Faculdade

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

I42	. Tempo de experiência na função.
------------	-----------------------------------

I43	. Produção científica (o professor escrev
------------	---

Escrito por Fábio Roberto Pillatt
Qua, 09 de Maio de 2012 00:00

