sinaes
Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

enade2022
Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes

RELATÓRIO SÍNTESE DE ÁREA

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

DIRETORIA DE AVALIAÇÃO
DA EDUCAÇÃO SUPERIOR
DAES

INEP MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

enade2022
Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO | **MEC**

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS
EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA | **INEP**

DIRETORIA DE AVALIAÇÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR | **DAES**

sinaes
Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

enade 2022
Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes

RELATÓRIO SÍNTESE DE ÁREA

PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Brasília-DF
Inep/MEC
2023

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep)
É permitida a reprodução total ou parcial desta publicação, desde que citada a fonte.

Diretoria de Avaliação da Educação Superior **DAES**
Ulysses Tavares Teixeira

Coordenação-Geral de Elaboração de Exames da Educação Superior
Patricio Pereira Marinho

Equipe técnica e apoio
Aline de Assis Santos Oliveira
Andre Teles Guedes
Camilla Leite Carnevale Freire
Fabiana Paula Simões Cunha
Glorineide Pereira Sousa
Irene de Oliveira Sousa
Jane Machado da Silva
Jessika Siqueira Santos
João Paulo Martins da Silva
Khayo Pereira dos Santos
Larissa Evangelista Pereira Souza
Leandro de Castro Fiuza
Lúcia Helena Martins
Luciana Pereira Fernandes
Marco Aurélio Khoury Porto
Nadir Danne Fagundes
Nathália Karine Ferreira Lima
Paola Matos da Hora
Rosilene Cerri
Sandra da Costa Lima
Tatiane Barbosa Magalhães de Gouveia

Coordenação-Geral de Gestão de Exames e Indicadores da Educação Superior
Suzi Mesquita Vargas

Equipe técnica e apoio
Ana Cristina de Lima Lopes
Andréia Alves Ferreira de Oliveira
Arthur Canotilho Machado
Ayda de Souza Oliveira
Claudia Regina Raimundo
Davi Contente Toledo
Jane Severino Nunes
Luciana dos Anjos Pereira Xavier de Mendonça
Lucineide Moreira dos Santos
Lucas Augusto de Oliveira Pereira
Marcela Aparecida de Oliveira
Maria Clara Silva Cesar Carrijo
Renato Augusto dos Santos
Robson Quintilio

Revisão
Centro Brasileiro de Pesquisa em Avaliação e Seleção e de Promoção de Eventos (Cebraspe)

Diagramação e arte final
Centro Brasileiro de Pesquisa em Avaliação e Seleção e de Promoção de Eventos (Cebraspe)

Diretoria de Estudos Educacionais **DIRED**
Maria Teresa Gonzaga Alves

Coordenação-Geral de Editoração e Publicações **CGEP**
Priscila Pereira Santos

Projeto gráfico e capa
Marcos Hartwich

Esta publicação é um dos produtos integrantes do contrato nº 05/2022, celebrado entre o Inep e o Centro Brasileiro de Pesquisa em Avaliação e Seleção e de Promoção de Eventos (Cebraspe).

Sumário

APRESENTAÇÃO 8

CAPÍTULO 1 DIRETRIZES PARA O ENADE/2022 15

1.1 OBJETIVOS 15

1.2 PERFIL PROFISSIONAL, COMPETÊNCIAS E TEMAS PARA A MATRIZ DE AVALIAÇÃO 17

1.3 FORMATO DA PROVA, VALORES E PESOS DAS QUESTÕES 21

CAPÍTULO 2 CÁLCULO DO CONCEITO ENADE 23

2.1 PASSOS DA METODOLOGIA DE CÁLCULO DO CONCEITO ENADE 24

2.2 OUTRAS CONVENÇÕES NO ÂMBITO DO ENADE 29

2.2.1 ÍNDICE DE FACILIDADE 29

2.2.2 CORRELAÇÃO PONTO-BISSERIAL 30

2.2.3 CONVENÇÕES PARA AS TABELAS NUMÉRICAS 31

CAPÍTULO 3 DISTRIBUIÇÃO DOS CURSOS E DOS ESTUDANTES NO BRASIL 33

3.1 DISTRIBUIÇÃO DE CURSOS 33

3.2 DISTRIBUIÇÃO DE ESTUDANTES 36

CAPÍTULO 4 CARACTERÍSTICAS DOS ESTUDANTES E COORDENADORES E PERCEPÇÕES SOBRE ATIVIDADES ACADÊMICAS E EXTRACURRICULARES 42

4.1 PERFIL DO ESTUDANTE 42

4.1.1 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS E SOCIOECONÔMICAS 43

4.1.2 CARACTERÍSTICAS RELACIONADAS AO HÁBITO DE ESTUDO, ACERVO DA BIBLIOTECA E ESTUDO EXTRACLASSE 73

4.2 PERFIL DO COORDENADOR 76

4.3 COMPARAÇÃO DO NÍVEL DE DISCORDÂNCIA/CONCORDÂNCIA DE ESTUDANTES E COORDENADORES 89

CAPÍTULO 5 PERCEPÇÃO DA PROVA 97

5.1 GRAU DE DIFICULDADE DA PROVA 98

5.1.1 COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL 99

5.1.2 COMPONENTE ESPECÍFICO 103

5.2 EXTENSÃO DA PROVA EM RELAÇÃO AO TEMPO TOTAL 107

5.3 COMPREENSÃO DOS ENUNCIADOS DAS QUESTÕES 111

5.3.1 COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL 111

5.3.2 COMPONENTE ESPECÍFICO 115
5.4 SUFICIÊNCIA DAS INFORMAÇÕES/INSTRUÇÕES FORNECIDAS 119
5.5 DIFICULDADE ENCONTRADA AO RESPONDER À PROVA 123
5.6 CONTEÚDOS DAS QUESTÕES OBJETIVAS DA PROVA 127
5.7 TEMPO GASTO PARA CONCLUIR A PROVA 131
CAPÍTULO 6 DISTRIBUIÇÃO DE CONCEITOS 136
6.1 PANORAMA NACIONAL DA DISTRIBUIÇÃO DOS CONCEITOS 136
6.2 CONCEITOS POR CATEGORIA ADMINISTRATIVA, MODALIDADE DE OFERTA DOS CURSOS E GRANDE REGIÃO 140
6.3 CONCEITOS POR ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E GRANDE REGIÃO 145
CAPÍTULO 7 ANÁLISE TÉCNICA DA PROVA 150
7.1 ESTATÍSTICAS BÁSICAS DA PROVA 151
7.1.1 ESTATÍSTICAS BÁSICAS GERAIS 151
7.1.2 ESTATÍSTICAS BÁSICAS NO COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL 164
7.1.3 ESTATÍSTICAS BÁSICAS DO COMPONENTE ESPECÍFICO 166
7.2 ANÁLISE DAS QUESTÕES OBJETIVAS 169
7.2.1 COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL 169
7.2.2 COMPONENTE ESPECÍFICO 172
7.3 ANÁLISE DAS QUESTÕES DISCURSIVAS 175
7.3.1 COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL 175
7.3.2 COMPONENTE ESPECÍFICO 199
CAPÍTULO 8 ASPECTOS DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM IMPACTADOS PELA PANDEMIA 217
8.1 PONTO DE VISTA DOS ESTUDANTES 217
8.2 PONTO DE VISTA DOS COORDENADORES 263
8.3 COMPARAÇÃO DO NÍVEL DE DISCORDÂNCIA/CONCORDÂNCIA DE ESTUDANTES E COORDENADORES A RESPEITO DOS IMPACTOS PELA PANDEMIA 283
REFERÊNCIAS 289
GLOSSÁRIO DE TERMOS ESTATÍSTICOS UTILIZADOS NOS RELATÓRIOS SÍNTESE DO ENADE 291
ANEXOS 298
ANEXO I 299
QUESTIONÁRIO DO ESTUDANTE 299
ANEXO II 309
QUESTIONÁRIO DO COORDENADOR DE CURSO 309

ANEXO III 320
COMPARAÇÃO DA OPINIÃO DOS ESTUDANTES E COORDENADORES COM RESPEITO ÀS ATIVIDADES ACADÊMICAS E EXTRACLASSES 320
ANEXO IV 334
ANÁLISE GRÁFICA DAS QUESTÕES 334
ANEXO V 353
TABULAÇÃO DAS RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO DA PERCEPÇÃO DA PROVA POR QUARTOS DE DESEMPENHO E GRANDES REGIÕES 353
ANEXO VI 363
TABULAÇÃO DAS RESPOSTAS DO "QUESTIONÁRIO DO ESTUDANTE" SEGUNDO SEXO E QUARTOS DE DESEMPENHO DOS ESTUDANTES 363
ANEXO VII 401
OPINIÃO DOS ESTUDANTES E COORDENADORES COM RESPEITO AOS ASPECTOS DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM IMPACTADOS PELA PANDEMIA 401
ANEXO VIII 419
PROVA E QUESTIONÁRIO DE PERCEPÇÃO DA PROVA 419
ANEXO IX 460
PADRÃO DE RESPOSTA DAS QUESTÕES DISCURSIVAS E GABARITO DEFINITIVO DAS QUESTÕES OBJETIVAS 460
ANEXO X 469
CONCEPÇÃO E ELABORAÇÃO DAS PROVAS DO ENADE 469
ANEXO XI 474
INDICAÇÃO DAS OCORRÊNCIAS DE ATENDIMENTO A PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS ... 474

APRESENTAÇÃO

Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade) é um dos pilares da avaliação do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), criado pela Lei n.º 10.861, de 14 de abril de 2004. Além do Enade, os processos de Avaliação de Cursos de Graduação e de Avaliação Institucional — interna e externa — constituem o tripé avaliativo do Sinaes. Ao serem apresentados de forma reunida, os resultados desses componentes avaliativos permitem que sejam conhecidos em profundidade o modo de funcionamento e a qualidade dos cursos e das Instituições de Educação Superior (IES) de todo o Brasil.

Como componente do Sinaes, o Enade constitui um referencial importante para a compreensão da qualidade da educação superior brasileira, considerando que seus resultados podem contribuir para promover melhorias, bem como para definir estratégias e ações institucionais, com o propósito de fortalecer o desenvolvimento dos cursos superiores. Em razão disso, o conhecimento desses resultados é relevante, entre outras razões, porque pode contribuir para que todos os envolvidos com o Enade possam assumir um papel mais reflexivo a respeito de suas repercussões sobre o planejamento da IES como um todo.

A partir dessa premissa, os resultados do Enade/2022 da área de Publicidade e Propaganda apresentados neste relatório constituem, em seu conjunto, um indicativo da potencialidade da correlação entre indicadores quantitativos e qualitativos das características desejadas à formação do perfil profissional pretendido, para além da mensuração de natureza quantitativa decorrente do desempenho dos estudantes na prova.

Em seus 19 anos de existência, o Enade passou por diversas modificações. Entre as mais recentes, destacam-se o tempo mínimo de permanência do estudante na sala de aplicação da prova (uma hora), definido em 2013; a obrigatoriedade de resposta ao "Questionário do Estudante" e a publicação do Manual do Estudante, adotadas em 2014; e o curso como unidade de análise que, até 2015, era a combinação de área, IES e município. Significa que, se a IES oferecesse curso na área em vários *campi,* na mesma cidade, a nota seria calculada de forma agregada. A partir de 2016, as provas passaram a ser identificadas nominalmente, considerando cada *campi*. Outra modificação ocorreu em 2021, quando foram introduzidas no "Questionário do Estudante" onze questões abordando especificamente algumas das possíveis repercussões da pandemia da Covid-19 sobre o processo formativo dos estudantes, não sendo essas questões utilizadas para fins de avaliação dos cursos e das IES. Como, no mesmo ano, também foram inseridas dez perguntas no final do "Questionário do Coordenador de Curso" sobre o mesmo tema,

foi possível comparar os níveis de discordância/concordância de coordenadores e estudantes a respeito das questões comuns.

Os relatórios de análise dos resultados do Enade/2022 passaram por revisão em seu formato, que implicou inovações, entre as quais merecem destaque: (i) geração de um sumário executivo com informações que oportunizam uma visão global, porém sintética do relatório, (ii) criação de um novo capítulo com ênfase na descrição da metodologia de cálculo do Conceito Enade, algo essencial para que especialistas e outros públicos interessados conheçam essa metodologia, considerando as fórmulas estatísticas nela utilizadas; (iii) reorganização de partes internas de alguns capítulos, com o intuito de facilitar a apresentação e análise dos resultados; (iv) apresentação da distribuição de cursos e de estudantes no mesmo capítulo, porém em seções distintas, de maneira a tornar mais clara a apresentação dos resultados; (v) concentração de informações que tratam de temáticas semelhantes em uma mesma parte do relatório, visando permitir uma leitura mais fluida do documento; (vi) revisão de nomenclaturas conceituais associadas aos resultados apresentados, considerando seus marcos legais e epistemológicos; (vii) referências utilizadas no relatório; (viii) reorganização dos vários anexos, tomando como critério a ordem em que são citados no documento, em associação aos resultados a que se referem.

O incremento do presente relatório faz parte de um amplo processo de revisão e de reflexão sobre os caminhos percorridos nestes 19 primeiros anos do Sinaes, cuja finalidade é o aperfeiçoamento dos processos, instrumentos e procedimentos de aplicação. Por extensão, o esforço em aperfeiçoar esse relatório revela a preocupação em contribuir para qualificar a avaliação da educação superior brasileira, com a ampliação de sua visibilidade e a utilização de resultados com vistas à melhoria e ao aperfeiçoamento de processos e práticas institucionais. Os resultados nele apresentados decorrem de uma pluralidade de fatores, razão pela qual requerem a compreensão da relação que estabelecem entre si, considerando, porém, o desempenho dos estudantes na realidade de cada curso, e são insumos avaliativos importantes, que podem auxiliar as IES a pensar e desenvolver ações e estratégias de melhoria e aperfeiçoamento dos seus cursos.

O Enade do ano de 2022, conforme definido pela Portaria MEC n.º 41, de 20 de janeiro 2022 (BRASIL, 2022), foi aplicado para fins de avaliação de desempenho dos estudantes dos cursos listados a seguir.

I – Áreas relativas ao grau de bacharel:

a) Administração;
b) Administração Pública;
c) Ciências Contábeis;
d) Ciências Econômicas;
e) Comunicação Social (Jornalismo);
f) Comunicação Social (Publicidade e Propaganda);
g) Direito;
h) Psicologia;
i) Relações Internacionais;
j) Secretariado Executivo;
k) Serviço Social;
l) Teologia;
m) Turismo.

II – Áreas relativas ao grau de tecnólogo:

a) Tecnologia em Comércio Exterior;
b) Tecnologia em Design de Interiores;
c) Tecnologia em Design Gráfico;
d) Tecnologia em Design de Moda;
e) Tecnologia em Gastronomia;
f) Tecnologia em Gestão Comercial;
g) Tecnologia em Gestão da Qualidade;
h) Tecnologia em Gestão Pública;
i) Tecnologia em Gestão de Recursos Humanos;
j) Tecnologia em Gestão Financeira;
k) Tecnologia em Logística;
l) Tecnologia em Marketing;
m) Tecnologia em Processos Gerenciais.

O Enade é aplicado anualmente a cursos que são avaliados a cada três anos. Ao avaliar o desempenho dos estudantes concluintes dos cursos de graduação, o Enade configura-se como componente curricular obrigatório, de maneira que a regularidade do estudante, ao realizá-lo, é condição necessária para a conclusão do curso de graduação. (BRASIL, 2004).

Esta edição do exame foi aplicada, no dia 27 de novembro de 2022, aos estudantes habilitados dos cursos de bacharelado e aos estudantes habilitados dos cursos superiores de tecnologia. Para os cursos de bacharelado, o exame foi aplicado aos estudantes nas seguintes situações: tinham expectativa de conclusão do curso até julho de 2023; haviam concluído 80% ou mais da carga horária mínima do currículo do curso da IES até o final das inscrições do Enade/2022; não tinham colado grau até o último dia do período de retificação de inscrições desse Enade. No caso dos cursos superiores de tecnologia, o exame foi aplicado aos estudantes nas seguintes situações: tinham expectativa de conclusão do curso até dezembro de 2022; completaram 75% ou mais da carga horária mínima do currículo do curso até o final das inscrições do Enade/2022; não tinham colado grau até o último dia do período de retificação de inscrições desse Enade.

Complementam o Enade dois questionários, sendo um deles respondido pelos estudantes e outro pelos coordenadores de curso. O "Questionário do Estudante" (Anexo I), com 68 questões, foi respondido pelos estudantes, *on-line,* antes da realização da prova, em 2022. As perguntas desse questionário tinham a função de compor o perfil dos participantes, integrando informações do seu contexto às suas percepções e vivências. Pelas respostas às questões objetivas, que exploraram a oferta de infraestrutura e a organização acadêmica do curso, bem como aspectos importantes da formação profissional, também pôde ser realizada uma avaliação dos estudantes quanto à sua trajetória no curso e na IES.

O "Questionário do Coordenador de Curso" (Anexo II), com 74 questões, foi respondido pelos coordenadores, também *on-line*. Como eram semelhantes àquelas formuladas para os estudantes, as perguntas do questionário do coordenador possibilitaram que fossem estabelecidas comparações.

O Enade é complementado, ainda, pelas questões de avaliação da prova (nove questões respondidas pelo estudante ao final da prova) e pelos dados do Censo da Educação Superior[1].

Estruturalmente, esse Relatório-Síntese de área está organizado em oito capítulos, além desta apresentação, do glossário e de um conjunto de anexos, aos quais são feitas referências, ao longo do texto.

1 Disponíveis em: https://www.gov.br/inep/pt-br/acesso-a-informacao/dados-abertos/sinopses-estatisticas/educacao-superior-graduacao.

No Capítulo 1, são apresentadas as diretrizes do Enade para a área de Publicidade e Propaganda, expondo-se, em um primeiro momento, informações introdutórias de natureza explicativa que abrangem os objetivos do Sinaes, do Enade e do trabalho das Comissões Assessoras de Área, designadas pelo Inep para assumir a responsabilidade pela realização de atividades relativas ao exame. Em seguida, são abordados o perfil profissional, as competências, os temas para a matriz de avaliação e o formato da prova, destacando-se os valores e pesos das questões.

No Capítulo 2, é apresentado o cálculo do Conceito Enade/2022, detalhando-se os passos de sua metodologia e as fórmulas estatísticas nela utilizadas. Nesse capítulo também são recuperadas, de maneira breve, informações sobre o histórico de elaboração do cálculo e são apresentadas outras convenções avaliativas adotadas no âmbito do exame e na construção das tabelas numéricas expostas no relatório.

No Capítulo 3, é delineado um panorama quantitativo de cursos e de estudantes concluintes na área. Em tabelas e figuras, são apresentados os resultados relativos aos cursos participantes do Enade/2022. Para as tabelas, são utilizados dados nacionais por grande região, expostos segundo a categoria administrativa — instituições públicas e privadas —; a organização acadêmica — Universidades, Centros Universitários, Faculdades e Centros Federais de Educação Tecnológica (CEFET)/institutos federais de educação, ciência e tecnologia (IF) —; e a modalidade de oferta dos cursos — presencial e a distância — pelas IES. Por sua vez, as figuras trazem os resultados por grande região e UF. Os dados sobre os estudantes são apresentados em tabelas pelos mesmos critérios aplicados à distribuição dos cursos, acrescidos da condição de presença.

No Capítulo 4, são enfatizadas as características dos estudantes, reveladas a partir dos resultados obtidos no "Questionário do Estudante" (Anexo I). O estudo desses dados favorece o conhecimento e a análise do perfil socioeconômico e dos fatores que podem estar relacionados ao desempenho dos estudantes, cujas características são articuladas ao seu desempenho na prova, à grande região de funcionamento do curso e à categoria administrativa da IES, assim como à percepção sobre o ambiente de ensino-aprendizagem. Adicionalmente, são apresentadas tabelas com características selecionadas dos coordenadores, obtidas a partir dos resultados do "Questionário do Coordenador de Curso" (Anexo II). Como são apresentadas algumas questões em comum nos dois questionários, são exibidas, em um segundo conjunto de dados, tabelas com uma comparação entre as opiniões de estudantes e as de coordenadores sobre os programas e os projetos desenvolvidos no ambiente acadêmico[2]. Do ponto de vista metodológico, um procedimento de escalamento ideal

[2] Mais tabelas desse tipo estão disponibilizadas no Anexo IV.

(MEULMAN, 1998), seguido de uma análise fatorial, foi aplicado às questões nas quais o coordenador explicita graus de concordância/discordância em relação a uma série de asserções.

No Capítulo 5, são apresentadas as percepções dos estudantes quanto à prova Enade/2022, as quais foram analisadas a partir de nove perguntas em que se buscava avaliar desde o grau de dificuldade do exame até o tempo gasto para resolver as questões. Nesse capítulo, o objetivo foi fazer a descrição desses resultados, relacionando os estudantes a quatro grupos de desempenho, que são limitados pelos seguintes percentis: 25%; 50% ou mediana; e 75% e um quarto superior de desempenho, composto pelas notas iguais ou acima do terceiro quartil), bem como à grande região onde os cursos estavam sendo oferecidos.

No Capítulo 6, é exposto o panorama nacional da distribuição dos conceitos dos cursos avaliados no Enade/2022, por meio de tabelas, gráficos e análises em que se articulam os conceitos à categoria administrativa e à organização acadêmica das IES, estratificadas por grande região. Nas áreas que oferecem cursos nas modalidades presencial e a distância, a informação dos conceitos é também disponibilizada considerando-se essa desagregação.

No Capítulo 7, são exibidas as análises gerais da prova quanto ao desempenho dos estudantes no Enade/2022, expressas pelo cálculo das estatísticas básicas, além das estatísticas e análises, em separado, dos Componentes de Formação Geral e de Componente Específico. Nas tabelas, são disponibilizados os totais da população e dos estudantes presentes, além de estatísticas das notas obtidas pelos estudantes, a saber: a média, o erro-padrão da média, o desvio-padrão, a nota mínima, a mediana e a nota máxima. São também disponibilizados histogramas das notas dos participantes nas questões. Os dados foram calculados, tendo em vista agregações resultantes dos seguintes critérios: nível nacional e por grande região, categoria administrativa e organização acadêmica. Nas áreas em que são oferecidos cursos nas modalidades presencial e a distância, estatísticas selecionadas são também disponibilizadas, considerando-se essa desagregação. Questões discursivas e objetivas são analisadas também em separado. Como as questões discursivas de Formação Geral foram avaliadas segundo dois critérios (Língua Portuguesa e conteúdo), estes também são analisados em separado.

No Capítulo 8, devido à pandemia da Covid-19, que causou impactos profundos em toda a sociedade, foram inseridas, ao final do "Questionário do Estudante" (Anexo I) — disponibilizado na íntegra —, as questões 69 a 79, que abordam especificamente algumas das possíveis repercussões da pandemia no processo formativo dos estudantes. No final do "Questionário do Coordenador de Curso" (Anexo II), também foram introduzidas questões numeradas de 1 a 10 da seção "Aspectos do Processo de Aprendizagem Impactados pela Pandemia", que abordam a adaptação das IES para atender as necessidades dos estudantes e minimizar as possíveis repercussões da pandemia no processo formativo.

As tabelas do capítulo apresentam os níveis de discordância/concordância de estudantes e de coordenadores com cada uma das assertivas de seus respectivos questionários, por categoria administrativa. No que diz respeito ao ponto de vista dos estudantes, as tabelas pares apresentam as respostas por Faixas de renda mensal familiar do estudante. Cada uma das tabelas é acompanhada de um gráfico de distribuição percentual. Em uma última seção, níveis de discordância/concordância de coordenadores e estudantes a respeito de questões comuns são comparados.

Ao final da sequência dos capítulos, constam um glossário de termos estatísticos e onze anexos. Além dos dois já mencionados ("Questionário do Estudante" — Anexo I – e "Questionário do Coordenador de Curso" — Anexo II), outros nove apresentam dados sobre o Enade 2022, conforme comentado na sequência. No Anexo III, apresenta-se o cruzamento das informações correspondentes aos questionários dos estudantes e dos coordenadores de curso em relação às atividades acadêmicas extraclasses, enquanto os Anexos IV, V e VI trazem, respectivamente, a "Análise Gráfica das Questões", as tabulações das respostas do "Questionário de Percepção da Prova" por quartos de desempenho e grandes regiões e das respostas do "Questionário do Estudante" segundo sexo e quartis de desempenho dos estudantes. Na sequência, no Anexo VII, apresentam-se as tabulações das opiniões dos estudantes e coordenadores com respeito aos aspectos do processo de aprendizagem impactados pela pandemia. Os dois anexos seguintes apresentam: a íntegra da prova de Publicidade e Propaganda (Anexo VIII); e o padrão de resposta das questões discursivas, acompanhado do gabarito das questões objetivas (Anexo IX). O Anexo X traz a concepção e a elaboração das provas do Enade e, por último, o Anexo XI trata das ocorrências de atendimento especializado a pessoa com deficiência (BRASIL, 2015).

Dentre os diversos públicos interessados na melhoria do desempenho dos estudantes, destacam-se, além deles próprios e das instituições de educação superior públicas e privadas, órgãos governamentais, professores, especialistas, entidades acadêmicas, agências de fomento à pesquisa, formuladores de políticas educacionais, centros de estudos e sociedade, em geral.

Em especial, junto às instituições públicas e privadas de educação superior, espera-se que os resultados expostos nesse relatório e as análises a respeito deles possam subsidiar reflexões sobre a melhoria dos processos formativos dos estudantes, por meio da (re)definição de políticas e estratégias institucionais voltadas para o aperfeiçoamento dos cursos. Espera-se, também, que os mesmos resultados possam apoiar a reflexão sobre estratégias institucionais diversas voltadas para a promoção da melhoria da qualidade da formação dos estudantes.

CAPÍTULO 1
DIRETRIZES PARA O ENADE/2022

Este capítulo apresenta, em um primeiro momento, o objetivo do Sinaes, como política voltada para o aprimoramento da qualidade da educação superior, na medida em que define que os processos avaliativos devem integrar vários procedimentos que contemplem todas as dimensões e estruturas das IES (BRASIL, 2004), o objetivo geral de Enade, como componente desse sistema avaliativo, e o objetivo geral das Comissões Assessoras de Área designadas pelo Inep, que assumiram a responsabilidade pela realização de atividades relativas ao Enade 2022. Em um segundo momento, este capítulo apresenta as diretrizes para a matriz de avaliação do Enade para o referido ano — perfil profissional, competências e temas definidos —, em relação aos componentes Formação Geral e Componente Específico da área. Por último, traz o formato da prova, considerando sua constituição, a partir de questões que dizem respeito a esses dois componentes.

1.1 OBJETIVOS

A Lei n.º 10.861, de 14 de abril de 2004, instituiu o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes), com o objetivo de "assegurar o processo nacional de avaliação das instituições de educação superior, dos cursos de graduação e do desempenho acadêmico de seus estudantes" (BRASIL, 2004).

De acordo com o § 1.º do artigo 1.º da referida lei, o Sinaes tem por finalidades

> […] a melhoria da qualidade da educação superior, a orientação da expansão da sua oferta, o aumento permanente da sua eficácia institucional e efetividade acadêmica e social e, especialmente, a promoção do aprofundamento dos compromissos e responsabilidades sociais das instituições de educação superior, por meio da valorização de sua missão pública, da promoção dos valores democráticos, do respeito à diferença e à diversidade, da afirmação da autonomia e da identidade institucional (BRASIL, 2004)

Como um dos componentes do Sinaes, o Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade) foi definido pela referida lei, conforme a perspectiva da avaliação dinâmica subjacente a esse sistema avaliativo. De acordo com o estabelecido no § 1.º do art. 5.º da mesma lei, o Enade tem o objetivo geral de aferir o

> […] desempenho dos estudantes em relação aos conteúdos programáticos previstos nas diretrizes curriculares do respectivo curso de graduação, suas habilidades para ajustamento às exigências decorrentes da evolução do conhecimento e suas competências para compreender temas exteriores ao âmbito específico de sua profissão, ligados à realidade brasileira e mundial e a outras áreas do conhecimento. (BRASIL, 2004)

Na perspectiva de cumprir esse objetivo, o Conceito Enade é um indicador de qualidade que avalia os cursos, por intermédio dos desempenhos dos estudantes, a partir dos resultados obtidos. Conforme definido no § 8.º do art. 5.º da Lei 10.861/2004, "a avaliação do desempenho dos estudantes de cada curso no ENADE será expressa por meio de conceitos, ordenados em uma escala com 5 (cinco) níveis". Os níveis variam de um a cinco, sendo que, à proporção que esses valores aumentam, melhor é o desempenho do estudante no exame.

Com o objetivo de instituir as Comissões Assessoras de Área (CAA) para realização de atividades referentes ao Enade, na edição de 2022, o Inep baixou a Portaria n.º 109, de 1.º de abril de 2022. Entre as atribuições que o art. 4.º da Portaria define para os membros dessas comissões, destacam-se: "I – Elaborar as diretrizes e as matrizes de prova para a avaliação dos cursos [e] VIII – Propor diretrizes, objetivos e outras especificações necessárias ao processo de Avaliação dos Cursos de Graduação" (INEP, 2022)

A Comissão Assessora de Área de Publicidade e Propaganda foi instituída pela Portaria n.º 109, de 1.º de abril de 2022 (INEP, 2022), tendo sido composta pelos seguintes professores:

- Irenides Teixeira
- Alessandro Souza de Souza
- Tatiana Güenaga Aneas
- Pablo Moreno Fernandes Viana
- Marcela Tessarolo Bastos
- Fernanda Gabriela de Andrade Coutinho
- Bruno Dias Franqueira

A mesma Portaria definiu com membros da Comissão Assessora de área de Formação Geral os seguintes professores:

- Edinilson Donisete Machado
- Luciano Patrício Souza de Castro
- Maurício Homma
- Mirla Cisne Álvaro
- Renato Ferreira Machado
- Tiago Barros Pontes e Silva
- Wellington Furtado Ramos

A prova do Enade/2022 foi pautada pelas diretrizes e matrizes elaboradas pelas duas comissões apresentadas – Assessora de Formação Geral e Assessora de Comissão Assessora de Área de Publicidade e Propaganda de Publicidade e Propaganda.

1.2 PERFIL PROFISSIONAL, COMPETÊNCIAS E TEMAS PARA A MATRIZ DE AVALIAÇÃO

As diretrizes para a elaboração da prova da área de Publicidade e Propaganda — Componente Específico — estão definidas na Portaria Inep nº 289, de 30 de junho de 2022 (INEP, 2022).

A prova do Enade/2022, no Componente Específico da área de Publicidade e propaganda teve como subsídio as Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Graduação em Publicidade e Propaganda, constantes na Resolução CNE/CES n.º 3, de 23 de junho de 2005, as normativas associadas às Diretrizes Curriculares Nacionais e a legislação profissional.

No componente de avaliação da Formação Geral, a partir do disposto no art. 5.º da Portaria do Inep nº 289, de 30 de junho de 2022, foi tomado como referencial do(a) estudante concluinte o seguinte perfil profissional:

I Ético, comprometido e responsável com questões sociais, culturais e ambientais;

II Comprometido com o exercício da cidadania;

III Humanista, crítico e sensível, apoiado em conhecimentos científico, social e cultural, historicamente construídos, que transcendam a área de sua formação;

IV Proativo, solidário e empático na tomada de decisões, atuando com responsabilidade socioambiental e com respeito às diferenças;

V Colaborativo e propositivo no trabalho em equipes e/ou em redes que integrem diferentes áreas do conhecimento. (INEP, 2022)

Também em relação ao componente de Formação Geral, de acordo com o art. 6.º da referida Portaria, foram avaliadas as seguintes competências nos estudantes concluintes:

I Fomentar diálogo e práticas de convivência, compartilhando saberes e conhecimentos;

II Buscar e propor soluções viáveis e inovadoras na resolução de situações-problema;

III Sistematizar e analisar informações para tomada de decisões;

IV Planejar e elaborar projetos de ação e intervenção a partir da análise de necessidades em contextos diversos;

V Compreender as linguagens e suas respectivas variações;

VI Ler, produzir e interpretar textos com clareza e com coerência;

VII Identificar, analisar e interpretar diferentes representações verbais, não verbais, gráficas e numéricas de fenômenos diversos ou de um mesmo significado;

VIII Formular e articular argumentos e contra-argumentos consistentes em situações sociocomunicativas;

IX Identificar, compreender e analisar situações-problema utilizando pensamento holístico e sistêmico ao se abordar a complexidade da realidade. (INEP, 2022)

O artigo 7.º da Portaria do Inep n.º 298, de 30 de junho de 2022, fixou como referenciais do componente de Formação Geral os seguintes temas:

I Ética, democracia e cidadania;

II Estado, sociedade e trabalho;

III Educação e desenvolvimento humano e social;

IV Cultura, arte e comunicação;

V Ciência, tecnologia e inovação;

VI Promoção da saúde e prevenção de doenças;

VII Segurança alimentar e nutricional;

VIII Meio ambiente: biodiversidade, sustentabilidade e intervenção humana;

IX Relação entre campo e cidade, desenvolvimento urbano e rural e qualidade de vida;

X Processos de globalização e política internacional;

XI Territórios, sociodiversidade e multiculturalismo;

XII Relações de desigualdade, de opressão e/ou de exploração étnico-raciais, de classe, de gênero e de orientação sexual;

XIII Acessibilidade e inclusão social. (INEP, 2022)

No Componente Específico da área de Publicidade e Propaganda, a prova do Enade/2022 avaliou se, no processo de formação, o estudante desenvolveu as seguintes competências, definidas na Portaria do Inep n.º 289, de 30 de junho de 2022:

I Identificar e analisar os cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, em escala global, nacional, regional e local, que influenciem o ambiente mercadológico e publicitário;

II Propor soluções estratégicas para os problemas mercadológicos, institucionais e sociais, utilizando ferramentas de comunicação integrada e de marketing;

III Orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, da mídia, dos pontos de contato, da criação e da produção para multiplataformas;

IV Monitorar e aferir resultados mercadológicos, institucionais e sociais das campanhas e de ações comunicacionais;

V Conceber e desenvolver soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social;

VI Produzir soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e de linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social;

VII Realizar e interpretar pesquisas de consumo, de tendências, de motivação, de concorrência, de imagem, entre outras;

VIII Gerenciar departamentos de marketing e de comunicação, agências de comunicação e produtoras do setor comunicacional;

IX Incorporar as transformações das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no exercício da profissão. (INEP, 2022)

A prova do Enade/2022, no Componente Específico da área de Publicidade e Propaganda, teve como subsídio as Diretrizes Curriculares Nacionais dos Cursos de Graduação em Publicidade e Propaganda, constantes na Resolução CNE/CES n.º 3, de 23 de junho de 2005, as normativas associadas às Diretrizes Curriculares Nacionais e a legislação profissional.

A prova do Enade/2022 tomou como referência do perfil do estudante concluinte as seguintes características:

I Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo e às demandas mercadológicas, institucionais e sociais;

II Inovador e empreendedor na criação e na execução dos processos comunicacionais;

III Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados;

IV Criativo para conceber e para produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas;

V Ético no exercício da comunicação, do marketing e da publicidade e propaganda e em relação à diversidade das demandas mercadológicas, institucionais e sociais. (INEP, 2022)

A prova do Enade/2022, no Componente Específico da área de Publicidade e Propaganda, tomou como referencial os seguintes conteúdos curriculares:

I Teorias da comunicação;

II História da comunicação e da publicidade e propaganda;

III Metodologia e pesquisa em comunicação;

IV Linguagens da comunicação;

V Tecnologias da comunicação;

VI Estética da comunicação;

VII Sociologia da comunicação;

VIII Psicologia da comunicação;

IX Pesquisa de mercado e de comportamento do consumidor;

X Marketing e gestão de marcas;

XI Planejamento e ferramentas de comunicação integrada;

XII Planejamento de mídia e de pontos de contato;

XIII Redação publicitária;

XIV Direção de arte;

XV Produção audiovisual, digital, fotográfica, gráfica e sonora;

XVI Gestão e resultados em publicidade e propaganda;

XVII Legislação e ética profissional;

XVIII Inovação e empreendedorismo. (INEP, 2022)

A parte relativa ao Componente Específico da área de Publicidade e Propaganda do Enade/2022 foi elaborada atendendo à seguinte distribuição: 30 questões, sendo três discursivas e 27 de múltipla escolha, envolvendo situações-problema e estudos de caso.

1.3 FORMATO DA PROVA, VALORES E PESOS DAS QUESTÕES

Como contextualizado na seção anterior, dois componentes estruturam a prova do Enade 2022. No primeiro, denominado Componente de Formação Geral, configura-se a parte comum às provas das diferentes áreas, em que se avaliam as competências e habilidades desenvolvidas pelos estudantes e os conhecimentos gerais, os quais facilitam a compreensão de temas exteriores ao âmbito específico de sua profissão e à realidade brasileira e mundial. Por sua vez, no segundo, Componente Específico, é contemplada a especificidade de cada área, sendo avaliado o domínio dos conhecimentos e das habilidades esperados para o perfil profissional.

A prova do Enade de 2022 foi estruturada em duas partes: a primeira, comum a todos os cursos, e a segunda, específica de cada uma das áreas avaliadas:

- Formação Geral (FG): composta de dez questões, sendo oito objetivas (múltipla escolha), envolvendo situações-problema e estudos de casos, e duas discursivas, que buscaram investigar aspectos como clareza, coerência, coesão, estratégias argumentativas, utilização de vocabulário adequado e correção gramatical do texto.
- Componente Específico (CE): composto de 30 questões, sendo 27 objetivas (múltipla escolha), envolvendo situações-problema e estudos de caso, e três discursivas.

A nota final do estudante no Enade é obtida pela média ponderada na qual a parte de Formação Geral responde por 25,0%, e a parte de Componente Específico, por 75,0%, conforme Nota Técnica n.º 7/2022/CGCQES/Daes (INEP, 2022).

O **Componente de Formação Geral (FG)** é assim constituído:

- Oito questões objetivas com peso idêntico, perfazendo 100,0%. Assim, a nota bruta das questões objetivas de FG é a proporção de acertos dessas questões;

- Duas questões discursivas, cuja correção leva em consideração o conteúdo, com peso de 80,0%, e aspectos referentes à Língua Portuguesa, com peso de 20,0%. A nota das questões discursivas de Formação Geral é a média simples das notas das duas questões discursivas.

A nota de Formação Geral é a média ponderada das duas notas, objetiva e discursiva, com pesos de 60,0% e 40,0%, respectivamente.

O **Componente Específico (CE)** é constituído por:

- 27 questões objetivas, com peso idêntico. Assim, a nota das questões de Componente Específico é a proporção de acertos dessas questões;
- Três questões discursivas, com 100,0% da nota referindo-se ao conteúdo. A nota das questões discursivas de Componente Específico é a média simples das notas dessas três questões.

A nota de Componente Específico é a média ponderada das duas notas, objetiva e discursiva, com pesos iguais a, respectivamente, 85,0% e 15,0%.

As notas dos dois componentes, Formação Geral e Componente Específico, são, então, arredondadas à primeira casa decimal. Para a obtenção da nota final do estudante, as notas dos dois componentes foram ponderadas por pesos proporcionais ao número de questões: 25,0% para o Componente de Formação Geral e 75,0% para o Componente Específico. A nota final foi, também, arredondada a uma casa decimal.

CAPÍTULO 2
CÁLCULO DO CONCEITO ENADE[3]

O objetivo deste capítulo é descrever a metodologia do cálculo do Conceito Enade, destacando os passos para sua realização e outras convenções avaliativas adotadas no âmbito do exame. Para uma melhor compreensão dessa metodologia, sua explicitação é precedida pela apresentação de alguns antecedentes sobre a forma como o conceito era calculado em anos anteriores, bem como a respeito da teoria avaliativa que fundamenta a prova do Enade.

A partir de 2008, o Conceito Enade passou a considerar, em seu cálculo, apenas o desempenho dos estudantes concluintes. Até 2014, esse conceito era calculado para cada Unidade de Observação, constituída pelo conjunto de cursos que compõe uma área de avaliação específica do Enade, de uma mesma IES em determinado município. A partir de 2015, o Conceito Enade foi calculado para cada curso de graduação avaliado, conforme enquadramento pelas IES em uma das áreas de avaliação elencadas a cada ciclo. Em 2022, o Enade foi aplicado aos estudantes concluintes das áreas de avaliação aprovadas pela Comissão Nacional de Avaliação da Educação Superior (CONAES), de bacharelado e de tecnologia, que atenderam aos critérios de habilitação previstos no edital, descritos nesse relatório.

É importante notar que as provas do Enade podem apresentar diferentes níveis de dificuldade em cada ano, diferentemente de outras provas aplicadas pelo Inep, como a do Sistema de Avaliação da Educação Básica (Saeb) e a do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). No caso do Saeb e do Enem, por utilizarem a Teoria de Resposta ao Item (TRI), suas provas possuem bases na psicometria, o que permite a comparação de diferentes edições, enquanto o Enade utiliza a Teoria Clássica dos Testes (TCT), o que não garante a comparabilidade entre edições do exame.[4] A padronização É importante ressaltar Conceito Enade permite a comparabilidade dentro de determinada área e para determinado ano, nunca entre diferentes edições do Enade e, tampouco, entre áreas do mesmo ano.

[3] A exposição feita neste capítulo sobre a metodologia de cálculo do Enade corresponde a uma adaptação da Nota Técnica nº. 7/2022/CGCQES/Daes, ao tratar do tema (INEP, 2022).

[4] De acordo com Pasquali (2009), a psicometria explica o sentido das respostas dadas pelos sujeitos a uma série de itens, razão pela qual a Teoria de Resposta ao Item (TRI) não está interessada no escore total em um teste, mas sim em relação a cada um dos itens do teste. Por sua vez, a Teoria Clássica de Testes (TCT) tem como finalidade explicar o resultado final total de determinado teste.

2.1 PASSOS DA METODOLOGIA DE CÁLCULO DO CONCEITO ENADE

Inicialmente, é importante ressaltar que todos os cálculos descritos nesta seção do capítulo consideram apenas os estudantes que atenderam as condicionalidades detalhadas na apresentação desse relatório, inscritos na condição de regular, que compareceram ao exame, sendo, portanto, os estudantes concluintes participantes do Enade de 2022.

O **passo inicial** para o cálculo do Conceito Enade de um curso é a obtenção do desempenho médio[5] de seus concluintes no Componente de Formação Geral (FG) e no Componente Específico (CE). Para o cálculo do desempenho médio do *j*- ésimo curso, no Componente de Formação Geral, utiliza-se a equação seguinte.

$$FG_{kj} = \frac{\sum_{i=1}^{N} FG_{kji}}{N_{kj}}$$

Em que:

FG_{kj} é a nota bruta no Componente de Formação Geral do *j*-ésimo curso da área da avaliação *k*;

FG_{kji} é a nota bruta no Componente de Formação Geral do *i*-ésimo concluinte do *j*- ésimo curso da área de avaliação *k*; e

N_{kj} é o número de concluintes participantes do *j*-ésimo curso de área de avaliação *k*.

Para o cálculo do desempenho médio do curso *j*, da área de avaliação *k,* no Componente Específico, utiliza-se a seguinte equação.

$$CE_{kj} = \frac{\sum_{i=1}^{N} CE_{kji}}{N_{kj}}$$

Em que:

CE_{kj} é a nota bruta no Componente Específico do *j*-ésimo curso da área da avaliação *k*;

CE_{kji} é a nota bruta no Componente Específico do *i*-ésimo concluinte do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*; e

N_{kj} é o número de concluintes participantes do *j*-ésimo curso de área de avaliação *k*.

[5] Os valores dos desempenhos médios no Componente de Formação Geral e no Componente Específico de 2 (dois) concluintes participantes são substituídos por "*missing*" (vazio).

O **segundo passo** é a obtenção da média nacional[6] da área de avaliação *k* no Componente de Formação Geral e no Componente Específico. Para o cálculo da média nacional da área de avaliação *k* no Componente de Formação Geral, utiliza- se a equação subsequente.

$$\overline{FG}_k = \frac{\sum_{j=1}^{T} FG_{kj}}{T_k}$$

Em que:

$\overline{FG}_k$ é a nota média no Componente de Formação Geral da área da avaliação *k*;

FG_{kj} é a nota média no Componente de Formação Geral do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*; e

T_k é o número de cursos da área de avaliação *k*.

Para o cálculo da média nacional da área de avaliação *k* no Componente Específico, utiliza-se a seguinte equação.

$$\overline{CE}_k = \frac{\sum_{j=1}^{T} CE_{kj}}{T_k}$$

Em que:

$\overline{CE}_k$ é a nota média no Componente Específico da área de avaliação *k*;

CE_{kj} é a nota bruta no Componente Específico do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*; e

T_k é o número de cursos da área de avaliação *k*.

Em seguida, calcula-se o desvio-padrão nacional de cada área de avaliação *k* no Componente de Formação Geral e no Componente Específico. Para o cálculo do desvio-padrão nacional da área de avaliação *k* no Componente de Formação Geral, utiliza-se a equação subsequente.

$$S_{FG_k} = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^{T}\left(FG_{kj} - \overline{FG}_k\right)^2}{T_k - 1}}$$

Em que:

S_{FG_k} é o desvio-padrão no Componente de Formação Geral da área da avaliação *k*;

[6] Os cursos com desempenho médio igual a zero não são considerados no cálculo das médias e desvios-padrão nacionais da área de avaliação.

FG_{kj} é a nota bruta no Componente de Formação Geral do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

$\overline{FG_k}$ é a nota média no Componente de Formação Geral da área de avaliação *k*; e

T_k é o número de cursos da área de avaliação *k*.

Para o cálculo do desvio padrão nacional da área de avaliação *k* no Componente de Conhecimento Específico, utiliza-se a equação seguinte.

$$S_{CE_k} = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^{T}(CE_{kj} - \overline{CE}_k)^2}{T_k - 1}}$$

Em que:

S_{CE_k} é o desvio-padrão no Componente Específico da área da avaliação *k*;

CE_{kj} é a nota bruta no Componente Específico do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

$\overline{CE}_k$ é a nota média no Componente Específico da área de avaliação *k*; e

T_k é o número de cursos da área de avaliação *k*.

O próximo passo consiste em se calcularem os afastamentos padronizados no Componente de Formação Geral e no Componente Específico de cada curso *j* da área de avaliação *k*. Para o cálculo do afastamento padronizado no Componente de Formação Geral, utiliza-se a equação subsequente.

$$Z_{FG_{kj}} = \frac{FG_{kj} - \overline{FG}_k}{S_{FG_k}}$$

Em que:

$Z_{FG_{kj}}$ é o afastamento padronizado no Componente de Formação Geral do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

FG_{kj} é a nota bruta no Componente de Formação Geral do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

FG_k é a nota média no Componente de Formação Geral da área de avaliação *k*; e

S_{FG_k} é o desvio-padrão no Componente de Formação Geral da área de avaliação *k*.

Para o cálculo do afastamento padronizado no Componente Específico, utiliza-se a seguinte equação.

$$Z_{CE_{kj}} = \frac{CE_{kj} - \overline{CE}_k}{S_{CE_k}}$$

Em que:

$Z_{CE_{kj}}$ é o afastamento padronizado no Componente Específico do curso *j* da área de avaliação *k*;

CE_{kj} é a nota bruta no Componente Específico do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

$\overline{CE_k}$ é a nota média no Componente Específico da área de avaliação *k*; e

S_{CE_k} é o desvio-padrão no Componente Específico da área de avaliação *k*.

Para que todos os cursos tenham suas notas no Componente de Formação Geral e no Componente Específico numa escala de zero a cinco, efetua-se a interpolação linear[7], obtendo-se, assim, respectivamente, as Notas Padronizadas no Componente de Formação Geral e no Componente Específico de cada curso *j*. No que se refere ao Componente de Formação Geral, utiliza-se a seguinte equação:

$$NP_{FG_{kj}} = 5 \cdot \left(\frac{Z_{FG_{kj}} - Z_{FG_k}\,\min}{Z_{FG_k}\,\max - Z_{FG_k}\,\min} \right)$$

Em que:

$NP_{FG_{kj}}$ é a nota padronizada no Componente de Formação Geral do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

$Z_{FG_{kj}}$ é o afastamento padronizado no Componente de Formação Geral do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

Z_{FG_k} min é o afastamento padronizado mínimo no Componente de Formação Geral da área de avaliação *k*; e

Z_{FG_k} max é o afastamento padronizado máximo no Componente de Formação Geral da área de avaliação *k*.

Para a obtenção da nota padronizada do *j*-ésimo curso referente ao Componente Específico, utiliza-se a equação subsequente.

$$NP_{CE_{kj}} = 5 \cdot \left(\frac{Z_{CE_{kj}} - Z_{CE_k}\,\min}{Z_{CE_k}\,\max - Z_{CE_k}\,\min} \right)$$

[7] Os cursos com afastamento padronizado menor que -3,0 e maior que +3,0 recebem nota padronizada igual a 0 (zero) e 5 (cinco), respectivamente, que não é utilizada como mínimo ou máximo na fórmula, pelo fato de terem valores discrepantes (*outliers*) dos demais.

Em que:

$NP_{CE_{kJ}}$ é a nota padronizada no Componente Específico do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

$Z_{CE_{kj}}$ é o afastamento padronizado no Componente Específico do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

Z_{CE_k} min é o afastamento padronizado mínimo no Componente Específico da área de avaliação *k*; e

Z_{CE_k} max é o afastamento padronizado máximo no Componente Específico da área de avaliação *k*.

Por fim, a Nota dos Concluintes no Enade do *j*-ésimo curso (NCkj) da área de avaliação *k* é a média ponderada das notas padronizadas do respectivo curso no Componente de Formação Geral e no Componente Específico, sendo 25% o peso do Componente de Formação Geral e 75% o peso do Componente Específico da nota final, como apresenta a equação subsequente.

$$NC_{kj} = 0{,}25 \cdot NP_{FG_{kj}} + 0{,}75 \cdot NP_{CE_{kj}}$$

Em que:

NC_{kj} é a nota dos concluintes no Enade do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*;

NP_{FGkj} é a nota padronizada no Componente de Formação Geral do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*; e

NP_{CEkj} é a nota padronizada no Componente Específico do *j*-ésimo curso da área de avaliação *k*.

O Conceito Enade é uma variável discreta que assume valores de 1 a 5, resultantes da conversão do valor contínuo calculado conforme definido na Tabela 2.1.

Tabela 2.1 – Parâmetro de conversão do NC_{kj} em Conceito Enade – Enade/2022

Conceito Enade (faixa)	NC_{kj} (Valor Contínuo)
1	$0 \leq NC_{kj} < 0{,}945$
2	$0{,}945 \leq NC_{kj} < 1{,}945$
3	$1{,}945 \leq NC_{kj} < 2{,}945$
4	$2{,}945 \leq NC_{kj} < 3{,}945$
5	$3{,}945 \leq NC_{kj} \leq 5$

Fonte: MEC/Inep/Daes – Nota Técnica nº 7/2022/CGCQES/DAES (INEP, 2022)

Destaca-se ainda que, conforme a Nota Técnica nº 7/2022/CGCQES/DAES do Inep,

> para que um curso tenha o Conceito Enade calculado, é preciso que ele possua ao menos 2 (dois) estudantes concluintes participantes com resultados válidos no Enade para fins de cálculo dos Indicadores de Qualidade da Educação Superior, inscritos na condição de regular pela IES. Os cursos que não atendem a esse critério ficam na condição de "Sem Conceito (SC)" para preservar a identidade do estudante, conforme exigência do § 9º, do artigo 5º, da Lei nº. 10.861, de 14 de abril de 2004: "Na divulgação dos resultados da avaliação é vedada a identificação nominal do resultado individual obtido pelo aluno examinado, que será a ele exclusivamente fornecido em documento específico, emitido pelo Inep" (p.2).

2.2 OUTRAS CONVENÇÕES NO ÂMBITO DO ENADE

Como anunciado na abertura deste capítulo, o Enade utiliza a Teoria Clássica dos Testes (TCT), que permite descrever o comportamento das questões através do índice de facilidade (descrito na subseção 2.2.1) e do índice de discriminação (descrito na subseção 2.2.2). Destaca-se que, no cálculo desses índices, foram considerados somente os estudantes com status de participação igual a "Presente = 555", validados e com pelo menos três respostas válidas no vetor de marcação de cada componente avaliativo.

2.2.1 ÍNDICE DE FACILIDADE

As questões aplicadas na prova do Enade são avaliadas quanto ao nível de facilidade. Para isso, verifica-se o percentual de acerto de cada questão objetiva. A Tabela 2.2 apresenta as classificações de

questões segundo o percentual de acerto, considerado como Índice de Facilidade. Questões acertadas por 86% dos estudantes, ou mais, são consideradas "Muito fáceis". No extremo oposto, questões com percentual de acerto igual ou inferior a 15% são consideradas "Muito difíceis".

Tabela 2.2 – Classificação de questões segundo Índice de Facilidade – Enade/2022

Índice de Facilidade	Classificação
≥ 0,86	Muito fácil
0,61 a 0,85	Fácil
0,41 a 0,60	Médio
0,16 a 0,40	Difícil
≤ 0,15	Muito difícil

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

2.2.2 CORRELAÇÃO PONTO-BISSERIAL

As questões objetivas aplicadas na prova do Enade devem ter um nível mínimo de poder de discriminação. Para ser considerada apta a avaliar os estudantes dos cursos, uma questão deve ser mais acertada por estudantes que tiveram bom desempenho do que pelos que tiveram desempenho ruim. Um índice que mede essa capacidade das questões e que foi escolhido para ser utilizado no Enade é o denominado correlação Ponto-Bisserial, usualmente representado por rpb. O índice é calculado para cada área de avaliação e, em separado, para o Componente de Formação Geral e para o Componente Específico. A correlação Ponto-Bisserial para uma questão objetiva do Componente de Formação Geral da prova dessa área será calculada pela fórmula a seguir:

$$r_{pb} = \frac{\overline{C}_A - \overline{C}_T}{S_T}\sqrt{\frac{p}{q}}$$

Em que:

$\overline{C}_A$ é a média obtida na parte objetiva de Formação Geral da prova pelos estudantes que acertaram a questão;

$\overline{C}_T$ representa a média obtida na prova por todos os estudantes da área;

S_T é o desvio-padrão das notas nessa parte da prova de todos os estudantes da área;

p é a proporção de estudantes que acertaram a questão (número de estudantes que acertaram a questão dividido pelo número total de estudantes que compareceram à prova); e

$q = 1 - p$ é a proporção de estudantes que erraram a questão.

Frequentemente, mais de uma questão pode ser eliminada de uma prova pelo critério Ponto-Bisserial. No momento que uma questão é eliminada de uma prova, por não apresentar coerência entre o acerto da questão e a nota da prova, esta eliminação afeta obviamente a nota e a relação das demais questões com a nota. A eliminação sequencial pode, então, diminuir o número total de questões eliminadas. O procedimento utilizado foi, em uma primeira etapa, a eliminação da questão com o menor coeficiente de correlação Ponto-Bisserial e o recálculo da quantidade de acertos e das correlações. Em uma segunda etapa, foi verificado se ainda existia alguma questão com coeficiente abaixo do limite estipulado (índice Ponto-Bisserial abaixo de 0,20). Caso positivo, essa questão era também eliminada e os acertos e as correlações recalculados. Esse passo era reiterado até que todas as questões remanescentes apresentassem coeficientes de correlação Ponto-Bisserial acima do limite estipulado. O mesmo procedimento é realizado para as questões da parte objetiva de Componente Específico de cada área.

A Tabela 2.3 apresenta a classificação de questões segundo o poder de discriminação, utilizando-se, para tal, o Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial).

Tabela 2.3 – Classificação de questões segundo Índice de Discriminação (Ponto- Bisserial) – Enade/2022

Índice de Discriminação	Classificação
≥ 0,40	Muito Bom
0,30 a 0,39	Bom
0,20 a 0,29	Médio
≤ 0,19	Fraco

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Importante ressaltar que questões com Índice de Discriminação “Fraco”, com valores ≤ 0,19, são eliminadas do cômputo das notas.

2.2.3 CONVENÇÕES PARA AS TABELAS NUMÉRICAS

No Quadro 2.1, são apresentadas algumas convenções associadas ao Conceito Enade 2022, importantes para a compreensão da forma como são apresentadas as tabelas numéricas distribuídas em várias partes do presente relatório, em relação aos resultados do exame.

Quadro 2.1 – Convenções para as tabelas numéricas

Símbolo	Descrição
0	Dado numérico igual a zero não resultado de arredondamento
0,0	Dado numérico igual a zero resultado de arredondamento
-	Percentual referente ao caso de o total da classe ser igual a zero
.	Se não é possível calcular por falta de observações
Os arredondamentos não foram seguidos de ajustes para garantir soma 100% nas tabelas e igualdades em classes obtidas por soma. Diferenças de até 0,1 podem ocorrer	

A compreensão da metodologia adotada no cálculo do Conceito Enade e de outras convenções avaliativas adotadas no âmbito deste exame é importante por razões diversas. Entre as quais, destaca-se o fato de que pode contribuir para o reconhecimento não somente dos passos dessa metodologia, que, em última instância, resulta no conceito atribuído a cada curso participante, mas, também, do Enade como uma das fontes de insumo utilizadas para o cálculo dos indicadores de qualidade da educação superior, no país, de maneira mais ampla.

CAPÍTULO 3
DISTRIBUIÇÃO DOS CURSOS E DOS ESTUDANTES NO BRASIL

Este capítulo tem o propósito de apresentar um panorama sobre a distribuição dos cursos e dos estudantes participantes do Enade 2022, no país. Na primeira seção, a distribuição dos cursos é caracterizada por categoria administrativa, organização acadêmica, modalidade de oferta dos cursos, grande região e Unidade da Federação (UF). Na segunda seção, a distribuição dos estudantes é caracterizada por categoria administrativa, organização acadêmica, modalidades de oferta, grande região, mesorregião, UF, inscrição e condição de presença. Em ambas as seções os dados são expostos em tabelas e gráficos.

3.1 DISTRIBUIÇÃO DE CURSOS

Em 2022, a área de Publicidade e Propaganda contou com 345 cursos no Brasil. Enfatiza-se que a diferença entre os cursos tabulados neste capítulo e no capítulo 6 corresponde aos cursos que não foram avaliados, em princípio, sem estudantes concluintes que tivessem sido inscritos para a prova. Esses cursos são considerados neste capítulo, mas não no Capítulo 6.

A Tabela 3.1 apresenta dados sobre a distribuição dos cursos avaliados no Enade 2022, por categoria administrativa das IES, modalidade de oferta e grande região.

Tabela 3.1 – Distribuição absoluta e percentual na linha de cursos participantes, por categoria administrativa e Modalidade de Oferta, segundo a grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

		Categoria Administrativa		Modalidade de Oferta	
Grande Região	Total	Públicas	Privadas	Presencial	A distância
Brasil	345 100,0%	30 8,7%	315 91,3%	329 95,4%	16 4,6%
CO	28 100,0%	3 10,7%	25 89,3%	27 96,4%	1 3,6%
NE	46 100,0%	8 17,4%	38 82,6%	46 100,0%	0 0,0%
NO	14 100,0%	1 7,1%	13 92,9%	10 71,4%	4 28,6%
SE	188 100,0%	10 5,3%	178 94,7%	185 98,4%	3 1,6%
SUL	69 100,0%	8 11,6%	61 88,4%	61 88,4%	8 11,6%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 3.1 mostram que, considerada a categoria administrativa da IES, o setor privado apresenta o maior percentual, visto que concentra 315 dos 345 cursos de Publicidade e Propaganda, número correspondente a 91,3% dos cursos.

Como apresentado na mesma tabela, a região Sudeste foi a de maior representação, concentrando 188 cursos, ou 54,5% do total nacional. A região Sul participou com 69 cursos, correspondendo a 20,0% do total de cursos. A região Nordeste participou com 46 cursos (13,3% do total). A região de menor representação foi a Norte, com 14 cursos ou 4,1% do total.

Considerando-se a distribuição dos cursos, por categoria administrativa, em cada grande região, a região Nordeste foi a que apresentou a maior proporção de cursos em instituições públicas (17,4%). Em contrapartida, a região Sudeste foi a que apresentou a maior proporção de cursos em instituições privadas (94,7%). Na região Sudeste se encontrou a maior quantidade de cursos em instituições privadas do país: 178 entre os 315 dessa categoria.

Nas demais regiões, também se observou o predomínio de cursos em instituições privadas: 92,9% na região Norte, 82,6% na região Nordeste, 88,4% na região Sul e 89,3% na região Centro-Oeste.

Considerando-se a modalidade de oferta, constata-se que a maioria dos cursos – 329 dos 345 – são oferecidos na modalidade presencial.

Os 329 cursos (95,4%) na modalidade de oferta presencial estão distribuídos da seguinte forma: 10 na região Norte, 46 na região Nordeste, 185 na região Sudeste, 61 na região Sul e 27 na região Centro-Oeste.

A Tabela 3.2 possibilita uma visão ampla da distribuição dos cursos por organização acadêmica da IES e grande região.

Tabela 3.2 – Distribuição absoluta e percentual na linha de cursos participantes, por organização acadêmica, segundo a grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

		Organização Acadêmica			
Grande Região	**Total**	**Universidades**	**Centros Universitários**	**Faculdades**	**CEFET/IF**
Brasil	345 100,0%	150 43,5%	121 35,1%	74 21,4%	0 0,0%
CO	28 100,0%	9 32,1%	13 46,4%	6 21,4%	0 0,0%
NE	46 100,0%	16 34,8%	18 39,1%	12 26,1%	0 0,0%
NO	14 100,0%	5 35,7%	6 42,9%	3 21,4%	0 0,0%
SE	188 100,0%	86 45,7%	58 30,9%	44 23,4%	0 0,0%
SUL	69 100,0%	34 49,3%	26 37,7%	9 13,0%	0 0,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Na Tabela 3.2, é disponibilizado o número de cursos de Publicidade e Propaganda por organização acadêmica, segundo as grandes regiões brasileiras. A região Sudeste apresenta o maior número de cursos disponíveis, com 188 sendo 86 nas Universidades, 58 nos Centros Universitários e 44 nas Faculdades. Nenhuma região apresentou cursos oferecidos em IES CEFET/IF.

Os dados do Gráfico 3.1 mostram, em ordem decrescente, o número de cursos participantes no Enade 2022, por UF.

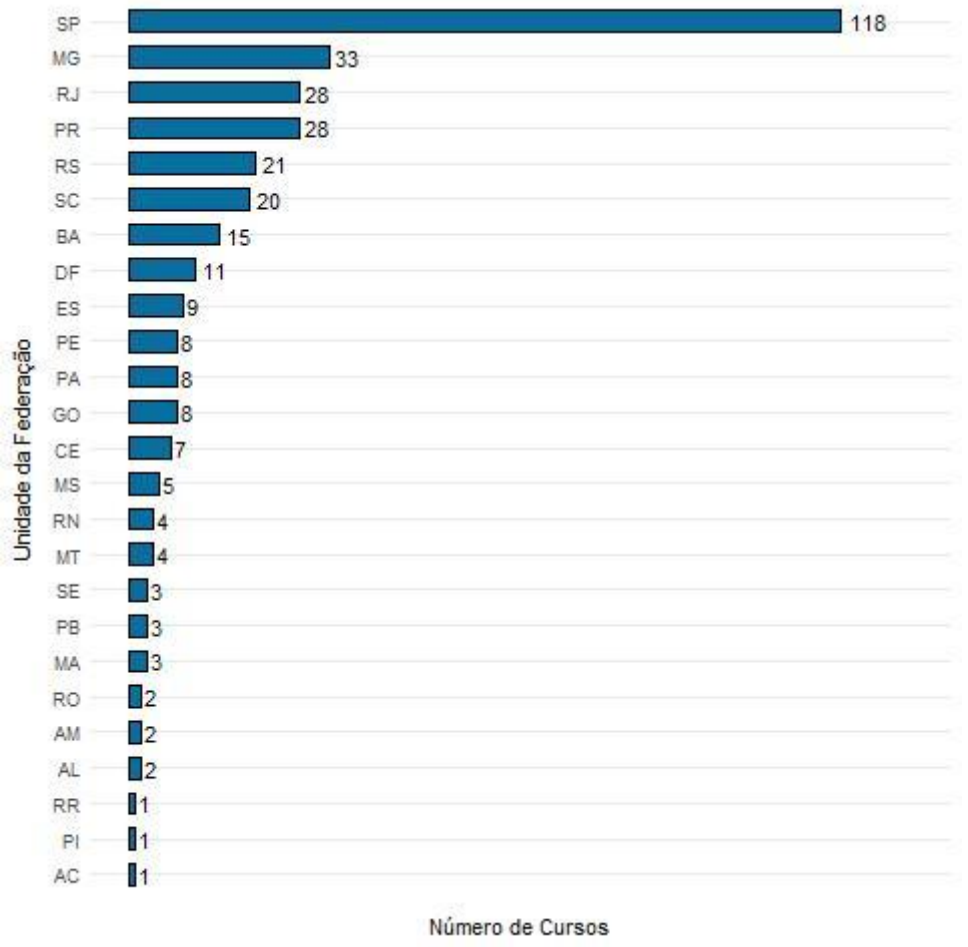


Gráfico 3.1 – Número de cursos participantes por UF – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os resultados apresentados no Gráfico 3.1 consideram os cursos de Publicidade e Propaganda nas unidades da Federação. Pode-se observar que São Paulo e Minas Gerais foram os estados com maior representação, seguidos de Rio de Janeiro e Paraná. Os quatro primeiros Estados correspondem a 60,0% dos cursos de Publicidade e Propaganda oferecidos no país, em 2022. No outro extremo, os estados com menor participação foram Roraima, Piauí e Acre, com apenas 1 curso em cada um desses estados.

3.2 DISTRIBUIÇÃO DE ESTUDANTES

O número de estudantes inscritos e a*usentes*, bem como o de estudantes *presentes no* Enade/2022 de Publicidade e Propaganda por categoria administrativa e modalidade de oferta, é apresentado na Tabela 3.3.

Tabela 3.3 – Distribuição absoluta e percentual na linha de estudantes, por categoria administrativa e por modalidade de oferta, segundo a grande região e a condição de presença – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

			Categoria Administrativa		Modalidade de Oferta	
Grande Região	condição de presença	Total	Públicas	Privadas	Presencial	A distância
Brasil	Ausente	3.349 100,0%	279 8,3%	3.070 91,7%	3.008 89,8%	341 10,2%
	Presente	9.442 100,0%	999 10,6%	8.443 89,4%	8.857 93,8%	585 6,2%
	% Ausente	26,2%	21,8%	26,7%	25,4%	36,8%
CO	Ausente	264 100,0%	64 24,2%	200 75,8%	246 93,2%	18 6,8%
	Presente	605 100,0%	112 18,5%	493 81,5%	540 89,3%	65 10,7%
	% Ausente	30,4%	36,4%	28,9%	31,3%	21,7%
NE	Ausente	549 100,0%	75 13,7%	474 86,3%	549 100,0%	0 0,0%
	Presente	1.087 100,0%	339 31,2%	748 68,8%	1.087 100,0%	0 0,0%
	% Ausente	33,6%	18,1%	38,8%	33,6%	0,0%
NO	Ausente	304 100,0%	8 2,6%	296 97,4%	62 20,4%	242 79,6%
	Presente	566 100,0%	35 6,2%	531 93,8%	173 30,6%	393 69,4%
	% Ausente	34,9%	18,6%	35,8%	26,4%	38,1%
SE	Ausente	1.884 100,0%	87 4,6%	1.797 95,4%	1.862 98,8%	22 1,2%
	Presente	5.917 100,0%	346 5,8%	5.571 94,2%	5.883 99,4%	34 0,6%
	% Ausente	24,2%	20,1%	24,4%	24,0%	39,3%
SUL	Ausente	348 100,0%	45 12,9%	303 87,1%	289 83,0%	59 17,0%
	Presente	1.267 100,0%	167 13,2%	1.100 86,8%	1.174 92,7%	93 7,3%
	% Ausente	21,5%	21,2%	21,6	19,8%	38,8%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como revelam os dados da Tabela 3.3, em todo o Brasil, inscreveram-se no Enade 2022, 12.791 estudantes, sendo que 73,8% (9.442) estavam presentes e 26,2% (3.349) ausentes. Do total de inscritos, 92,8% (11.865) eram oriundos da modalidade presencial, enquanto 7,2% (926) frequentavam o curso a distância. Destaca-se, ainda, com base na Tabela 3.3, que a menor taxa de absenteísmo aconteceu na

região Sul (21,1%), e a maior na região Norte (34,9%). No que se refere à categoria administrativa, o absenteísmo foi maior entre os estudantes de instituições privadas (26,7%) do que entre os de instituições públicas (21,8%). Quando se considera a modalidade de oferta, observa-se que o absenteísmo foi maior entre os estudantes provenientes dos cursos a distância (36,8%) em relação aos de cursos presenciais (25,4%).

Paralelamente ao observado em todas as regiões brasileiras quanto à distribuição dos cursos, a maioria dos estudantes estava vinculada a cursos em instituições privadas. Tais instituições concentram 90,0% dos estudantes de Publicidade e Propaganda de todo o país, inscritos no Enade/2022 (11.513 estudantes, em IES privadas, e 1.278, em IES públicas).

A região Sudeste apresentou o maior número de estudantes inscritos (7.801), correspondendo a 61,0% do total nacional.

Na região Nordeste, inscreveram-se 1.636 estudantes, correspondentes a 12,8%, em termos nacionais. Nessa região, a rede privada concentrou 74,7% dos inscritos e as instituições públicas, 25,3%. Ao considerar a modalidade de oferta, a totalidade dos estudantes (1.636) cursou a modalidade presencial. O absenteísmo nessa região foi de 33,6%.

A região Centro-Oeste apresentou 869 estudantes inscritos, correspondendo a 6,8% do total nacional. Nessa região, a maioria dos estudantes também era da rede privada. Nessa região, quando se considera a modalidade de oferta, a maior parte dos estudantes (786), cursou a modalidade presencial, e o restante (83), a modalidade a distância. O absenteísmo nessa região foi de 30,4%.

A região Sul apresentou 1.615 inscritos (12,6%), sendo que 1.403 estudavam em instituições privadas.

A região Norte apresentou 870 inscritos, correspondentes a 6,8% em termos de Brasil. Desses, 827 eram estudantes de instituições privadas, e 43 de instituições públicas. Nessa região, quando se considera a modalidade de oferta, a maior parte dos estudantes (635) cursou a modalidade a distância e o restante (235), a modalidade presencial. O absenteísmo nessa região foi de 34,9%.

Na Tabela 3.4, mostra-se o número e percentual de estudantes inscritos, presentes e ausentes, por organização acadêmica, segundo as grandes regiões.

Tabela 3.4 – Distribuição absoluta e percentual na linha de estudantes, por organização acadêmica, segundo a grande região e a condição de presença – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

			Organização Acadêmica			
Grande Região	**condição de presença**	**Total**	**Universidades**	**Centros Universitários**	**Faculdades**	**CEFET/IF**
Brasil	Ausente	3.349 100,0%	1.932 57,7%	1.012 30,2%	405 12,1%	0 0,0%
	Presente	9.442 100,0%	5.486 58,1%	2.378 25,2%	1.578 16,7%	0 0,0%
	% Ausente	26,2%	26,0%	29,9%	20,4%	0,0%
CO	Ausente	264 100,0%	133 50,4%	124 47,0%	7 2,7%	0 0,0%
	Presente	605 100,0%	253 41,8%	326 53,9%	26 4,3%	0 0,0%
	% Ausente	30,4%	34,5%	27,6%	21,2%	0,0%
NE	Ausente	549 100,0%	189 34,4%	261 47,5%	99 18,0%	0 0,0%
	Presente	1.087 100,0%	652 60,0%	278 25,6%	157 14,4%	0 0,0%
	% Ausente	33,6%	22,5%	48,4%	38,7%	0,0%
NO	Ausente	304 100,0%	131 43,1%	145 47,7%	28 9,2%	0 0,0%
	Presente	566 100,0%	258 45,6%	227 40,1%	81 14,3%	0 0,0%
	% Ausente	34,9%	33,7%	39,0%	25,7%	0,0%
SE	Ausente	1.884 100,0%	1.281 68,0%	355 18,8%	248 13,2%	0 0,0%
	Presente	5.917 100,0%	3.521 59,5%	1.192 20,1%	1.204 20,3%	0 0,0%
	% Ausente	24,2%	26,7%	22,9%	17,1%	0,0%
SUL	Ausente	348 100,0%	198 56,9%	127 36,5%	23 6,6%	0 0,0%
	Presente	1.267 100,0%	802 63,3%	355 28,0%	110 8,7%	0 0,0%
	% Ausente	21,5%	19,8%	26,3%	17,3%	0,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostrado na Tabela 3.4, dos 9.442 estudantes de Publicidade e Propaganda inscritos e presentes no exame de 2022, em todo o Brasil, 5.486 (58,1%) estudavam em universidades; 2.378 (25,2%) em centros universitários; 1.578 (16,7%) em faculdades e nenhum (0) em CEFET/IF.

A taxa de absenteísmo no Brasil ficou em 26,2%. Os centros universitários apresentaram percentual de ausência maior que a média nacional, sendo de 29,6%. Já as faculdades, apresentaram taxa

menor, sendo de 20,4%. As universidades apresentaram o percentual próximo da média nacional, sendo 26,0%.

Entre as regiões, a que registrou o maior contingente de participantes (estudantes inscritos e presentes) estudando em universidades foi a região Sudeste com 3.521 o que corresponde a 64,2% dos participantes nesse tipo de organização acadêmica, em todo o país. A segunda região com maior representatividade foi a região Sul, com 802 participantes estudando em universidades, representando 14,6%.

A região Sudeste apresentou o maior contingente nas outras organizações acadêmicas, ficando assim distribuída: faculdades (1.204) e centros universitários (1.192).

Considerando-se a distribuição intrarregional dos participantes presentes, na Região Sul, dos 1.267 participantes (13,4% do total), 802 estavam em universidades; 355, em centros universitários e 110 em faculdades, correspondendo a, respectivamente, 63,3%, 28,0% e 8,7%.

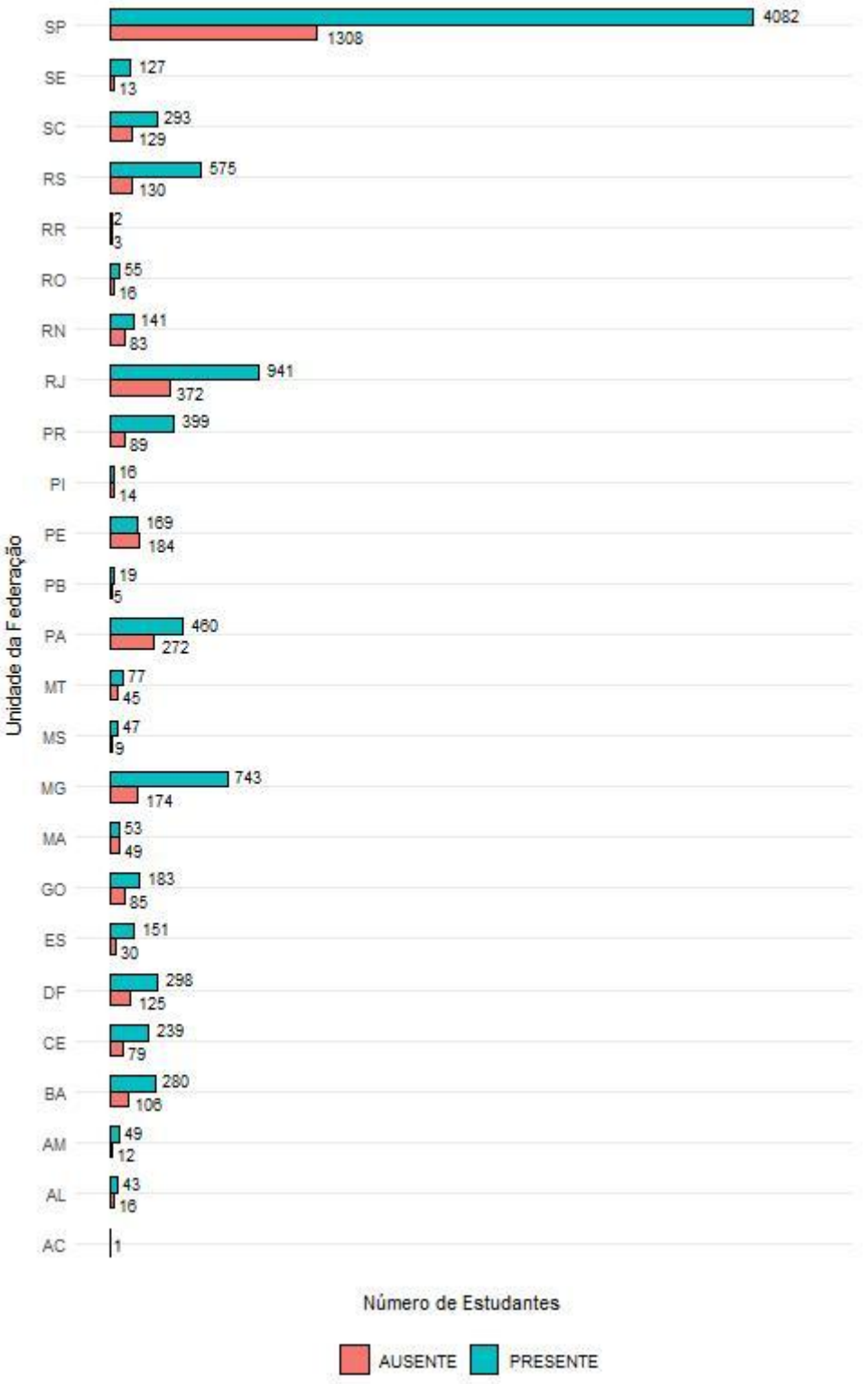
Já os 5.917 participantes da região Sudeste (62,7% do total) estavam principalmente em universidades (59,5%), e, com menor representatividade, em faculdades (20,3%) e centros universitários (20,1%).

Na região Nordeste, dos 1.087 participantes (11,5% do total), 652 (60,0%) estavam em universidades; 278 (25,6%) em centros universitários e 157 (14,4%) em faculdades.

Dos 605 estudantes participantes da região Centro-Oeste (6,4% do total), 53,9% estavam em centros universitários; 41,8% estavam em universidades e 4,3%, em faculdades. Foi a região com a maior proporção de estudantes vinculados a centros universitários.

Na região Norte, dos 566 participantes (6,0% do total), 258 (45,6%) estavam em universidades, 227 (40,1%) em centros universitários e 81 (14,3%) em faculdades.

No Gráfico 3.2, são apresentadas todas as UFs com estudantes inscritos no curso (presentes e ausentes).



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 3.2 – UFs com estudantes inscritos no curso (presentes e ausentes) – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

O percentual de estudantes ausentes no Brasil na área de Publicidade e Propaganda, como um todo, foi de 26,2%, mas os valores foram diversificados, segundo as UFs. Dentre os estados com maior quantidade de ausentes, destacam-se o São Paulo (1308) e Rio de Janeiro (372).

CAPÍTULO 4
CARACTERÍSTICAS DOS ESTUDANTES E COORDENADORES E PERCEPÇÕES SOBRE ATIVIDADES ACADÊMICAS E EXTRACURRICULARES

Este capítulo tem a finalidade de apresentar as características dos estudantes e dos coordenadores da área de Publicidade e Propaganda, bem como suas opiniões a respeito de atividades acadêmicas e extracurriculares. Para tanto, está organizado em três seções, sendo que a primeira se centra no estudante, trazendo elementos que convergem para a caracterização do seu perfil, considerando características demográficas e socioeconômicas, além de outros aspectos relacionados ao hábito de estudo, acervo de biblioteca e estudos extraclasse. A segunda seção traça o perfil dos coordenadores que responderam ao questionário pertinente, enquanto a terceira procede a algumas comparações entre as opiniões dos estudantes e dos coordenadores quanto ao nível de concordância/discordância, em relação às atividades acadêmicas e extraclasse.

É importante ressaltar que, haja vista o conteúdo abordado nas três seções e o interesse de quem desejar aprofundá-lo, o Anexo I corresponde à íntegra do "Questionário do Estudante", enquanto o Anexo II apresenta, também em sua versão integral, o "Questionário do Coordenador de Curso". A íntegra das tabelas desagregadas por quartos de desempenho e sexo dos estudantes está disponível no Anexo VI. O Anexo III traz comparação da opinião dos estudantes e dos coordenadores com respeito às atividades acadêmicas e extraclasses.

4.1 PERFIL DO ESTUDANTE

Para o levantamento das características dos estudantes de Publicidade e Propaganda que participaram do Enade/2022, o universo foi constituído por 9.442 inscritos que compareceram à prova. É possível que alguns estudantes não tenham respondido integralmente ao questionário e, em razão disto, em algumas tabelas, a população analisada não seja de todos os participantes. Nesta seção, serão apresentadas tabelas com informações selecionadas do questionário, além de outras sobre sexo e idade dos participantes, fornecidas pela IES.

4.1.1 CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS E SOCIOECONÔMICAS[8]

Na Tabela 4.1, mostrada adiante, apresenta-se a distribuição por sexo e idade do total de respondentes, segundo a modalidade de oferta do curso: presencial e a distância. As percentagens que representam as participações de uma dada combinação de sexo e **grupo etário** somam 100,0% para cada modalidade de oferta.

Tabela 4.1 – Distribuição percentual do total de estudantes, por modalidade de oferta e sexo, segundo o grupo etário, a Média e o Desvio-padrão das idades – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta					
	Educação Presencial			A distância		
	Sexo			Sexo		
grupo etário	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Até 24 anos	68,6%	26,5%	42,1%	29,6%	9,2%	20,3%
Entre 25 a 29 anos	25,0%	13,0%	12,1%	35,7%	11,8%	23,9%
Entre 30 a 34 anos	4,4%	2,5%	1,8%	15,2%	8,2%	7,0%
Entre 35 a 39 anos	1,2%	0,6%	0,6%	9,6%	4,6%	5,0%
Entre 40 a 44 anos	0,5%	0,3%	0,1%	5,3%	3,2%	2,1%
Acima de 45 anos	0,4%	0,3%	0,1%	4,6%	3,2%	1,4%
Total	100,0%	43,2%	56,8%	100,0%	40,3%	59,7%
Média	24,2	24,8	23,7	29,2	31,1	27,9
Desvio padrão	3,5	4,0	3,0	7,2	8,1	6,2

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Com base nos dados das Tabela 4.1, constatou-se que os estudantes da área de Publicidade e Propaganda eram, em sua maior parte, do sexo feminino, na modalidade presencial (56,8%). Os estudantes desse sexo, no segmento mais jovem, até 24 anos, constituíram 20,3%, na modalidade a distância e 42,1%, na presencial. A proporção de estudantes nos grupos etários diminui com o aumento da idade para os estudantes em ambos os sexos na educação presencial, todavia na modalidade a distância para ambos os sexos não se mantém esse padrão, sendo a categoria de até 24 anos menor que a categoria posterior.

O **grupo etário** que apresentou a maior frequência de estudantes, na modalidade a distância, foi de 25 a 29 anos, com 35,7% do total (11,8% do sexo masculino e 23,9% do sexo feminino). Entre os estudantes na modalidade presencial, a maior frequência foi de até 24 anos, com 68,6% do total (26,5% do sexo masculino e 42,1% do sexo feminino).

[8] Cumpre lembrar que uma das convenções para tabelas numéricas, indicada nas subseção 2.2.3 do Capítulo 2, refere-se à possibilidade de, por questão de arredondamento, a soma das partes não resultar em 100%.

Em 2022, a média das idades dos concluintes de Publicidade e Propaganda do sexo masculino na modalidade presencial foi ligeiramente maior do que a do sexo feminino, respectivamente, 24,8 e 23,7 anos. Para os concluintes na modalidade a distância, a situação foi a mesma: média 31,1 e 27,9 anos, respectivamente, para estudantes do sexo masculino e estudantes do sexo feminino. O desvio-padrão das idades também foi maior para os estudantes do sexo masculino do que para os do sexo feminino, na modalidade a distância e presencial.

Na sequência, é apresentada a Tabela 4.2a, na qual é ilustrada a distribuição das respostas por sexo do estudante inscrito, respectivamente em cursos presenciais e em cursos a distância, segundo a sua cor ou raça e a indicação de ingresso por Política de Ação Afirmativa ou Inclusão Social.

Tabela 4.2a – Distribuição percentual do total de estudantes, por indicação de Ingresso por Política de Ação Afirmativa ou Inclusão Social e sexo, segundo a cor ou raça – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Seu ingresso no curso se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?								
	Total			Sim			Não		
	Sexo			Sexo			Sexo		
cor ou raça	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Branca	66,1%	27,5%	38,6%	47,1%	17,7%	29,4%	71,9%	30,5%	41,4%
Preta	10,5%	5,0%	5,6%	20,4%	9,5%	10,9%	7,5%	3,6%	3,9%
Amarela	1,5%	0,5%	1,0%	1,0%	0,3%	0,6%	1,6%	0,6%	1,0%
Parda	20,6%	9,4%	11,1%	29,3%	13,4%	16,0%	17,9%	8,3%	9,7%
Indígena	0,2%	0,1%	0,0%	0,2%	0,2%	0,0%	0,2%	0,1%	0,0%
Não quero declarar	1,2%	0,5%	0,6%	1,9%	0,7%	1,2%	0,9%	0,5%	0,4%
Total	100,0%	43,1%	56,9%	100,0%	41,8%	58,2%	100,0%	43,5%	56,5%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostra a Tabela 4.2a, entre os concluintes de cursos presenciais, 66,1% dos estudantes se declararam de cor ou raça branca (27,5% do sexo masculino e 38,6% do sexo feminino). Os que se declararam de cor ou raça parda corresponderam a 20,6%. Já os que declararam ser de cor preta representam 10,5% (5,0% do sexo masculino e 5,6% do sexo feminino). Além disso, os demais se declararam de cor ou raça: amarela (1,5%), indígena (0,2%), e 1,2% dos estudantes não declararam sua cor ou raça (Não quero declarar).

Já quando se considera também o Ingresso por Política de Ação Afirmativa ou Inclusão Social (Sim), a proporção de pardos passa para 29,3% e a de brancos para 47,2%. Pretos representam 20,4% e indígenas 0,2%.

Entre os concluintes de cursos ofertados a distância, a distribuição da cor ou raça declarada é parecida, como revelam os dados apresentados na Tabela 4.2b.

Tabela 4.2b – Distribuição percentual do total de estudantes, por indicação de Ingresso por Política de Ação Afirmativa ou Inclusão Social e sexo, segundo a cor ou raça – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Seu ingresso no curso se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?								
	Total			Sim			Não		
	Sexo			Sexo			Sexo		
cor ou raça	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Branca	60,3%	24,0%	36,3%	47,2%	12,5%	34,7%	62,1%	25,6%	36,5%
Preta	9,1%	3,8%	5,3%	18,1%	4,2%	13,9%	7,8%	3,7%	4,1%
Amarela	1,0%	0,3%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	0,4%	0,8%
Parda	28,3%	11,5%	16,8%	31,9%	11,1%	20,8%	27,7%	11,5%	16,2%
Indígena	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,4%	0,0%
Não quero declarar	1,0%	0,3%	0,7%	2,8%	1,4%	1,4%	0,8%	0,2%	0,6%
Total	100,0%	40,2%	59,8%	100,0%	29,2%	70,8%	100,0%	41,8%	58,2%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

A Tabela 4.2b mostra os seguintes resultados, em relação à distribuição da cor ou raça declarada pelos estudantes concluintes: 60,3% branca, 28,3% parda, 9,1% preta, 1,0% amarela, 0,3% indígena e 1,0% dos concluintes dos cursos a distância não quiseram declarar sua cor ou raça.

Já quando se considera também o Ingresso por Política de Ação Afirmativa ou Inclusão Social, é maior a proporção dos que se declararam brancos, pardos e pretos.

Em relação à faixa de renda mensal familiar declarada pelos estudantes de Publicidade e Propaganda, na Tabela 4.3, detalham-se os resultados obtidos.

Tabela 4.3 – Distribuição percentual do total de estudantes, por modalidade de oferta e sexo, segundo a faixa de renda mensal familiar em salários mínimos e em reais – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta					
	Educação Presencial			A Distância		
	Sexo			Sexo		
Renda mensal familiar	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	8,9%	3,8%	5,1%	13,2%	5,0%	8,2%
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	23,5%	9,7%	13,8%	28,9%	10,3%	18,7%
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	20,0%	8,5%	11,5%	23,8%	9,8%	14,0%
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	14,0%	6,0%	8,0%	15,9%	6,3%	9,6%
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	15,5%	7,1%	8,5%	11,3%	6,2%	5,1%
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	12,6%	5,9%	6,8%	6,0%	2,6%	3,4%
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	5,4%	2,2%	3,3%	0,9%	0,2%	0,7%
Total	100,0 %	43,1%	56,9%	100,0 %	40,2%	59,8%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com a Tabela 4.3, a faixa de renda familiar mensal modal para os estudantes de cursos presenciais foi a De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00), com 23,5% do total (9,7% para o sexo masculino e 13,8% para o sexo feminino). Para os cursos a distância, a faixa de renda familiar mensal modal também foi a De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00), com 28,9% do total (10,3% para o sexo masculino e 18,7% para o sexo feminino).

Somando-se os percentuais totais das três faixas de renda mais elevadas (acima de 6 salários mínimos), obtém-se o correspondente a 18,2% dos estudantes de cursos a distância, e 33,5% dos estudantes de cursos presenciais. No oposto da renda familiar, respectivamente, 23,8% e 20,0% dos estudantes dos cursos a distância e presenciais declararam que a renda familiar era a de De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00).

A Tabela 4.4 apresenta a distribuição dos estudantes com respeito à existência de renda e sustento.

Tabela 4.4 – Distribuição percentual do total de estudantes, por modalidade de oferta e sexo, segundo a Situação financeira e o sustento da família – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta					
	Educação Presencial			A Distância		
	Sexo			Sexo		
Situação financeira da família	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Não tenho renda e meus gastos são financiados por programas governamentais	1,7%	0,7%	1,1%	1,5%	0,5%	1,0%
Não tenho renda e meus gastos são financiados pela minha família ou por outras pessoas	13,6%	6,0%	7,6%	12,2%	2,9%	9,2%
Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos	50,0%	20,0%	30,0%	30,7%	12,3%	18,3%
Tenho renda e não preciso de ajuda para financiar meus gastos	16,5%	8,4%	8,1%	22,8%	11,5%	11,3%
Tenho renda e contribuo com o sustento da família	15,7%	6,7%	9,0%	24,5%	8,4%	16,1%
Sou o principal responsável pelo sustento da família	2,5%	1,3%	1,1%	8,4%	4,6%	3,8%
Total	100,0 %	43,1%	56,9%	100,0 %	40,2%	59,8%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.4 mostram que entre os concluintes da modalidade a distância, a alternativa mais frequente foi a Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos (30,7%). Entre os concluintes de cursos presenciais, a classe modal foi a mesma (50,0%). A proporção de respondentes com gastos financiados por programas governamentais foi maior entre os estudantes de cursos presenciais (1,7% contra 1,5% nos cursos a distância). Em contrapartida, a proporção daqueles que declararam ser o principal responsável pelo sustento da família foi maior entre os de cursos a distância (8,4% contra 2,5% nos cursos presenciais).

Agrupando-se as três primeiras categorias, já que todas se referem a indivíduos que dependem de outros para o seu sustento, esse grupo representa 65,3% nos cursos presenciais e 44,4% nos cursos a distância.

Os concluintes das duas modalidades de oferta de cursos apresentaram distribuições diferentes para o grau de escolaridade do pai, como pode ser verificado na Tabela 4.5.

Tabela 4.5 – Distribuição percentual do total de estudantes, por modalidade de oferta e sexo, segundo o Grau de escolaridade do pai – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta					
	Educação Presencial			A distância		
	Sexo			Sexo		
Grau de escolaridade do pai	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Nenhuma	2,8%	1,1%	1,6%	2,4%	1,4%	1,0%
Ensino Fundamental: 1.º ao 5.º ano (1.ª a 4.ª série)	11,4%	5,3%	6,1%	20,9%	8,7%	12,2%
Ensino Fundamental: 6.º ao 9.º ano (5.ª a 8.ª série)	12,5%	5,2%	7,3%	16,6%	7,2%	9,4%
Ensino Médio	36,7%	15,5%	21,2%	36,5%	12,8%	23,6%
Ensino Superior – Graduação	25,6%	11,0%	14,6%	15,9%	7,5%	8,4%
Pós-graduação	11,1%	5,0%	6,1%	7,7%	2,6%	5,1%
Total	100,0%	43,1%	56,9%	100,0%	40,2%	59,8%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Pelos dados da Tabela 4.5 verifica-se que 36,7% dos estudantes dos cursos presenciais (15,5% dos estudantes do sexo masculino e 21,2% do sexo feminino) declararam que o pai concluiu o Ensino Médio, sendo essa escolaridade modal, nos cursos presenciais. Na sequência, vem o grau de escolaridade Ensino Superior, com 25,6%. Para os estudantes dos cursos a distância, a escolaridade modal também foi Ensino Médio (36,5%), sendo 12,8% do sexo masculino e 23,6% do sexo feminino. A segunda alternativa de resposta com maior frequência, para estudantes a distância foi a que o pai concluiu o Ensino Fundamental: 1.º ao 5.º ano (1.ª a 4.ª série) 20,9% (8,7% do sexo masculino e 12,2%, do feminino).

Para os que afirmaram que o pai cursou o Ensino Fundamental do 6.º até o 9.º ano, a percentagem foi de 12,5% do total de estudantes da modalidade presencial e 16,6% da modalidade a distância. Declararam que o pai possui curso de Educação Superior – graduação, 25,6% do total de estudantes da modalidade presencial e 15,9% da modalidade a distância. A afirmativa de que a escolaridade do pai era nenhuma, representou 2,8% nos cursos presenciais e 2,4% nos cursos a distância. No extremo oposto, estão aqueles que afirmaram que o pai possui pós-graduação, com, respectivamente, 11,1% e 7,7% dos estudantes de cursos presenciais e cursos a distância.

Quanto à escolaridade da mãe, os dados a respeito são apresentados na Tabela 4.6.

Tabela 4.6 – Distribuição percentual do total de estudantes, por modalidade de oferta e sexo, segundo o Grau de escolaridade da mãe – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta					
	Educação Presencial			A Distância		
	Sexo			Sexo		
Grau de escolaridade da mãe	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Nenhuma	0,6%	0,3%	0,3%	1,0%	0,3%	0,7%
Ensino Fundamental: 1.º ao 5.º ano (1.º a 4.º série)	7,8%	3,6%	4,1%	18,0%	7,4%	10,6%
Ensino Fundamental: 6.º ao 9.º ano (5.º a 8.º série)	10,5%	4,9%	5,7%	12,3%	5,7%	6,7%
Ensino Médio	37,0%	15,2%	21,8%	41,4%	15,2%	26,2%
Ensino Superior – Graduação	28,1%	12,4%	15,6%	15,9%	6,3%	9,6%
Pós-graduação	16,0%	6,7%	9,4%	11,3%	5,3%	6,0%
Total	100,0 %	43,1%	56,9%	100,0 %	40,2%	59,8%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Pelos dados da Tabela 4.6 verifica-se que 37,0% dos estudantes dos cursos presenciais (15,2% dos estudantes do sexo masculino e 21,8% do sexo feminino) declararam que a mãe concluiu o Ensino Médio, sendo essa escolaridade modal, nos cursos presenciais.

Na sequência, vem o grau de escolaridade Ensino Superior – Graduação com 28,1%. Por outro lado, para os estudantes do curso a distância, a escolaridade modal foi a de que a mãe concluiu o Ensino Médio com 41,4%, sendo 15,2% dos estudantes do sexo masculino e 26,2% do sexo feminino. A segunda alternativa de resposta com maior frequência, para estudantes a distância foi a de que a mãe conclui o Ensino Fundamental: 1.º ao 5.º ano (1.ª a 4.ª série), com 18,0% (7,4% do sexo masculino e 10,6% do feminino).

Para os que afirmaram que a mãe cursou o Ensino Fundamental do 6º até o 9º ano, a percentagem foi de 10,5% do total de estudantes da modalidade presencial e 12,3% da modalidade a distância. Declararam que a mãe possui curso de Educação Superior – graduação, respectivamente, 28,1% e 15,9% dos estudantes de cursos presenciais e a distância. A afirmativa de que a escolaridade da mãe era nenhuma, representou 0,6% nos cursos presenciais e 1,0% nos cursos a distância. Em contrapartida, aqueles que afirmaram que a mãe possui Pós-Graduação foram, respectivamente, 16,0% e 11,3% dos estudantes de cursos presenciais e cursos a distância.

A respeito do tipo de curso concluído no Ensino Médio, os resultados estão apresentados na Tabela 4.7.

Tabela 4.7 – Distribuição percentual do total de estudantes, por modalidade de oferta e sexo, segundo o tipo de Ensino Médio concluído – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta					
	Educação Presencial			A Distância		
	Sexo			Sexo		
Tipo de Ensino Médio concluído	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Ensino Médio tradicional	87,0%	37,1%	49,9%	80,5%	30,8%	49,7%
Profissionalizante Técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro)	8,5%	3,7%	4,8%	10,3%	4,6%	5,7%
Profissionalizante Magistério (Curso Normal)	0,3%	0,1%	0,2%	1,4%	0,3%	1,0%
Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo	3,3%	1,8%	1,5%	6,7%	3,6%	3,1%
Outra modalidade	0,9%	0,5%	0,5%	1,2%	0,9%	0,3%
Total	100,0 %	43,1%	56,9%	100,0%	40,2%	59,8%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

A partir dos dados da Tabela 4.7, verifica-se que a maior parte dos estudantes realizou o Ensino Médio tradicional, 87,0% entre os estudantes dos cursos presenciais e 80,5% daqueles concluindo cursos na modalidade a distância. Considerando-se ambas as modalidades, a escolaridade modal foi Ensino Médio tradicional. Nota-se a segunda alternativa de resposta com maior proporção de estudantes da modalidade presencial, os oriundos do Ensino Profissionalizante Técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro), com 8,5%. Para a modalidade a distância o segundo maior percentual ficou também com o Ensino Profissionalizante Técnico, com 10,3%.

Na Tabela 4.8a, apresenta-se a distribuição do tipo de escola cursada no Ensino Médio, segundo a categoria administrativa da instituição frequentada na Educação Superior e o sexo dos estudantes para os concluintes de cursos presenciais – Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.8a – Distribuição percentual na coluna de estudantes, por sexo e categoria administrativa da IES, segundo o tipo de escola cursada no Ensino Médio – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Sexo					
	Total		Masculino		Feminino	
	Categoria Administrativa		Categoria Administrativa		Categoria Administrativa	
Tipo de escola cursada	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada
Todo em escola pública	55,2%	44,3%	57,4%	44,7%	53,4%	44,0%
Todo em escola privada (particular)	38,9%	45,9%	35,8%	44,7%	41,4%	46,9%
Todo no exterior	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%
A maior parte em escola pública	2,4%	3,1%	2,9%	3,5%	2,0%	2,8%
A maior parte em escola privada (particular)	2,9%	5,6%	3,5%	6,2%	2,4%	5,2%
Parte no Brasil e parte no exterior	0,6%	1,0%	0,4%	0,8%	0,7%	1,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados expostos na Tabela 4.8a mostra, nas IES públicas, na modalidade presencial, o percentual de estudantes que cursaram o Ensino Médio Todo em escola privada foi de 55,2% em oposição ao de 38,9% daqueles que cursaram o Ensino Médio Todo em escola pública. Nas IES privadas, essa relação é um pouco mais estreita, com o percentual de estudantes que cursaram todo o Ensino Médio em escolas privadas, igual a 45,9%, em oposição ao de 44,3% em escolas públicas.

Na Tabela 4.8b, apresenta-se a distribuição do Tipo de escola cursada no Ensino Médio, segundo a categoria administrativa da instituição frequentada na Educação Superior e o Sexo dos estudantes concluintes de cursos a distância de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.8b – Distribuição percentual na coluna de estudantes, por sexo e categoria administrativa da IES, segundo o tipo de escola cursada no Ensino Médio – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Sexo					
	Total		Masculino		Feminino	
	Categoria Administrativa		Categoria Administrativa		Categoria Administrativa	
Tipo de escola cursada	Pública	Privada	Pública	Privada	Pública	Privada
Todo em escola pública	-	63,7%	-	57,9%	-	67,6%
Todo em escola privada (particular)	-	22,8%	-	25,5%	-	20,9%
Todo no exterior	-	0,2%	-	0,0%	-	0,3%
A maior parte em escola pública	-	7,2%	-	9,4%	-	5,7%
A maior parte em escola privada (particular)	-	6,2%	-	7,2%	-	5,4%
Parte no Brasil e parte no exterior	-	0,0%	-	0,0%	-	0,0%
Total	-	100,0%	-	100,0%	-	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como atestam os dados apresentados na Tabela 4.8b, não há IES públicas que ofertam o curso na modalidade à distância. Já nas IES privadas, na modalidade a distância, o percentual de estudantes que cursaram o Ensino Médio todo em escola pública foi de 63,7%, em oposição ao de 22,8% de estudantes que cursaram o Ensino Médio todo em escola privada.

Na Tabela 4.9a, apresentam-se informações sobre o recebimento de bolsas de estudo ou financiamento para custear todas ou a maior parte das mensalidades, segundo a cor ou raça declarada do estudante e a faixa de renda familiar, para os cursos presenciais, na área de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.9a – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Que tipo de bolsa de estudos ou financiamento do curso você recebeu para custear todas ou a maior parte das mensalidades?", por alternativa de resposta, segundo a cor ou raça e a faixa de renda mensal familiar em salários mínimos e em reais – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

cor ou raça	Faixa de Renda familiar	Nenhum, pois meu curso é gratuito	Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	Algum tipo de bolsa ou financiamento
Branca	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	44	58	261
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	105	277	712
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	94	337	680
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	62	344	467
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	88	493	441
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	66	596	264
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	15	370	50
Preta	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	34	18	84
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	53	47	235
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	31	34	153
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	13	23	64
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	11	21	57
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	10	16	15
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	1	5	0
Amarela	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	1	5	3
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	5	8	24
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	0	5	10
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	0	10	6
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	1	12	11
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	0	14	5
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	9	0
Parda	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	65	28	168
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	71	101	397
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	47	90	262
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	28	59	144
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	26	79	109
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	14	63	37
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	18	5
Indígena	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	0	0	1
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	1	2	3
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	0	0	1

	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	1	0	0
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	0	1	2
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	0	2	1
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	1	0
Não quero declarar	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	3	2	6
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	5	7	17
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	4	3	10
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	1	4	9
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	4	8	4
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	1	6	3
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	4	1

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados da Tabela 4.9a, considerando a modalidade presencial, 4.722 dos estudantes declararam que teriam recebido bolsa de estudo ou financiamento. Desses, a maioria declarou cor ou raça branca (2.875 participantes), seguida pela raça ou cor parda (1.122 participantes). Considerando a faixa de renda familiar, 690 estudantes que recebem algum tipo de bolsa ou financiamento declararam ter renda De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00), e 523 estudantes que recebem algum tipo de bolsa ou financiamento declararam ter renda de Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00). Já 3.180 declararam que não tinham recebido bolsa/financiamento, embora o curso não fosse gratuito. 905 estudantes não receberam nenhum tipo de bolsa, pois seu curso era gratuito.

Na Tabela 4.9b, são apresentadas informações sobre o recebimento de bolsas de estudo ou financiamento para custear todas ou a maior parte das mensalidades, segundo a cor ou raça declarada do estudante e a faixa de renda familiar pelos estudantes dos cursos a distância, na área de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.9b – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Que tipo de bolsa de estudos ou financiamento do curso você recebeu para custear todas ou a maior parte das mensalidades?", por alternativa de resposta, segundo a cor ou raça e a faixa de renda mensal familiar em salários mínimos e em reais – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda.

cor ou raça	Faixa de Renda familiar	Nenhum, pois meu curso é gratuito	Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	Algum tipo de bolsa ou financiamento
Branca	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	1	18	22
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	0	46	51
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	0	49	37
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	0	37	14
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	2	42	7
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	0	17	6
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	3	0
Preta	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	0	2	7
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	0	3	10
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	0	8	4
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	0	4	7
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	0	2	1
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	0	2	2
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	0	1
Amarela	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	0	1	1
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	0	1	1
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	0	1	0
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	0	1	0
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	0	0	0
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	0	0	0
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	0	0
Parda	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	0	12	12
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	0	21	33
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	0	20	18
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	0	17	12
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	0	9	2
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	0	7	1
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	0	1
Indígena	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	0	0	0
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	0	1	0

	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	0	1	0
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	0	0	0
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	0	0	0
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	0	0	0
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	0	0
Não quero declarar	Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	0	1	0
	De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	0	0	2
	De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	0	1	0
	De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	0	0	1
	De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	0	1	0
	De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	0	0	0
	Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	0	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Conforme se verifica, a partir dos dados da Tabela 4.9b, considerando a modalidade a distância, 253 estudantes declararam que teriam recebido bolsa de estudo ou financiamento. Já 328 estudantes declararam que não haviam recebido bolsa/financiamento, embora o curso não fosse gratuito; 59 estudantes que recebem algum tipo de bolsa ou financiamento declararam ter renda família de 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00) e 42 estudantes que recebem algum tipo de bolsa ou financiamento declararam ter renda de até 1,5 SM (até R$ 1.818,00). Segundo a cor ou raça, a maioria dos estudantes que recebem algum tipo de bolsa ou financiamento declararam ser de cor branca, seguido da cor ou raça parda.

Na Tabela 4.10a, apresentam-se informações sobre o recebimento de bolsas de estudo ou financiamento para custear todas ou a maior parte das mensalidades, por sexo, segundo a faixa de renda familiar, para os cursos presenciais na área de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.10a – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Que tipo de bolsa de estudos ou financiamento do curso você recebeu para custear todas ou a maior parte das mensalidades?", por sexo e alternativa de resposta, segundo a faixa de renda mensal familiar em salários mínimos e em reais – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

Faixa de Renda familiar	Masculino			Feminino		
	Nenhum, pois meu curso é gratuito	Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	Algum tipo de bolsa ou financiamento	Nenhum, pois meu curso é gratuito	Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	Algum tipo de bolsa ou financiamento
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	81	45	206	66	66	317
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	106	192	560	134	250	828
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	88	181	479	88	288	637
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	45	203	281	60	237	409
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	51	278	292	79	336	332
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	36	325	157	55	372	168
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	2	163	26	14	244	30

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados expostos na Tabela 4.10a revelam que 4.722 estudantes declararam que teriam recebido bolsa de estudo ou financiamento, 2.001 (42,4%) estudantes do sexo masculino e 2.721 (57,6%) estudantes do sexo feminino.

Na Tabela 4.10b, apresentam-se informações sobre o recebimento de bolsas de estudo ou financiamento para custear todas ou a maior parte das mensalidades, por sexo, segundo a faixa de renda familiar para os cursos a distância na área de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.10b – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Que tipo de bolsa de estudos ou financiamento do curso você recebeu para custear todas ou a maior parte das mensalidades?", por sexo e alternativa de resposta, segundo a faixa de renda mensal familiar em salários mínimos e em reais – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda.

Faixa de Renda familiar	Masculino			Feminino		
	Nenhum, pois meu curso é gratuito	Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	Algum tipo de bolsa ou financiamento	Nenhum, pois meu curso é gratuito	Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	Algum tipo de bolsa ou financiamento
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	1	10	18	0	24	24
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	0	31	29	0	41	68
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	0	34	23	0	46	36
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	0	27	10	0	32	24
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	1	29	6	1	25	4
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	0	12	3	0	14	6
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	0	1	0	0	2	2

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como se pode constatar, a partir dos dados da Tabela 4.10b, a situação predominantemente declarada pelos estudantes de ambos os sexos foi a de que não teriam recebido bolsa de estudo ou financiamento, sendo ou não o curso gratuito, com destaque para a faixa de renda entre 3 e 4,5 salários mínimos, para ambos os sexos. As proporções dos que receberam bolsa se concentram na renda de 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a 3.636,00), para ambos os sexos.

Na Tabela 4.11, apresentam-se informações sobre o recebimento de bolsas de estudo ou financiamento para custear todas ou a maior parte das mensalidades, por modalidade de oferta, segundo a faixa de renda familiar, para os estudantes na área de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.11 – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Que tipo de bolsa de estudos ou financiamento do curso você recebeu para custear todas ou a maior parte das mensalidades?", por modalidade de oferta e alternativas agregadas de resposta, segundo a faixa de renda mensal familiar em salários mínimos e em reais – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Faixa de Renda familiar	Educação Presencial			A Distância		
	Nenhum, pois meu curso é gratuito	Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	Algum tipo de bolsa ou financiamento	Nenhum, pois meu curso é gratuito	Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	Algum tipo de bolsa ou financiamento
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	147	111	523	1	34	42
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	240	442	1.388	0	72	97
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	176	469	1.116	0	80	59
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	105	440	690	0	59	34
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	130	614	624	2	54	10
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	91	697	325	0	26	9
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	16	407	56	0	3	2

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostram os dados da Tabela 4.11, 4.722 estudantes dos cursos presenciais e 253 estudantes dos cursos a distância declararam que teriam recebido bolsa de estudo ou financiamento. A faixa de renda familiar que apresentou maior quantidade de alunos com o benefício de bolsa ou financiamento foi de 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00), para ambas as modalidades.

Na Tabela 4.12a, apresentam-se informações de existência de familiares com curso superior, por sexo do estudante, segundo a cor ou a raça declarada, para os cursos presenciais de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.12a – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Alguém em sua família concluiu um curso superior?", por sexo e alternativa de resposta, segundo cor ou raça – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

cor ou raça	Masculino		Feminino	
	Sim.	Não.	Sim.	Não.
Branca	2.007	417	2.802	598
Preta	290	146	331	158
Amarela	38	7	71	13
Parda	581	251	679	300
Indígena	9	3	2	2
Não quero declarar	42	6	45	9

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Verifica-se, com base nos dados da Tabela 4.12a, que a situação predominantemente declarada, pelos estudantes, para ambos os sexos é a de que sim, alguém da família tem curso superior. Levando-se em consideração o total de estudantes de cursos de Publicidade e Propaganda, os do sexo feminino declararam uma proporção maior de famílias com indivíduos com curso superior. Quanto à cor ou raça, brancos apresentaram maior quantidade de respostas positivas, seguidos de pardos e pretos.

Na Tabela 4.12b, apresentam-se informações de existência de familiares com curso superior por sexo do estudante, segundo a cor ou raça declarada, para os cursos a distância de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.12b – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Alguém em sua família concluiu um curso superior?", por sexo e alternativa de resposta, segundo cor ou raça – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

cor ou raça	Masculino		Feminino	
	Sim.	Não.	Sim.	Não.
Branca	109	31	157	55
Preta	14	8	20	11
Amarela	2	0	3	1
Parda	48	19	66	32
Indígena	1	1	0	0
Não quero declarar	2	0	0	4

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.12b mostram que a situação predominantemente declarada, pelos estudantes, para ambos os sexos, é a de que sim, alguém da família tem curso superior. O sexo feminino

apresentou maior quantidade de alunos com familiares concluintes de curso superior. Quanto a cor ou raça, brancos aparecem com maior quantidade, seguido de pardos e pretos.

Na Tabela 4.13, apresentam-se informações de existência de familiares com curso superior, por modalidade de oferta, segundo o tipo de bolsa ou financiamento recebido para os cursos na área de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.13 – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Alguém em sua família concluiu um curso superior?", por modalidade de oferta e alternativa de resposta, segundo o tipo de bolsa ou financiamento do curso – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Tipo de bolsa ou financiamento	Educação Presencial		A Distância	
	Sim	Não	Sim	Não
Nenhum, pois meu curso é gratuito	710	195	2	1
Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	2.761	419	252	76
Algum tipo de bolsa ou financiamento	3.426	1.296	168	85

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados apresentados na Tabela 4.13, a situação predominantemente declarada pelos estudantes, tanto em cursos presenciais quanto em cursos a distância, é a de que Sim, alguém da família tem curso superior. Essas proporções são menores para aqueles estudantes que declaram receber alguma bolsa ou financiamento em cursos presenciais.

A Tabela 4.14 apresenta informações de existência de algum tipo de auxílio permanência, por habilitação e modalidade de oferta, para os estudantes da área de Publicidade e Propaganda.

Tabela 4.14 – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de auxílio-permanência?", por modalidade de oferta, segundo a alternativa de resposta – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Alternativa de resposta	Educação Presencial	A Distância
Não	8.350	570
Sim	457	14

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

As informações da Tabela 4.14 mostram que a situação predominantemente declarada pelos estudantes tanto para os de cursos presenciais quanto para os a distância, é a de que não, ou seja, a maioria dos estudantes declarou não receber algum tipo de auxílio-permanência. Apenas 5,0% respondeu a assertiva sim.

Na Tabela 4.15, apresentam-se informações para os concluintes de Publicidade e Propaganda sobre o recebimento de algum tipo de bolsa acadêmica, por modalidade de oferta do curso, segundo a UF.

Tabela 4.15 – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de bolsa acadêmica?", por modalidade de oferta e alternativa de resposta, segundo a Unidade da Federação – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Educação Presencial				A Distância			
	Sim		Não		Sim		Não	
Unidade da Federação	N	% da linha	N	% da linha	N	% da linha	N	% da linha
AC	0	-	0	-	0	-	0	-
AL	3	7,0%	40	93,0%	0	-	0	-
AM	4	8,2%	45	91,8%	0	-	0	-
AP	0	-	0	-	0	-	0	-
BA	28	10,1%	250	89,9%	0	-	0	-
CE	52	21,9%	185	78,1%	0	-	0	-
DF	49	16,7%	245	83,3%	0	-	0	-
ES	16	11,9%	118	88,1%	0	0,0%	17	100,0%
GO	20	11,0%	161	89,0%	0	-	0	-
MA	5	9,6%	47	90,4%	0	-	0	-
MG	131	18,0%	595	82,0%	1	6,3%	15	93,8%
MS	17	36,2%	30	63,8%	0	-	0	-
MT	0	0,0%	12	100,0%	3	4,6%	62	95,4%
PA	40	37,4%	67	62,6%	25	7,1%	327	92,9%
PB	0	0,0%	17	100,0%	0	-	0	-
PE	18	10,7%	150	89,3%	0	-	0	-
PI	1	6,3%	15	93,8%	0	-	0	-
PR	62	17,1%	300	82,9%	2	5,6%	34	94,4%
RJ	155	16,5%	783	83,5%	0	-	0	-
RN	36	25,7%	104	74,3%	0	-	0	-
RO	1	6,7%	14	93,3%	2	5,0%	38	95,0%
RR	0	0,0%	2	100,0%	0	-	0	-
RS	138	24,6%	423	75,4%	1	8,3%	11	91,7%
SC	93	37,8%	153	62,2%	3	6,7%	42	93,3%
SE	33	26,0%	94	74,0%	0	-	0	-
SP	385	9,5%	3.670	90,5%	0	0,0%	1	100,0%
TO	0	-	0	-	0	-	0	-

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como se verifica a partir do exame dos dados da Tabela 4.15, entre os estudantes de ambas as modalidades, em todas as unidades federativas (UFs), o não recebimento de bolsas acadêmicas foi a situação mais comum. Dentre as unidades federativas, São Paulo e Rio de Janeiro apresentaram a maior quantidade de estudantes que responderam "Sim" para o recebimento de bolsas acadêmicas na modalidade presencial. Na modalidade a distância, as UFs com maior quantidade de estudantes que afirmaram ter recebido bolsa acadêmica foram Santa Catarina e Pará. Acre, Amapá, Paraíba, Roraima e Tocantins não tiveram nenhum estudante com resposta positiva para o recebimento de bolsas, seja na modalidade presencial ou a distância.

A Tabela 4.16a apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos presenciais de Publicidade e Propaganda, segundo a cor ou raça declarada.

Tabela 4.16a – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por sexo e alternativa de resposta, segundo a cor ou raça – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

cor ou raça	Masculino		Feminino	
	Sim.	Não.	Sim.	Não.
Branca	362	2.062	600	2.800
Preta	193	243	223	266
Amarela	7	38	13	71
Parda	273	559	326	653
Indígena	4	8	1	3
Não quero declarar	15	33	24	30

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.16a mostram que, do total de estudantes, na modalidade presencial, 2.041 (23,2%) ingressaram por meio de alguma política específica, com valores maiores para o sexo feminino (1187) do que para o sexo masculino (854). Essas proporções são menores para estudantes que se autodeclaram de cor/raça amarela e branca, e maiores para os que se autodeclaram da cor/raça indígena, preta e parda.

A Tabela 4.16b apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos a distância de Publicidade e Propaganda, segundo a cor ou raça declarada.

Tabela 4.16b – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por sexo e alternativa de resposta, segundo a cor ou raça – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

cor ou raça	Masculino		Feminino	
	Sim.	Não.	Sim.	Não.
Branca	9	131	25	187
Preta	3	19	10	21
Amarela	0	2	0	4
Parda	8	59	15	83
Indígena	0	2	0	0
Não quero declarar	1	1	1	3

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Conforme atestado pelos dados expostos na Tabela 4.16b, do total de estudantes, na modalidade a distância, 72 (12,3%) ingressaram por meio de alguma política específica, 51 estudantes do sexo feminino e 21 estudantes do sexo masculino. Essas proporções são menores para estudantes que se autodeclararam de cor/raça branca e indígena e maiores para os que se autodeclararam de cor ou raça preta e parda. Não houve nenhum estudante da cor/raça amarela e indígena que ingressou por meio de alguma política específica na modalidade a distância.

A Tabela 4.17 apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos na área de Publicidade e Propaganda, por modalidade de oferta do curso, segundo a cor ou raça declarada.

Tabela 4.17 – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por modalidade de oferta e Alternativa de resposta, segundo a cor ou raça – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

cor ou raça	Presencial		A distância	
	Sim.	Não.	Sim.	Não.
Branca	962	4.862	34	318
Preta	416	509	13	40
Amarela	20	109	0	6
Parda	599	1.212	23	142
Indígena	5	11	0	2
Não quero declarar	39	63	2	4

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.17 mostram que, para o total de estudantes, 2.113 (22,5%) ingressaram por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social, sendo 2.041 da modalidade presencial e 72 da modalidade a distância.. Esses números são menores para estudantes que se autodeclararam de cor ou raça amarela e indígena e maiores para os que se autodeclaram brancos, pretos e pardos.

A Tabela 4.18a apresenta dados sobre o ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos presenciais de Publicidade e Propaganda, por cor ou raça declarada, segundo o tipo de escola cursada no Ensino Médio.

Tabela 4.18a – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por Alternativa de resposta e cor ou raça, segundo o Tipo de escola cursada no Ensino Médio – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Sim						Não					
Tipo de escola cursada no Ensino Médio	Branca	Preta	Amarela	Parda	Indígena	Não quero declarar	Branca	Preta	Amarela	Parda	Indígena	Não quero declarar
Todo em escola pública	770	364	18	529	5	34	1.372	271	25	599	6	16
Todo em escola privada (particular)	119	30	1	48	0	5	2.992	181	72	486	4	38
Todo no exterior	0	0	0	0	0	0	1	3	1	2	0	0
A maior parte em escola pública	36	8	0	10	0	0	127	24	5	53	1	3
A maior parte em escola privada (particular)	33	14	1	10	0	0	300	30	6	68	0	4
Parte no Brasil e parte no exterior	4	0	0	2	0	0	70	0	0	4	0	2

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Conforme os dados da Tabela 4.18a, o quantitativo de estudantes que ingressaram por meio de alguma política específica é maior para aqueles que cursaram todo o Ensino Médio em escolas públicas (84,3%) e percentualmente menor para os que cursaram Parte no Brasil e parte no exterior (0,3%). Essas proporções são maiores para estudantes que se autodeclararam de cor ou raça branca, seguidos da cor ou raça parda, que cursaram o Ensino Médio em escola pública.

A Tabela 4.18b, apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos a distância de Publicidade e Propaganda, por cor ou raça declarada, segundo o tipo de escola cursada no Ensino Médio.

Tabela 4.18b – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por Alternativa de resposta e cor ou raça, segundo o Tipo de escola cursada no Ensino Médio – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Sim						Não					
Tipo de escola cursada no Ensino Médio	Branca	Preta	Amarela	Parda	Indígena	Não quero declarar	Branca	Preta	Amarela	Parda	Indígena	Não quero declarar
Todo em escola pública	28	12	0	20	0	2	175	28	4	99	2	2
Todo em escola privada (particular)	4	0	0	2	0	0	96	8	1	22	0	0
Todo no exterior	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
A maior parte em escola pública	1	1	0	1	0	0	22	2	0	14	0	1
A maior parte em escola privada (particular)	1	0	0	0	0	0	25	2	1	6	0	1
Parte no Brasil e parte no exterior	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostram os dados da Tabela 4.18b, na modalidade a distância, a proporção daqueles que ingressaram por meio de alguma política específica é maior para os estudantes que cursaram o Ensino Médio Todo em escola pública (86,1%) do que para os que cursaram todo o Ensino Médio em escola privada (8,3%). O número de estudantes que cursaram o Ensino Médio em escola pública foi maior para estudantes que se autodeclararam de cor ou raça branca e parda e menor para os que se declararam de cor ou raça preta. Não houve estudantes que se declararam de cor ou raça amarela e indígena que ingressaram por alguma política pública na modalidade à distância.

A Tabela 4.19a apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos presenciais de Publicidade e Propaganda, por sexo, segundo o tipo de escola cursada no Ensino Médio.

Tabela 4.19a – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por sexo e Alternativa de resposta, segundo o Tipo de escola cursada no Ensino Médio – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Masculino		Feminino	
Tipo de escola cursada no Ensino Médio	**Sim**	**Não**	**Sim**	**Não**
Todo em escola pública	728	1.027	992	1.262
Todo em escola privada (particular)	77	1.580	126	2.193
Todo no exterior	0	2	0	5
A maior parte em escola pública	21	110	33	103
A maior parte em escola privada (particular)	25	197	33	211
Parte no Brasil e parte no exterior	3	27	3	49

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.19a revelam que, referente ao total, 728 estudantes do sexo masculino e 992 estudantes do sexo feminino cursaram todo o Ensino Médio em escola pública e ingressaram no curso de graduação presencial fizeram uso de políticas de ação afirmativa ou inclusão social. Dos estudantes que cursaram o Ensino Médio Todo em escola privada (particular), 77 (sexo masculino) e 126 (sexo feminino) fizeram uso de políticas de ação afirmativa ou inclusão social.

A Tabela 4.19b apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos a distância de Publicidade e Propaganda, por sexo, segundo o tipo de escola cursada no Ensino Médio.

Tabela 4.19b – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por sexo e Alternativa de resposta, segundo o Tipo de escola cursada no Ensino Médio – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Masculino		Feminino	
Tipo de escola cursada no Ensino Médio	**Sim**	**Não**	**Sim**	**Não**
Todo em escola pública	13	123	49	187
Todo em escola privada (particular)	6	54	0	73
Todo no exterior	0	0	0	1
A maior parte em escola pública	2	20	1	19
A maior parte em escola privada (particular)	0	17	1	18
Parte no Brasil e parte no exterior	0	0	0	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.19a revelam que, em relação ao total, 13 estudantes do sexo masculino e 49 estudantes do sexo feminino cursaram todo o Ensino Médio em escola pública e ingressaram no curso de graduação a distância e fizeram uso de políticas de ação afirmativa ou inclusão social. Dos estudantes que cursaram o Ensino Médio Todo em escola privada (particular) e fizeram uso de políticas de ação afirmativa ou inclusão social, seis são do sexo masculino e nenhum do sexo feminino.

A Tabela 4.20a apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos Presenciais de Publicidade e Propaganda, por Sexo, segundo o tipo de Ensino Médio concluído.

Tabela 4.20a – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por sexo e Alternativa de resposta, segundo o Tipo de Ensino Médio concluído Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Masculino		Feminino	
Tipo de Ensino Médio concluído	**Sim**	**Não**	**Sim**	**Não**
Ensino Médio tradicional	685	2.579	960	3.435
Profissionalizante Técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro)	115	210	185	238
Profissionalizante Magistério (curso Normal)	1	7	5	13
Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo	37	123	26	108
Outra modalidade	16	24	11	29

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como revelam os dados da Tabela 4.20a, o valor absoluto de estudantes que ingressaram na modalidade presencial por meio de alguma política específica, para o sexo masculino, é menor para os estudantes que concluíram o Ensino Profissionalizante Magistério (Curso Normal) e maior para opção Ensino Médio tradicional. Da mesma forma, no que se refere às estudantes do sexo feminino, foi menor para as estudantes que concluíram o Ensino Profissionalizante Magistério (Curso Normal) e maior para Ensino Médio tradicional, 80,6% dos estudantes que utilizaram políticas de ação afirmativa ou inclusão social para entrada no curso concluíram o Ensino Médio do tipo tradicional.

A Tabela 4.20b apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos a distância de Publicidade e Propaganda, por sexo, segundo o tipo de Ensino Médio concluído.

Tabela 4.20b – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por sexo e Alternativa de resposta, segundo o Tipo de Ensino Médio concluído Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Masculino		Feminino	
Tipo de Ensino Médio concluído	**Sim**	**Não**	**Sim**	**Não**
Ensino Médio tradicional	13	167	40	250
Profissionalizante Técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro)	7	20	5	28
Profissionalizante Magistério (Curso Normal)	0	2	2	4
Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo	1	20	2	16
Outra modalidade	0	5	2	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

A análise dos dados da Tabela 4.20b mostra que a proporção daqueles estudantes que ingressaram na modalidade a distância por meio de alguma política específica, para o sexo masculino, é menor para os estudantes que concluíram o Ensino Profissionalizante magistério – curso Normal (0) e outra modalidade (0), e, para os do sexo feminino, é menor para os que concluíram outra modalidade, Profissionalizante magistério – curso Normal e Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo, cada um deles correspondendo a 3,9% do ingressos por meio de políticas específicas. A proporção de estudantes que concluíram o Ensino Médio tradicional e ingressaram com alguma política de inclusão é maior para ambos os sexos, com 62,0% para o sexo masculino e de 78,4% para o sexo feminino.

A Tabela 4.21 apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos de Publicidade e Propaganda, por modalidade de oferta, segundo o tipo de escola cursada no Ensino Médio.

Tabela 4.21 – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por modalidade de oferta e Alternativa de resposta, segundo o Tipo de escola cursada no Ensino Médio – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Educação Presencial		A Distância	
Tipo de escola cursada no Ensino Médio	Sim	Não	Sim	Não
Todo em escola pública	1.720	2.289	62	310
Todo em escola privada (particular)	203	3.773	6	127
Todo no exterior	0	7	0	1
A maior parte em escola pública	54	213	3	39
A maior parte em escola privada (particular)	58	408	1	35
Parte no Brasil e parte no exterior	6	76	0	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.21 revelam que dos 2.113 alunos que ingressaram por meio de alguma política específica, 2.041 (96,6%) dos estudantes são da educação presencial e 1.783 (84,3%) cursaram todo o Ensino Médio em escola pública.

Por último, a Tabela 4.22 apresenta informações de ingresso no curso de graduação, por meio de políticas de ação afirmativa ou de inclusão social, para os estudantes de cursos de Publicidade e Propaganda, por modalidade de oferta, segundo o tipo de Ensino Médio concluído.

Tabela 4.22 – Total de respostas válidas de estudantes à questão "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por modalidade de oferta e Alternativa de resposta, segundo o Tipo de Ensino Médio concluído – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Educação Presencial		A Distância	
Tipo de Ensino Médio concluído	Sim	Não	Sim	Não
Ensino Médio tradicional	1.645	6.014	53	417
Profissionalizante Técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro)	300	448	12	48
Profissionalizante Magistério (Curso Normal)	6	20	2	6
Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo	63	231	3	36
Outra modalidade	27	53	2	5

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostram os dados da Tabela 4.22, para os cursos presenciais, a proporção daqueles que ingressaram por meio de alguma política específica é menor para os estudantes que concluíram o Ensino Profissionalizante Magistério (Curso Normal), com 0,3%. Já para cursos a distância, o número daqueles

que ingressaram por meio de alguma política específica é menor para os estudantes que concluíram Outra modalidade e o Ensino Profissionalizante Magistério (Curso Normal), ambos com 2,77%.

Dos 2.113 estudantes que afirmaram ingressar no curso através de políticas sociais, 1.698 (80,4%) estudantes concluíram o Ensino Médio tradicional e 312 (14,8%) concluíram o Ensino Médio através do curso Profissionalizante Técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro).

4.1.2 CARACTERÍSTICAS RELACIONADAS AO HÁBITO DE ESTUDO, ACERVO DA BIBLIOTECA E ESTUDO EXTRACLASSE

Nesta subseção serão apresentados e analisados dados relativos a três assertivas indagadas aos estudantes participantes do Enade 2022. Os dados relativos à primeira delas trata dos hábitos de estudo, no tocante às horas de estudo fora das aulas, conforme a Tabela 4.23, que apresenta os resultados relativos a esse quesito de forma detalhada.

Tabela 4.23 – Distribuição percentual do total de estudantes, por modalidade de oferta e sexo, segundo as Horas de estudo semanais fora das aulas – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta					
	Educação Presencial			A Distância		
	Sexo			Sexo		
Horas de estudo	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Nenhuma, apenas assisto às aulas	8,8%	4,9%	3,9%	7,5%	4,5%	3,1%
De uma a três	47,9%	20,2%	27,7%	45,7%	18,3%	27,4%
De quatro a sete	29,4%	12,5%	17,0%	29,1%	10,6%	18,5%
De oito a doze	8,2%	3,2%	5,0%	10,6%	4,6%	6,0%
Mais de doze	5,6%	2,3%	3,3%	7,0%	2,2%	4,8%
Total	100,0%	43,1%	56,9%	100,0%	40,2%	59,8%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostram os dados da Tabela 4.23, o grupo modal para os estudantes de Publicidade e Propaganda afirmou estudar *De uma a três horas por semana*, correspondendo a 47,9% dos estudantes de cursos presenciais e a 45,7% dos estudantes de cursos a distância.

Estudaram "De quatro a sete horas por semana" 29,4% dos concluintes de cursos presenciais e 29,1% dos estudantes de cursos a distância. A declaração de que estudaram "De oito a doze horas semanais" *foi* dada por, respectivamente, 8,2% e 10,6% do total de estudantes concluintes de cursos presencial e a distância. Os valores correspondentes para os que declararam estudar "Mais de doze horas semanais" *foram* de 5,6% para modalidade presencial e de 7,0% para modalidade a distância.

Algumas questões propostas no "Questionário do Estudante" (Anexo I) pedem que seja manifestado um grau de discordância/concordância em uma escala numérica ordinal de níveis que podem ser descritos como: "Discordo totalmente", "Discordo", "Discordo parcialmente", "Concordo parcialmente", "Concordo" e "Concordo totalmente". As duas outras questões analisadas no restante da subseção são desse tipo, por sexo e modalidade de oferta, sendo os dados da primeira delas expostos na Tabela 4.24.

Tabela 4.24 – Distribuição percentual do total de estudantes, por modalidade de oferta e sexo, segundo o nível de discordância/concordância com a assertiva "A biblioteca dispôs das referências bibliográficas que os estudantes necessitaram" – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta					
	Educação Presencial			A Distância		
	Sexo			Sexo		
Nível de discordância/concordância	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Discordo totalmente	1,0%	0,5%	0,5%	2,0%	0,2%	1,8%
Discordo	1,8%	0,7%	1,1%	3,2%	0,7%	2,5%
Discordo parcialmente	4,5%	2,0%	2,5%	6,8%	2,7%	4,1%
Concordo parcialmente	11,5%	5,5%	6,0%	15,4%	5,7%	9,7%
Concordo	21,1%	9,7%	11,5%	25,6%	11,3%	14,3%
Concordo totalmente	60,0%	24,6%	35,4%	47,1%	21,7%	25,3%
Total	100,0%	43,1%	56,9%	100,0%	42,3%	57,7%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como é possível observar na Tabela 4.24, em relação à assertiva "A biblioteca dispôs das referências bibliográficas que os estudantes necessitaram", 21,1% do total de estudantes de cursos presenciais e 25,6% dos cursos a distância optaram pelo nível concordância "Concordo". Enquanto que 60,0% dos alunos de modalidade presencial e 47,1% de modalidade a distância indicaram o grau mais alto de concordância, "Concordo totalmente", sendo essa opção modal.

Existe um gradiente entre as respostas e nota-se que, depois da classe modal, há uma queda nas proporções com as escolhas que se distanciam de concordância plena para os cursos presenciais e a distância.

A segunda classe de concordância/discordância mais mencionada foi, "Concordo", indicada por 25,6% do total de estudantes da modalidade a distância e por 21,1% do total de estudantes da modalidade presencial.

Quando somados todos os níveis de discordância, 12,0% dos estudantes da modalidade a distância e 7,3%, na modalidade a distância, optaram por algum nível.

Os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância, com respeito à terceira assertiva, estão apresentados na Tabela 4.25

Tabela 4.25 – Distribuição percentual do total de estudantes, por modalidade de oferta e sexo, segundo o nível de discordância/concordância com a assertiva "A instituição contou com biblioteca virtual ou conferiu acesso a obras disponíveis em acervos virtuais" – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta					
	Educação Presencial			A Distância		
	Sexo			Sexo		
Nível de discordância/concordância	Total	Masculino	Feminino	Total	Masculino	Feminino
Discordo totalmente	2,2%	1,1%	1,2%	1,9%	0,4%	1,5%
Discordo	2,1%	0,9%	1,2%	2,2%	0,9%	1,3%
Discordo parcialmente	4,7%	2,2%	2,5%	3,7%	1,1%	2,6%
Concordo parcialmente	11,3%	5,4%	5,8%	13,5%	5,4%	8,1%
Concordo	17,5%	7,8%	9,8%	24,9%	9,7%	15,2%
Concordo totalmente	62,2%	25,8%	36,4%	53,7%	23,2%	30,5%
Total	100,0%	43,1%	56,9%	100,0%	40,8%	59,2%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.25 mostram que 62,2% do total de estudantes de cursos presenciais e 53,7% do total de estudantes de cursos a distância concordaram totalmente com essa declaração, sendo essa a opção modal.

O nível seguinte de discordância/concordância, "Concordo", foi indicado por 17,5% do total de estudantes de cursos presenciais e por 24,9% dos de cursos a distância. Já as proporções correspondentes para os que concordaram parcialmente com essa declaração são de 11,3% e 13,5%, para modalidade presencial e a distância, respectivamente. Apenas 9,0% do total de estudantes de cursos presenciais e 7,8% dos de cursos a distância optaram por algum nível de discordância com a asserção.

4.2 PERFIL DO COORDENADOR

Um fator importante no contexto de realização do Enade/2022 é o coordenador do curso. Nas tabelas que se seguem, são apresentadas algumas características deste profissional, considerando seu envolvimento com as práticas acadêmicas que dinamizam os cursos de graduação.

A Tabela 4.26 apresenta a distribuição por sexo e idade dos coordenadores, segundo a modalidade de oferta dos cursos.

Tabela 4.26 – Distribuição absoluta e percentual dos coordenadores, por modalidade de oferta e sexo, segundo o grupo etário – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta							
	Educação Presencial				A Distância			
	Sexo				Sexo			
	Masculino		Feminino		Masculino		Feminino	
grupo etário	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna
Até 24	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
25 a 30	3	2,2%	3	2,1%	0	0,0%	0	0,0%
31 a 35	7	5,2%	11	7,7%	0	0,0%	2	25,0%
36 a 40	23	17,0%	28	19,7%	0	0,0%	0	0,0%
41 a 45	39	28,9%	30	21,1%	0	0,0%	3	37,5%
46 a 50	19	14,1%	32	22,5%	5	83,3%	1	12,5%
51 a 55	20	14,8%	20	14,1%	1	16,7%	2	25,0%
56 a 60	12	8,9%	10	7,0%	0	0,0%	0	0,0%
61 e mais	12	8,9%	8	5,6%	0	0,0%	0	0,0%
Total	135	100,0%	142	100,0%	6	100,0%	8	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.26 mostram que no curso de Publicidade e Propaganda, a função de coordenação é ocupada, principalmente, por coordenadores do sexo feminino: 142 na modalidade presencial e 8, na modalidade a distância.

Nos cursos presenciais, as faixas de 41 a 45 anos e 36 a 40 anos apresentaram os maiores percentuais, sendo, respectivamente, 28,9% e 17,0%. Para o sexo feminino a faixa modal é a de 46 a 50 anos, com 22,5%, seguida pela faixa etária de 41 e 45 anos com 21,1%.

Na modalidade a distância, a faixa etária de 46 a 50 anos aparece com maior frequência (83,3%) para o sexo masculino. Para o sexo feminino, a faixa modal é de 41 a 45 anos, com percentual de 37,5%, seguida pela faixa de 31 a 35 anos e 51 a 55 anos, ambos com percentual de 25,0%.

A Tabela 4.26a disponibiliza dados com informações sobre a grande área de Formação dos coordenadores de cursos presenciais, segundo a categoria administrativa e a organização acadêmica da IES.

Tabela 4.26a – Distribuição absoluta e percentual na coluna dos coordenadores, por categoria administrativa e por organização acadêmica, segundo a área de formação na graduação do curso – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Total		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
Área de Formação	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna
Ciências Exatas e da Terra	5	1,8%	0	0,0%	5	2,0%	2	1,6%	0	0,0%	3	5,3%	0	-
Ciências Biológicas	1	0,4%	0	0,0%	1	0,4%	0	0,0%	0	0,0%	1	1,8%	0	-
Engenharias	5	1,8%	0	0,0%	5	2,0%	1	0,8%	3	3,2%	1	1,8%	0	-
Ciências da Saúde	2	0,7%	0	0,0%	2	0,8%	0	0,0%	0	0,0%	2	3,5%	0	-
Ciências Agrárias	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-
Ciências Sociais Aplicadas	195	70,4%	19	82,6%	176	69,3%	96	76,8%	63	66,3%	36	63,2%	0	-
Ciências Humanas	56	20,2%	3	13,0%	53	20,9%	17	13,6%	26	27,4%	13	22,8%	0	-
Linguística, Letras e Artes	7	2,5%	0	0,0%	7	2,8%	4	3,2%	3	3,2%	0	0,0%	0	-
Outras	6	2,2%	1	4,3%	5	2,0%	5	4,0%	0	0,0%	1	1,8%	0	-
Total	277	100,0%	23	100,0%	254	100,0%	125	100,0%	95	100,0%	57	100,0%	0	-

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como evidenciam os dados apresentados na Tabela 4.26a, há maior concentração da área de Formação na graduação dos coordenadores de curso em Ciências Sociais Aplicadas, com 70,4% (alternativa modal). Já a segunda alternativa com maior frequência foi a área de formação em Ciências Humanas, com 20,2%.

Considerando a organização acadêmica, temos que nas universidades a formação dos coordenadores concentra-se mais nas áreas da Ciências Sociais Aplicadas (76,8%) e Ciências Humanas (13,6%). Nos centros universitários as áreas de formação foram Ciências Sociais Aplicadas (63,3%) e Ciências Humanas (27,4%). Para as faculdades, as áreas foram as mesmas, porém com a seguinte distribuição percentual: Ciências Sociais Aplicadas (63,2%) e Ciências Humanas (22,8%). Com relação aos CEFET/IF, não foram registrados cursos em 2022 nesta IES.

A Tabela 4.26b expõe dados com informações sobre a grande área de formação dos coordenadores de cursos a distância, também por categoria administrativa e a organização acadêmica da instituição de educação superior.

Tabela 4.26b – Distribuição absoluta e percentual na coluna dos coordenadores, por categoria administrativa e por organização acadêmica, segundo a área de formação na graduação do curso – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Total		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
Área de Formação	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna
Ciências Exatas e da Terra	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Ciências Biológicas	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Engenharias	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Ciências da Saúde	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Ciências Agrárias	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Ciências Sociais Aplicadas	12	85,7%	0	-	12	85,7%	8	100,0%	4	66,7%	0	-	0	-
Ciências Humanas	2	14,3%	0	-	2	14,3%	0	0,0%	2	33,3%	0	-	0	-
Linguística, Letras e Artes	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Outras	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Total	14	100,0%	0	-	14	100,0%	8	100,0%	6	100,0%	0	-	0	-

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados apresentados na Tabela 4.26b, mostram que, para os cursos a distância, a maior concentração da área de Formação dos coordenadores é em Ciências Sociais Aplicadas, com 85,7% (alternativa modal). Em seguida, vêm as áreas de formação em Ciências Humanas (14,3%).

Considerando a organização acadêmica, temos que nas universidades a formação dos coordenadores em sua totalidade, concentra-se na área de Ciências Sociais Aplicadas (100%), com 8 coordenadores.

Nos centros universitários a área de formação prevalente foi a mesma observada nas Universidades, porém com o seguinte percentual: Ciências Sociais Aplicadas 66,7%, seguido por Ciências Humanas 33,3%. Não foram registados cursos de Publicidade e Propaganda, a distância, em CEFET/IF e faculdades.

A Tabela 4.27a apresenta a distribuição do nível mais alto de titulação dos coordenadores de cursos presenciais de Publicidade e Propaganda, segundo a grande área de formação.

Tabela 4.27a – Total de coordenadores, por nível mais elevado de titulação, segundo a área de Formação – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Titulação				
Área de Formação	Não possui	Especialização	Mestrado	Doutorado	Programa de Pós-Doutorado
Ciências Exatas e da Terra	0	1	2	2	0
Ciências Biológicas	0	1	0	0	0
Engenharias	0	1	4	0	0
Ciências da Saúde	0	1	1	0	0
Ciências Agrárias	0	0	0	0	0
Ciências Sociais Aplicadas	0	9	101	76	9
Ciências Humanas	0	9	37	10	0
Linguística, Letras e Artes	0	0	5	2	0
Outras	0	2	4	0	0
Total	0	24	154	90	9

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.27a indicam que do total de coordenadores de curso (277), na modalidade *presencial*, 154 (55,6%) são mestres, 90 (32,5%) são doutores, 9 (3,2%) são pós-doutores e, 24 (8,7%) possuem o título de especialista. Considerando a área de formação do nível mais elevado de titulação, observamos que 84,4% dos doutores e 65,6% dos mestres são da área de Ciências Sociais Aplicadas.

A Tabela 4.27b apresenta a distribuição do nível mais alto de titulação dos coordenadores de cursos a distância de Publicidade e Propaganda, segundo a área de Formação.

Tabela 4.27b – Total de coordenadores, por nível mais elevado de titulação, segundo a área de Formação – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Titulação				
Área de Formação	Não possui	Especialização	Mestrado	Doutorado	Programa de Pós-Doutorado
Ciências Exatas e da Terra	0	0	0	0	0
Ciências Biológicas	0	0	0	0	0
Engenharias	0	0	0	0	0
Ciências da Saúde	0	0	0	0	0
Ciências Agrárias	0	0	0	0	0
Ciências Sociais Aplicadas	0	0	9	3	0
Ciências Humanas	0	0	2	0	0
Linguística, Letras e Artes	0	0	0	0	0
Outras	0	0	0	0	0
Total	0	0	11	3	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Na Tabela 4.27b, é observado que do total de coordenadores de curso (14), na modalidade a distância, 11 (78,6%) são mestres, 3 (21,4%) são doutores e nenhum com pós-doutorado ou título de especialista. Considerando a área de formação do nível mais elevado de titulação, observamos que 100% dos doutores e 81,8% dos mestres são da área de Ciências Sociais Aplicadas.

A Tabela 4.28a apresenta a distribuição do nível mais alto de titulação dos coordenadores dos cursos presenciais por categoria administrativa e organização acadêmica.

Tabela 4.28a – Distribuição percentual e absoluta dos coordenadores, por categoria administrativa e por organização acadêmica, segundo o nível mais elevado de Titulação – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Total		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
Titulação	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna
Não possui	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-
Especialização	24	8,7%	1	4,3%	23	9,1%	10	8,0%	7	7,4%	7	12,3%	0	-
Mestrado	154	55,6%	8	34,8%	146	57,5%	58	46,4%	62	65,3%	34	59,6%	0	-
Doutorado	90	32,5%	12	52,2%	78	30,7%	52	41,6%	23	24,2%	15	26,3%	0	-
Programa de Pós-Doutorado	9	3,2%	2	8,7%	7	2,8%	5	4,0%	3	3,2%	1	1,8%	0	-
Total	277	100,0%	23	100,0%	254	100,0%	125	100,0%	95	100,0%	57	100,0%	0	-

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como pode ser observado, a partir dos dados mostrados na Tabela 4.28a, na modalidade presencial, a situação modal para aqueles coordenadores vinculados às IES públicas é o doutorado e nas privadas, o mestrado. Para o total de coordenadores da categoria de organização acadêmica das universidades temos 46,4% de mestres, 41,6% de doutores, 8,0% de especialistas e 4,0% de pós-doutores. Nos centros universitários foram registrados 65,3% de mestres, 24,2% de doutores, 7,4% de especialistas e 3,2% de pós-doutores. As faculdades, apresentam 59,6% de mestres, 26,3% de doutores e 12,3% de especialistas e 1,8% de pós-doutores. Como mencionado anteriormente, os CEFET/IF não apresentaram cursos presenciais.

A Tabela 4.28b apresenta a distribuição do nível mais alto de titulação dos coordenadores dos cursos a distância, por categoria administrativa e organização acadêmica.

Tabela 4.28b – Distribuição percentual e absoluta dos coordenadores, por categoria administrativa e por organização acadêmica, segundo o nível mais elevado de Titulação – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Total		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
Área de Formação	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna
Não possui	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Especialização	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Mestrado	11	78,6%	0	-	11	78,6%	6	75,0%	5	83,3%	0	-	0	-
Doutorado	3	21,4%	0	-	3	21,4%	2	25,0%	1	16,7%	0	-	0	-
Programa de Pós-Doutorado	0	0,0%	0	-	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	-	0	-
Total	14	100,0%	0	-	14	100,0%	8	100,0%	6	100,0%	0	-	0	-

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Já no que diz respeito à modalidade a distância, a situação modal para aqueles coordenadores vinculados às IES privadas é a do mestrado, seguida do doutorado. Para o total de coordenadores da categoria de organização acadêmica, das universidades temos 75,0% de mestres e 25,0% de doutores. Nos centros universitários foram registrados 83,3% de mestres e 16,7% de doutores.

A Tabela 4.29a apresenta as informações cruzadas de tempo de atuação como coordenador dos cursos de Publicidade e Propaganda na modalidade presencial e de mandato da posição desse coordenador.

Tabela 4.29a – Distribuição absoluta e percentual dos coordenadores, por tempo de atuação como coordenador deste curso, segundo o tempo de mandato – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Atuação (em anos)													
	1 a 4		5 a 8		9 a 12		13 a 16		16 a 20		Mais de 20		Total	
Mandato (em anos)	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna
1 a 4	106	72,1%	19	12,9%	13	8,8%	2	1,4%	3	2,0%	4	2,7%	147	100,0%
5 a 8	13	50,0%	11	42,3%	2	7,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	26	100,0%
9 a 12	15	78,9%	2	10,5%	2	10,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	19	100,0%
13 a 16	1	50,0%	1	50,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	100,0%
17 a 20	1	20,0%	1	20,0%	2	40,0%	0	0,0%	1	20,0%	0	0,0%	5	100,0%
Mais de 20	36	46,8%	14	18,2%	11	14,3%	11	14,3%	3	3,9%	2	2,6%	77	100,0%
Total	172	62,3%	48	17,4%	30	10,9%	13	4,7%	7	2,5%	6	2,2%	276	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Na tabela 4.29a, dos coordenadores de curso de Publicidade e Propaganda na modalidade presencial, 72,1% deles têm *1 a 4* anos de atuação como coordenador desse curso e o mesmo período de mandato; 62,3% dos coordenadores, com qualquer tempo de mandato , têm atuação entre *1 a 4 anos*.

A Tabela 4.29b apresenta dados cruzados sobre o tempo de atuação na IES e de mandato da posição de coordenador dos cursos de Publicidade e Propaganda ofertados na modalidade a distância.

Tabela 4.29b – Distribuição absoluta e percentual dos coordenadores, por tempo de atuação como coordenador deste curso, segundo o tempo de mandato – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Atuação (em anos)													
	1 a 4		5 a 8		9 a 12		13 a 16		16 a 20		Mais de 20		Total	
Mandato (em anos)	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna	N	% da coluna
1 a 4	9	81,8%	1	9,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	9,1%	11	100,0%
5 a 8	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
9 a 12	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
13 a 16	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
17 a 20	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-	0	-
Mais de 20	3	100,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	100,0%
Total	12	85,7%	1	7,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	1	7,1%	14	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.29b mostram que, de todos os coordenadores de curso a distância, 85,7% deles têm de 1 a 4 anos de atuação na sua IES. O mandato modal é o de 1 a 4 anos, com 11 dos 14 coordenadores.

A Tabela 4.30 apresenta a distribuição da experiência prévia em coordenação de cursos, segundo a modalidade de oferta destes.

Tabela 4.30 – Distribuição absoluta e percentual dos coordenadores, por modalidade de oferta, segundo o tempo de experiência anterior na coordenação de cursos de graduação – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Modalidade de Oferta			
	Educação Presencial		A Distância	
Mandato (em anos)	N	% da coluna	N	% da coluna
Não	146	52,7%	7	50,0%
1 a 4	55	19,9%	2	14,3%
5 a 8	33	11,9%	1	7,1%
9 a 12	22	7,9%	4	28,6%
13 a 16	9	3,2%	0	0,0%
17 a 20	4	1,4%	0	0,0%
Mais de 20	8	2,9%	0	0,0%
Total	277	100,0%	14	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.30 mostram que, na modalidade presencial e a distância, o tempo de experiência anterior modal é de "Não possuir mandato prévio", com 52,7% e 50%, respectivamente. Em seguida é possível observar uma diminuição na porcentagem, com o aumento do tempo de mandato, com ligeiro aumento na categoria mais de 20 anos, na educação presencial.

A Tabela 4.31 apresenta a informação de coordenação concomitante de outro curso de graduação, segundo a informação de ter coordenado curso de graduação em outra área e modalidade de oferta dos cursos.

Tabela 4.31 – Total de coordenadores, por coordenação concomitante a de outro curso de graduação, segundo a modalidade de oferta e a experiência de coordenação de cursos de graduação em outra área – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Coordenação concomitante					
Modalidade de Oferta	Coordenou curso em outra área	Não	Sim De 2 a 3 cursos	Sim De 4 a 5 cursos	Sim Mais de 5 cursos	Total
Educação Presencial	Sim	16	64	12	20	112
	Não	92	55	10	8	165
A Distância	Sim	1	3	2	1	7
	Não	1	5	1	0	7

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Com base nos dados apresentados na Tabela 4.31, entre os coordenadores de cursos presenciais, 165 não coordenam, concomitantemente, outros cursos de graduação e 112 declararam ter coordenado curso em outra área. Entre os coordenadores de cursos a distância, 7 não coordenam, concomitantemente, outros cursos de graduação e 7 declararam ter coordenado cursos em outra área.

Em relação à análise psicométrica do questionário do coordenador, em um primeiro momento, foi investigada a inconsistência na codificação nos bancos e nas respostas dos participantes. Foi explorada a possibilidade de erros de codificação, comparando as opções de respostas dos questionários em PDF e os códigos de resposta nos bancos de dados. Nesta etapa, não foram encontradas respostas incompatíveis. No entanto, os códigos 7 e 8 ("não sei responder" e "não se aplica") foram transformados em omissões (*missing*).

Além disso, foi avaliada a possibilidade de respostas descuidadas. Para tanto, foi avaliada a quantidade de respostas iguais em uma sequência longa (*long string*), assumindo que a restrição extrema da variabilidade raramente está associada à real resposta dos participantes. Portanto, restrições extremas da variabilidade podem ser atribuídas a vieses de resposta, principalmente descuido e respostas aleatórias. Inicialmente, foi adotado o ponto de corte de 50% dos itens com respostas iguais em sequência. Para o questionário de coordenadores, foram excluídos os participantes com mais de 59 respostas iguais em sequência (o que corresponde a, aproximadamente, 95% dos itens).

Após as indicações de diferentes números de fatores a reter, análises fatoriais exploratórias foram utilizadas para investigar a plausibilidade e a interpretabilidade da estrutura. Em todos os casos, os dados foram analisados considerando a sua natureza ordinal categórica, ou seja, foram utilizados sempre estimadores robustos, em combinação a matrizes de correlações policóricas entre as variáveis. Vale mencionar que, dada a especificidade dos itens sobre eventos durante a pandemia (itens 75 a 84 para coordenadores), foram conduzidas análises com e sem esses itens. Esse procedimento buscou identificar o quanto eles formam uma escala à parte e o quanto influenciam na estrutura obtida para os demais dados.

Foram selecionados os melhores itens com base em critérios analíticos e teóricos. Foram os seguintes: 1) carga < 0,30 no fator específico, ou seja, reduzida discriminação dos respondentes com relação ao fator; 2) complexidade fatorial, ou seja, cargas iguais em dois ou mais fatores; e 3) conteúdo discrepante com relação ao fator.

Controle de vieses

Ao coletar dados sensíveis sobre indicadores de qualidade de uma instituição de ensino, alguns indivíduos, especialmente os gestores ou coordenadores, podem estar motivados a oferecer um retrato positivo da situação no momento. Existem evidências de que a desejabilidade social, isto é, respostas com a intenção de causar uma boa impressão conforme Paulhus (1991), pode ocorrer como um fator geral nos dados (Paulhus, 1981; Peabody, 1967). Pettersson et al. (2012) encontraram que o fator geral de uma solução bifator pode capturar o componente de desejabilidade nos dados. Isso ocorrendo, os fatores específicos da solução representarão melhor os traços psicológicos hipotéticos do que uma solução oblíqua tradicional.

A base de dados dos coordenadores continha variáveis de identificação, demográficas e 65 itens de autorrelato dos fatores associados. Os itens objeto da presente análise são os 65 itens de autorrelato, que compunham dois blocos: 1) organização didático-pedagógica/infraestrutura e instalações físicas/oportunidades de ampliação da formação acadêmica e profissional e 2) aspectos do processo de aprendizagem impactados pela pandemia.

Os resultados também revelaram uma diversidade de estruturas fatoriais possíveis. Foram sugeridos: um ou dois fatores (métodos Hull e simplicidade das cargas), quatro fatores (Hull), sete fatores (média mínima parcial) e treze fatores (análise paralela). Novamente, por motivos de simplicidade, EGAs foram conduzidas com apenas os itens do 1.º bloco – organização didático-pedagógica/infraestrutura e instalações físicas/oportunidades de ampliação da formação acadêmica e profissional.

Na próxima etapa, foram conduzidas análises fatoriais exploratórias bifactor. Como destacado anteriormente, controlar um fator geral é importante neste caso, uma vez que pode ajudar a parcializar variância de desejabilidade social (Petterson et al., 2012). Ao explorar soluções bifactor de cinco e seis fatores, verificou-se que: a solução de seis fatores continha um fator de difícil interpretação e poucos itens, e a solução de cinco fatores produzia um fator no qual carregavam os itens de semântica negativa. Itens com cargas cruzadas, cargas abaixo de 0,30 ou difícil interpretabilidade na solução também foram detectados.

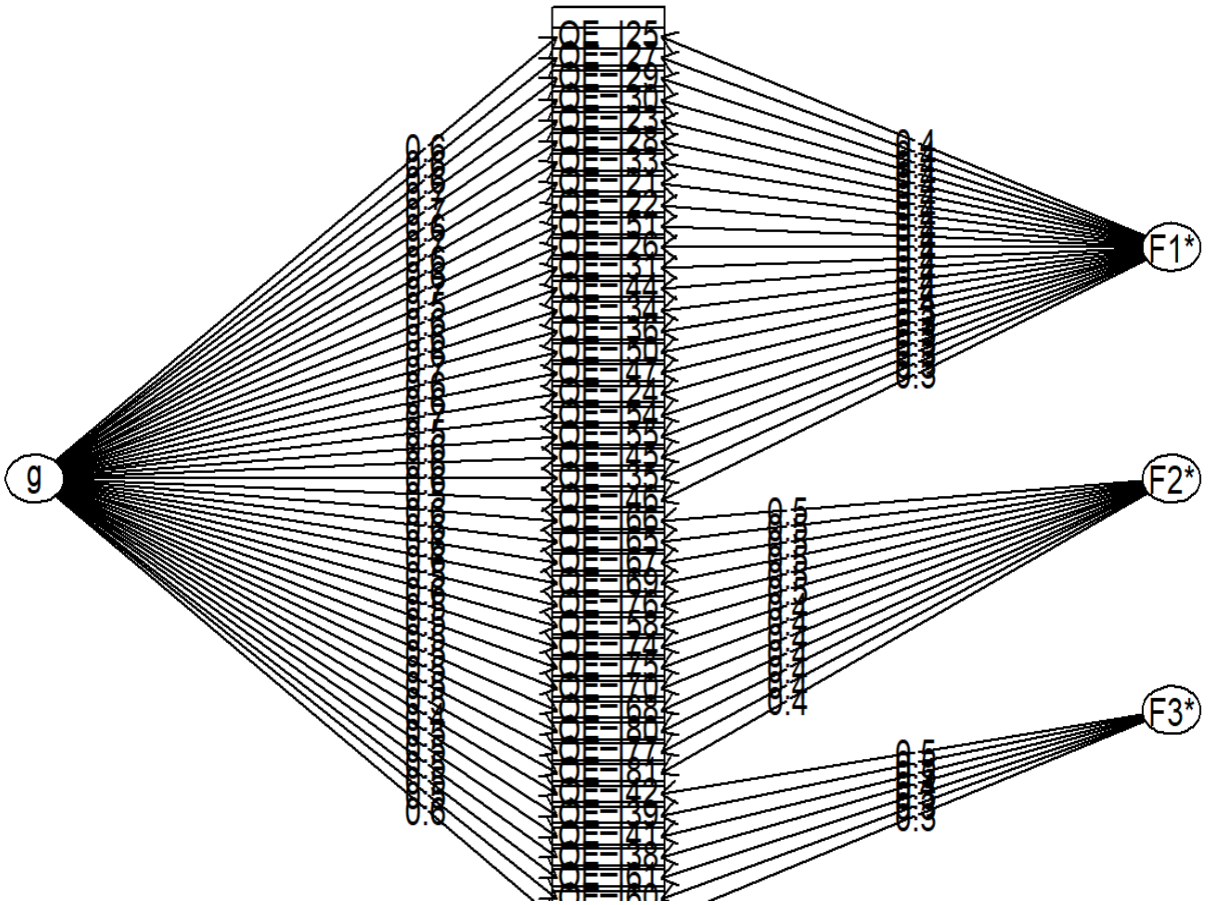
Após aplicar todos os critérios de seleção, permaneceram 43 itens que carregaram em três fatores específicos, para além de um fator geral, conforme apresentado na Ilustração 4.1. O fator geral pode ser interpretado como um fator de avaliação positiva versus negativa do curso e da instituição de maneira geral.

O fator 1 avalia a estrutura geral do curso e explica itens como 25. O curso contribui para os estudantes desenvolverem consciência ética para o exercício profissional e 44. O curso favorece a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas.

O fator 2 avalia oportunidades institucionais aos estudantes e colaboradores, como ilustrado por itens como 38. Há oferta contínua de programas, projetos ou atividades de extensão universitária para os estudantes e 61. A instituição conta com um plano de carreira que promove efetivamente a ascensão profissional dos servidores técnicos.

O fator 3 consiste em uma avaliação da infraestrutura da instituição, sendo avaliado por itens como 65. As condições de infraestrutura das salas de aula são adequadas e 75. Frente ao contexto de pandemia, sua instituição agiu rapidamente para dar continuidade às atividades de ensino. Vale ressaltar que os itens sobre situações durante a pandemia carregaram no fator de infraestrutura. Isso é coerente quando se observa que esses itens descrevem recursos de que a instituição dispunha para enfrentar os desafios naquele momento.

Ilustração 4.1 – Análise bifactor dos 43 itens finais dos coordenadores



.

Tabela 4.32 Cargas fatoriais da solução bifator exploratória Schmid-Leiman com 43 itens finais

Item	coditem	g	F1.	F3.	F2.	h2	u2	p2
21. As disciplinas do curso contribuem para a formação integral, cidadã e profissional dos estudantes.	QE_I21	0,58	0,40	-0,04	-0,01	0,50	0,50	0,67
22. Os conteúdos abordados nas disciplinas do curso favorecem a atuação dos estudantes em estágios ou em atividades de iniciação profissional.	QE_I22	0,60	0,39	-0,04	0,02	0,51	0,49	0,70
23. As metodologias de ensino utilizadas no curso desafiam os estudantes a aprofundar conhecimentos e a desenvolver competências reflexivas e críticas.	QE_I23	0,68	0,41	-0,01	0,04	0,63	0,37	0,73
24. O curso propicia experiências de aprendizagem inovadoras.	QE_I24	0,66	0,32	0,07	0,09	0,55	0,45	0,79
25. O curso contribui para os estudantes desenvolverem consciência ética para o exercício profissional.	QE_I25	0,59	0,45	-0,04	-0,06	0,56	0,44	0,63
26. O curso propicia oportunidades aos estudantes para aprender a trabalhar em equipe.	QE_I26	0,54	0,38	0,04	-0,08	0,44	0,56	0,66
27. O curso favorece o desenvolvimento da capacidade de pensar criticamente, analisar e refletir sobre soluções para problemas da sociedade.	QE_I27	0,63	0,44	0,03	-0,07	0,60	0,40	0,66
28. O curso contribui para ampliar a capacidade de comunicação oral e escrita dos estudantes.	QE_I28	0,59	0,41	0,05	-0,09	0,52	0,48	0,66

29. O curso propicia acesso a conhecimentos atualizados e/ou contemporâneos na área de formação.	QE_I29	0,65	0,43	0,01	-0,03	0,61	0,39	0,69
30. O curso contribui para os estudantes desenvolverem autonomia para aprender e atualizar-se permanentemente.	QE_I30	0,67	0,42	0,04	-0,01	0,63	0,37	0,72
31. As relações professor-aluno ao longo do curso estimulam o estudante a estudar e aprender.	QE_I31	0,62	0,38	-0,03	0,06	0,54	0,46	0,72
33. Os planos de ensino apresentados nas disciplinas contribuem para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e para os estudos dos discentes.	QE_I33	0,65	0,40	-0,01	0,03	0,59	0,41	0,72
34. As referências bibliográficas indicadas pelos professores nos planos de ensino contribuem para os estudos e a aprendizagens dos estudantes.	QE_I34	0,62	0,37	0,01	0,03	0,53	0,47	0,73
35. São oferecidas oportunidades para os estudantes superarem dificuldades relacionadas ao processo de formação.	QE_I35	0,65	0,30	0,09	0,09	0,52	0,48	0,80
36. O nível de exigência do curso contribui significativamente para a dedicação aos estudos e a aprendizagem dos estudantes.	QE_I36	0,67	0,37	0,07	0,04	0,59	0,41	0,76
44. O curso favorece a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas.	QE_I44	0,63	0,38	0,01	0,03	0,54	0,46	0,74
45. As atividades práticas são suficientes para relacionar os conteúdos do curso com a área de atuação, contribuindo para a formação profissional dos estudantes.	QE_I45	0,64	0,31	0,07	0,09	0,52	0,48	0,79
46. O estágio supervisionado proporciona aos estudantes experiências diversificadas de formação.	QE_I46	0,54	0,27	0,06	0,06	0,37	0,63	0,78
47. As atividades realizadas durante o trabalho de conclusão de curso contribuem para a formação profissional dos estudantes.	QE_I47	0,57	0,35	0,04	0,01	0,45	0,55	0,73
50. As avaliações de aprendizagem realizadas durante o curso são compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados pelos professores.	QE_I50	0,61	0,35	-0,01	0,06	0,50	0,50	0,75
51. As avaliações aplicadas ao longo do curso contribuem para a aprendizagem dos estudantes.	QE_I51	0,65	0,38	0,00	0,05	0,58	0,43	0,74
54. Os professores demonstram domínio dos conteúdos abordados nas disciplinas.	QE_I54	0,53	0,32	-0,02	0,05	0,39	0,61	0,73
55. Os professores têm as habilidades didáticas necessárias para o ensino dos conteúdos das disciplinas.	QE_I55	0,60	0,32	-0,03	0,12	0,48	0,52	0,76
38. Há oferta contínua de programas, projetos ou atividades de extensão universitária para os estudantes.	QE_I38	0,55	0,11	0,45	-0,01	0,51	0,49	0,59
39. São oferecidas regularmente oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimulam a investigação acadêmica.	QE_I39	0,53	0,07	0,52	-0,04	0,55	0,45	0,51
40. São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição.	QE_I40	0,57	0,12	0,31	0,10	0,44	0,56	0,73
41. São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no país.	QE_I41	0,48	0,00	0,51	0,03	0,49	0,51	0,47

42. São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no exterior.	QE_I42	0,37	-0,06	0,52	0,00	0,42	0,59	0,34
60. A instituição conta com um plano de carreira que promove efetivamente a ascensão profissional dos docentes.	QE_I60	0,47	0,01	0,33	0,15	0,36	0,65	0,62
61. A instituição conta com um plano de carreira que promove efetivamente a ascensão profissional dos servidores técnicos.	QE_I61	0,48	-0,01	0,35	0,17	0,38	0,62	0,61
65. As condições de infraestrutura das salas de aula são adequadas.	QE_I65	0,57	-0,03	0,02	0,54	0,62	0,38	0,53
66. Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas são adequados para a quantidade de estudantes.	QE_I66	0,60	0,00	0,00	0,54	0,66	0,34	0,55
67. Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas são adequados ao curso.	QE_I67	0,62	0,02	0,01	0,54	0,67	0,33	0,57
68. O espaço destinado ao coordenador é adequado ao trabalho de coordenação.	QE_I68	0,52	0,04	0,02	0,41	0,45	0,56	0,62
69. O espaço destinado aos professores (gabinetes, sala de professores) atende as demandas dos seus usuários.	QE_I69	0,55	-0,01	0,00	0,52	0,58	0,42	0,53
70. A biblioteca possui quantidade de livros (exemplares físicos e digitais) suficiente para atendar às necessidades dos estudantes e professores.	QE_I70	0,52	0,01	0,05	0,42	0,44	0,56	0,60
58. A instituição dispõe de quantidade suficiente de servidores para o apoio administrativo e acadêmico.	QE_I58	0,57	0,00	0,09	0,46	0,54	0,46	0,60
74. A instituição dispõe de refeitório, cantina e banheiros em condições adequadas que atendem às necessidades dos seus usuários.	QE_I74	0,52	-0,01	0,07	0,43	0,46	0,54	0,59
75. Frente ao contexto de pandemia sua instituição agiu rapidamente para dar continuidade às atividades de ensino.	QE_I75	0,46	0,05	-0,11	0,43	0,41	0,59	0,52
76. No contexto da pandemia foi oferecido suporte para os professores se adaptarem ao uso de tecnologias nas aulas que passaram a ser oferecidas no formato não presencial.	QE_I76	0,53	0,02	-0,01	0,46	0,49	0,51	0,57
77. As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas foram disponibilizadas adequadamente no período da pandemia.	QE_I77	0,53	0,08	-0,01	0,39	0,44	0,56	0,65
80. Os professores se adaptaram às mudanças impostas pela pandemia e às aulas não presenciais sem dificuldades.	QE_I80	0,47	0,01	0,00	0,41	0,39	0,61	0,57
81. Os professores demonstraram possuir domínio de recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais.	QE_I81	0,50	0,06	0,01	0,37	0,39	0,61	0,64

Nota. g = Fator geral de avaliação positiva versus negativa, F1 = Estrutura geral do curso, F2 = Oportunidades institucionais, F3 = Infraestrutura, h2 = comunalidade geral, u2 = unicidade (variância erro) e p2 = comunalidade considerando o fator geral apenas.

A estabilidade do modelo foi testada em duas metades aleatórias do banco de dados. Os procedimentos utilizados para a análise do instrumento de coordenadores foram os mesmos relatados para os estudantes. De maneira geral, os resultados revelaram evidências de invariância do modelo, pois

CFI e TLI não apresentaram redução significativa, além disso o RMSEA não apresentou aumento significativo.

Por fim, foi testada a fidedignidade dos escores das escalas derivadas de cada fator dos coordenadores. O ômega hierárquico foi 0,79, indicando a possibilidade de derivar um escore geral de avaliação positiva versus negativa do curso e da instituição. Por sua vez, o ômega total foi 0,97, indicando o acréscimo de variância verdadeira ao considerar os quatro fatores específicos, o que sustenta a separação dos itens em quatro escalas independentes. A consistência interna para os fatores foi como segue: fator 1) alpha = 0,96 e G6 = 0,96; fator 2) alpha = 0,81 e G6 = 0,87; e fator 3) alpha = 0,92 e G6 = 0,94.

Sugere-se que sejam inseridas, nos próximos questionários, estratégias para controle de vieses de resposta.

4.3 COMPARAÇÃO DO NÍVEL DE DISCORDÂNCIA/CONCORDÂNCIA DE ESTUDANTES E COORDENADORES

O "Questionário do Estudante" (Anexo I), instrumento aplicado a todos os estudantes, e o "Questionário do Coordenador de Curso" (Anexo II) apresentam algumas questões em comum. Para cotejar a opinião do estudante e a do coordenador, foram tabuladas as respostas de ambos para essas questões em comum. Nesta seção, são comparadas as questões relativas às atividades acadêmicas, utilizando-se tabelas com frequências relativas. No Anexo III, as tabelas para todas as comparações possíveis (questões em comum) são disponibilizadas em números absolutos. Como cada coordenador de curso corresponde a um conjunto de estudantes, a informação do coordenador é obrigatoriamente repetida para aquele conjunto. Em cada tabela, na última coluna (Total), apresenta-se a distribuição das respostas dos estudantes, e a última linha (Total) apresenta a distribuição das respostas dos coordenadores, ponderada pelo número de estudantes do seu curso. Idealmente, no caso de total afinamento de opiniões (estudantes e coordenador de cada curso escolhendo o mesmo nível de concordância/discordância), os dados estariam concentrados na diagonal descendente.

Os resultados da Tabela 4.33a comparam, para os cursos em modalidade presencial, os graus de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e dos coordenadores do curso, em relação à assertiva "São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição".

Tabela 4.33a – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição", segundo a mesma informação para o estudante – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	Total
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,3%	2,5%	3,0%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,5%	3,5%	4,1%
Discordo parcialmente	0,0%	0,1%	0,1%	0,3%	1,2%	5,7%	7,3%
Concordo parcialmente	0,0%	0,1%	0,2%	0,6%	1,5%	11,2%	13,6%
Concordo	0,0%	0,1%	0,3%	0,8%	2,2%	17,3%	20,8%
Concordo totalmente	0,0%	0,1%	0,5%	1,3%	5,3%	44,1%	51,2%
Total	0,0%	0,4%	1,2%	3,1%	11,0%	84,3%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Para a asserção a que se referem os dados da Tabela 4.33a, as opiniões dos coordenadores concentraram-se nos níveis de concordância: 98,4% dos coordenadores optaram por um dos três níveis de concordância. Já os estudantes, apesar de também se concentrarem nos níveis de concordância (85,6%), distribuíram-se entre todas as categorias, com os valores crescendo à medida que se aproximam da concordância total. Existe algum grau de concordância entre coordenadores e estudantes, já que os valores estão concentrados no entorno da diagonal, com valores maiores na categoria "Concordo totalmente" (44,1%).

Para fins de esclarecimento, destacamos que a tabela acima é obtida da seguinte maneira:

1) considera-se o universo dos estudantes do curso de que trata este relatório e que tenham respondido à questão "São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição?";

2) cada um desses estudantes está associado a um coordenador, de modo que se passa a considerar o conjunto dos estudantes mencionado no item anterior para os quais os respectivos coordenadores tenham respondido à questão "São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição?";

3) para cada um desses estudantes, associa-se a resposta que ele deu para a questão à resposta dada pelo seu coordenador; assim, por exemplo, se o estudante respondeu "Discordo parcialmente" e o seu coordenador respondeu "Concordo parcialmente", ele é contabilizado na célula da tabela correspondente à linha "Discordo parcialmente" e à coluna "Concordo parcialmente";

4) por fim, cada par de respostas associado a cada estudante (sua e do seu coordenador) do

conjunto definido no passo 2 é contabilizado em uma das células que compõem a tabela em comento.

Outras tabelas que abordam a correlação entre as respostas oferecidas por estudantes e coordenadores para perguntas específicas seguem a lógica de construção da tabela anterior.

Os resultados da Tabela 4.33b, apresentada adiante, comparam, para os cursos em modalidade a distância, os graus de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e dos coordenadores do curso, em relação à em relação à assertiva "São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição".

Tabela 4.33b – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição", segundo a mesma informação para o estudante – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	**Total**
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,4%	2,9%	7,3%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,6%	4,8%	9,4%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	6,3%	9,2%
Concordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%	11,9%	17,3%
Concordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,2%	18,1%	23,3%
Concordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	26,3%	33,5%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	29,6%	70,4%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Para a asserção a que os dados da Tabela 4.33b se referem, os coordenadores optaram, em sua maioria, pela alternativa mais alta de concordância (70,4%) e os demais pela alternativa "Concordo" (29,6%). Já os estudantes, se distribuíram entre todas as categorias, mas com 33,5% escolhendo a alternativa máxima de concordância. Os valores para os estudantes são decrescentes com afastamento da concordância total, já para os coordenadores, todos se concentraram nos níveis mais altos de concordância. Existe algum grau de concordância entre coordenadores e estudantes, já que os valores estão concentrados no entorno da diagonal, com valores maiores na categoria Concordo totalmente (26,3%).

Os resultados da Tabela 4.34a comparam os níveis de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e dos coordenadores dos cursos presenciais, em relação à assertiva "São oferecidas regularmente oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimulam a investigação acadêmica".

Tabela 4.34a – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "São oferecidas regularmente oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimulam a investigação acadêmica", segundo a mesma informação para o estudante – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	**Total**
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,3%	0,3%	0,4%	5,0%	6,1%
Discordo	0,1%	0,0%	0,2%	0,3%	0,5%	5,4%	6,5%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,2%	0,3%	0,6%	7,7%	8,9%
Concordo parcialmente	0,1%	0,0%	0,4%	0,4%	1,3%	12,7%	14,8%
Concordo	0,1%	0,0%	0,4%	0,5%	1,7%	15,2%	17,9%
Concordo totalmente	0,1%	0,0%	0,4%	1,0%	2,6%	41,6%	45,7%
Total	0,4%	0,0%	2,0%	2,8%	7,1%	87,7%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.34a mostraram que existe algum grau de concordância entre coordenadores e estudantes, já que os valores estão concentrados no entorno da diagonal, com valores maiores na categoria "Concordo totalmente" (41,6%). 97,6% dos coordenadores e 78,4% dos estudantes optaram por algum nível de concordância.

Para essa asserção, os coordenadores concentraram suas opções nos níveis mais altos de concordância, apresentando opções nos diferentes níveis de concordância/discordância. Estudantes também estão mais espalhados entre os diferentes níveis de concordância/discordância do que os coordenadores, e as proporções são decrescentes com o nível mais alto de concordância até a opção "Discordo" e "Discordo totalmente", em que é observado um discreto aumento dessas opções entre os coordenadores.

Os resultados da Tabela 4.34b comparam os níveis de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e dos coordenadores dos cursos a distância, em relação à assertiva "São oferecidas regularmente oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimulam a investigação acadêmica".

Tabela 4.34b – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "São oferecidas regularmente oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimulam a investigação acadêmica", segundo a mesma informação para o Estudante – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Coordenador

Estudante	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	1,0%	5,3%	7,7%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	2,0%	4,3%	7,1%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	2,2%	8,1%	11,8%
Concordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%	4,3%	12,0%	18,1%
Concordo	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%	4,1%	14,4%	21,7%
Concordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%	5,9%	23,6%	33,5%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	12,8%	19,5%	67,7%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os resultados da Tabela 4.33b, comentada anteriormente, e os Tabela 4.34b são equivalentes, mas para os cursos a distância. Existe algum grau de concordância entre coordenadores e estudantes, já que os valores estão concentrados no entorno da diagonal, com valores maiores na categoria “Concordo totalmente” (23,6%).

Estudantes estão mais distantes da concordância do que os seus coordenadores: a distribuição marginal desses estudantes aponta para uma menor proporção de concordância. Em particular, 33,5% dos estudantes concordam, plenamente, com a asserção, em oposição a 67,7% dos coordenadores (lembrar que é um valor ponderado pelo número de concluintes do curso). A partir do primeiro nível de concordância “Concordo parcialmente”, é possível notar, para os estudantes, um decréscimo das proporções com aproximação do nível máximo de discordância. Todos os coordenadores optaram por algum nível de concordância.

Os resultados da Tabela 4.35a comparam, para a modalidade presencial, os graus de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e dos coordenadores dos cursos, em relação à assertiva “O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes”.

Tabela 4.35a – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva “O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes”, segundo a mesma informação para o Estudante – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0,4%	0,0%	0,1%	0,7%	1,4%	8,2%	10,8%
Discordo	0,2%	0,0%	0,1%	0,5%	0,9%	6,0%	7,8%
Discordo parcialmente	0,3%	0,0%	0,1%	0,7%	1,1%	7,6%	9,8%
Concordo parcialmente	0,5%	0,0%	0,2%	0,6%	1,6%	12,0%	14,9%
Concordo	0,5%	0,0%	0,2%	1,0%	1,6%	13,6%	16,9%
Concordo totalmente	0,7%	0,0%	0,2%	1,3%	2,8%	34,8%	39,9%
Total	2,7%	0,0%	0,9%	4,7%	9,4%	82,3%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.35a mostram que, como nas outras questões analisadas, estudantes estão espalhados entre os diferentes níveis de concordância/discordância e é possível identificar um padrão de respostas: a classe modal para os estudantes é a do nível mais alto de concordância (39,9%), e os valores dos demais níveis são decrescentes com o afastamento da classe modal, com ligeiro aumento na discordância plena. Os coordenadores optaram por dois níveis de discordância e todos os níveis de concordância, sendo que 82,3% optaram pelo nível "Concordo totalmente".

Existe algum grau de concordância entre coordenadores e estudantes, já que os valores estão concentrados no entorno da diagonal, com valores maiores na categoria "Concordo totalmente" (34,8%).

Os resultados da Tabela 4.35b comparam, para a modalidade a distância, os graus de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e dos coordenadores dos cursos, em relação à assertiva "O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes".

Tabela 4.35b – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do coordenador com a assertiva "O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes", segundo a mesma informação para o estudante – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	**Total**
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	0,8%	3,9%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	3,4%	5,9%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,9%	2,8%	6,7%
Concordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,5%	6,1%	16,6%
Concordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,2%	10,5%	21,7%
Concordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	16,6%	28,6%	45,2%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	47,9%	52,1%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.35b mostram que os estudantes estão espalhados entre os diferentes níveis de concordância/discordância, e é possível identificar um padrão de respostas: a classe modal para os estudantes é a do nível mais alto de concordância (45,2%), e os valores dos demais níveis são decrescentes com o afastamento da classe modal. Já os coordenadores optaram, em totalidade, com a afirmativa de que o curso disponibiliza monitores e tutores para auxiliar os estudantes, sendo 52,1% concentrados no nível de concordância plena.

Existe algum grau de concordância entre coordenadores e estudantes, já que os valores estão concentrados no entorno da diagonal, com valores maiores na categoria "Concordo totalmente" (28,6%).

Os resultados da Tabela 4.36a comparam, para o curso presencial, os níveis de discordância/concordância dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda e dos coordenadores dos

cursos com relação à assertiva “Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária”.

Tabela 4.36a – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva “Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária”, segundo a mesma informação para o estudante – Enade/2022 – Cursos em modalidade presencial – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	**Total**
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%	3,7%	4,5%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,5%	4,2%	5,0%
Discordo parcialmente	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%	0,8%	7,1%	8,2%
Concordo parcialmente	0,0%	0,1%	0,1%	0,4%	1,2%	11,8%	13,6%
Concordo	0,0%	0,1%	0,1%	0,5%	2,0%	16,8%	19,5%
Concordo totalmente	0,0%	0,1%	0,2%	1,0%	4,4%	43,6%	49,3%
Total	0,0%	0,4%	0,5%	2,5%	9,5%	87,2%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.36a revelam que existe algum grau de concordância entre coordenadores e estudantes, já que os valores estão concentrados no entorno da diagonal, com valores maiores na categoria “Concordo totalmente” (43,6%).

Para essa asserção, os coordenadores optaram por todos os níveis de concordância e discordância, exceto pela discordância plena. Como nas outras questões analisadas, estudantes estão espalhados entre diferentes níveis de concordância/discordância, mas é possível identificar um padrão de respostas: a classe modal para os estudantes é a do nível mais alto de concordância (49,3%), e os valores dos demais níveis são decrescentes com o afastamento da classe modal. Esse padrão, também, é notável para os coordenadores.

Os resultados da Tabela 4.36b consideram a mesma informação da Tabela 4.36a, mostrada antes, mas para os cursos a distância, ou seja, o nível de discordância/concordância em relação à assertiva “Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária”.

Tabela 4.36b – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária", segundo a mesma informação para o estudante – Enade/2022 – Cursos em modalidade a distância – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	**Total**
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,1%	3,7%	5,8%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%	4,4%	6,9%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,7%	6,0%	9,6%
Concordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	6,0%	11,2%	17,1%
Concordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,2%	13,5%	18,7%
Concordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	10,4%	31,4%	41,8%
Total	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	29,9%	70,1%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 4.36b mostram que existe algum grau de concordância entre coordenadores e estudantes, já que os valores estão concentrados no entorno da diagonal, com valores maiores na categoria “Concordo totalmente” (31,4%).

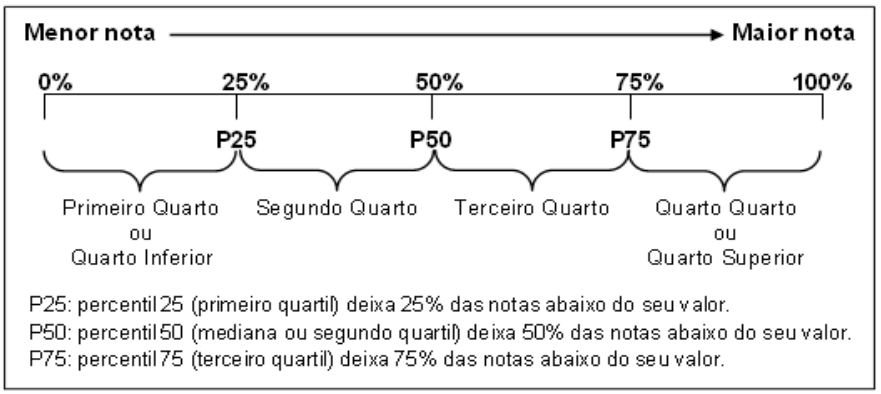
Estudantes estão mais distantes da concordância do que os seus coordenadores: a distribuição marginal desses estudantes aponta para uma menor proporção de concordância. Os coordenadores estão espalhados entre todos os níveis de concordância e por nenhum nível de discordância. Já os estudantes estão espalhados entre todos os diferentes níveis de concordância/discordância.

CAPÍTULO 5
PERCEPÇÃO DA PROVA

Nas análises feitas neste capítulo, constam as percepções dos concluintes da área de Publicidade e Propaganda sobre a prova aplicada no Enade/2022. Essas percepções foram mensuradas por meio de nove questões que avaliaram desde o grau de dificuldade da prova até o tempo gasto para concluí-la. As percepções sobre a prova foram relacionadas ao desempenho dos estudantes, à grande região de funcionamento do curso, à categoria administrativa e ao tipo de organização acadêmica da IES. O questionário de percepção da prova encontra-se ao final do Anexo VIII, no qual está a reprodução do exame.

Na apresentação dos dados relativos às nove questões sobre as percepções a respeito da prova, o desempenho dos estudantes foi classificado em quatro quartos. Para tanto, esse desempenho foi ordenado de forma ascendente. O percentil 25, P25, também conhecido como primeiro quartil, é a nota de desempenho que deixa um quarto (25%) dos valores observados abaixo e três quartos acima. O quarto inferior de desempenho é composto pelas notas abaixo do primeiro quartil. Já o percentil 75, P75, também conhecido como terceiro quartil, é o valor para o qual há três quartos (75%) dos dados abaixo e um quarto acima dele. O quarto superior de desempenho é composto pelas notas iguais ou acima do terceiro quartil. O percentil 50, P50, também conhecido como mediana, é o valor que divide as notas em dois conjuntos de igual tamanho. O 2.º quarto inclui os valores entre o primeiro quartil (P25) e a mediana. O terceiro quarto contém os valores entre a mediana (P50) e o terceiro quartil (P75). Vale ressaltar que percentis, quartis e medianas são pontos que, não obrigatoriamente, pertencem ao conjunto original de dados, ao passo que os quartos são subconjuntos dos dados originais.

Na Figura 5.1, apresenta-se uma ilustração dos quatro quartos descritos.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Figura 5.1 – Ilustração esquemática de quartis e quartos

A seguir, serão apresentados gráficos com resultados selecionados, relativos às nove questões avaliadas por grupos de estudantes. Nas barras dos gráficos, apresenta-se o percentual de estudantes que assinalaram uma das opções ou a soma das porcentagens daqueles que assinalaram duas (ou três) delas. Por exemplo, para as questões 1 e 2, nos gráficos, é apresentada a porcentagem total de participantes que assinalaram as opções (D) “Difícil” e (E) “Muito difícil”. Em cada barra, foram assinalados, também, os extremos do intervalo de confiança de 95% como linhas verticais unidas por uma linha horizontal na forma da letra H maiúscula. O estimador de um parâmetro com um certo nível de confiança (por exemplo, 95,0%) deve conter o parâmetro no intervalo de confiança em 95% das vezes. Na comparação entre os estimadores dos parâmetros de duas classes de uma dada categoria (por exemplo: Norte e Nordeste nas Grandes Regiões, de primeiro e último quarto dentro de desempenho, de IES públicas e privadas, ou de universidades e faculdades), associados aos seus respectivos intervalos de confiança, diz-se que não há diferença estatisticamente significativa entre os parâmetros das duas categorias quando há interseção entre os intervalos de confiança, e que há diferença, se os intervalos de confiança são disjuntos (para maiores informações vide Glossário).

Nas Tabelas do Anexo V, são apresentados os valores absolutos e a distribuição percentual[9]das alternativas válidas das nove questões, segundo o mesmo recorte de desempenho dos estudantes e da grande região de funcionamento do curso, de categoria administrativa e do tipo de organização acadêmica da IES.

5.1 GRAU DE DIFICULDADE DA PROVA

Nesta seção são mostradas as percepções dos estudantes quanto ao grau de dificuldade da prova Enade/2022, e que foram analisadas considerando sua vinculação ao Componente de Formação Geral e ao Componente Específico.

[9] Reitera-se que uma das convenções para tabelas numéricas (Subseção 2.2.3 do Capítulo 2) refere-se à possibilidade de, por questão de arredondamento, a soma das partes não resultar em 100%.

5.1.1 COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

O Gráfico 5.1 apresenta as respostas obtidas para a Questão 1: "Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?".

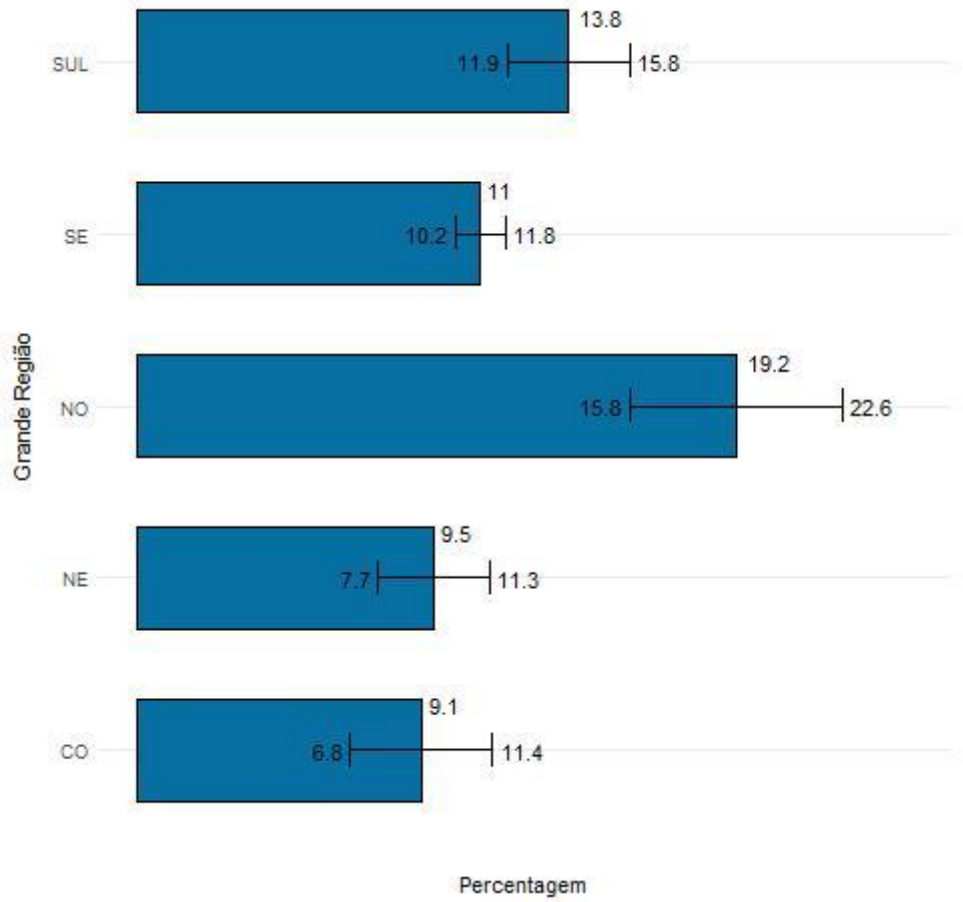


Gráfico 5.1 – Percentual de estudantes que avaliaram "o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral" como "Difícil" ou "Muito difícil", por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.1, a região Norte apresentou o maior percentual de estudantes que consideraram a prova "Difícil" ou "Muito difícil", com 19,2%, seguida da região Sul com 13,8%. Na região Nordeste a média foi de 9,5%, no Centro-Oeste 9,1% (menor valor) e na região Sudeste 11,0%. O maior intervalo foi observado na região Norte, com variação de 6,8% entre o mínimo e máximo.

O Gráfico 5.2 traz mais resultados sobre a questão tratada no gráfico anterior, porém por quartos de desempenho.

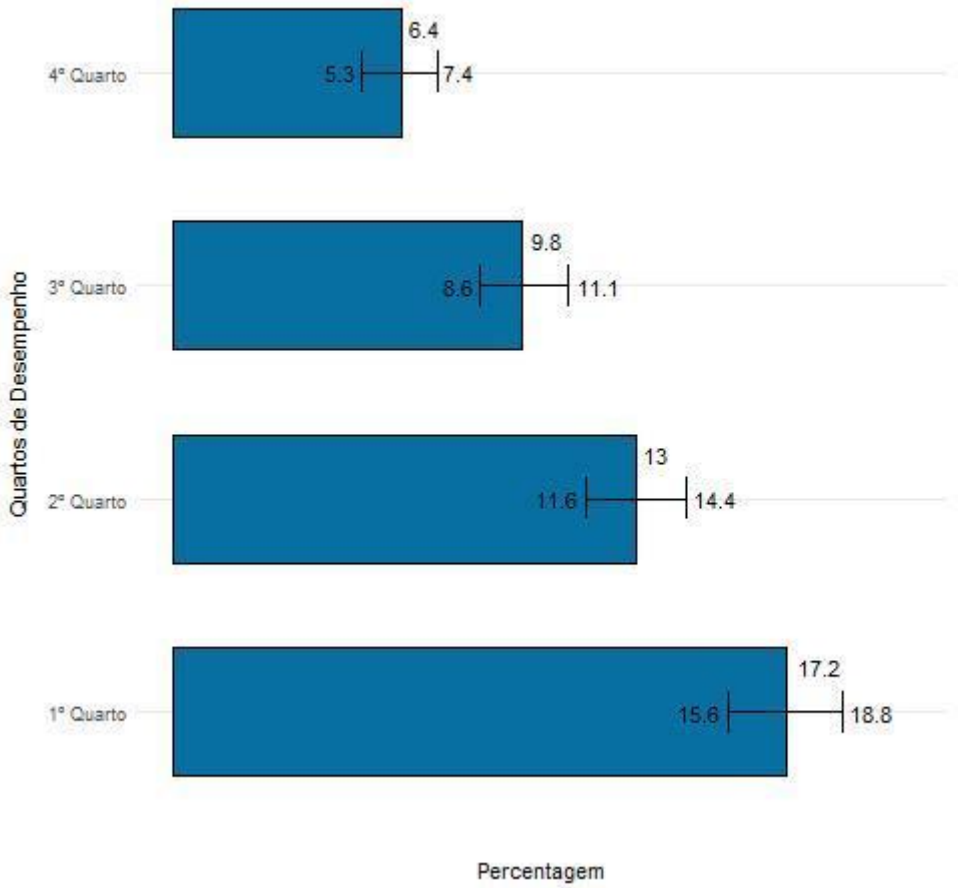


Gráfico 5.2 – Percentual de estudantes que avaliaram "o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral" como "Difícil" ou "Muito difícil", por quartos de desempenho – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.2 mostram que o percentual de estudantes que consideraram o componente de Formação Geral da prova "Difícil" ou "Muito difícil" foi decrescente em função dos quartos de desempenho: 17,2%, no 1.º quarto e 6,4%, no 4.º quarto, o grupo de melhor desempenho na prova. Nos quartos de desempenho intermediários, a proporção de estudantes que consideraram a prova "Difícil" ou "Muito difícil" foi de 13,0%, no 2.º quarto, e de 9,8%, no 3.º quarto.

O Gráfico 5.3 traz outros resultados também em relação à mesma questão retratada no gráfico anterior, porém por organização acadêmica das IES.

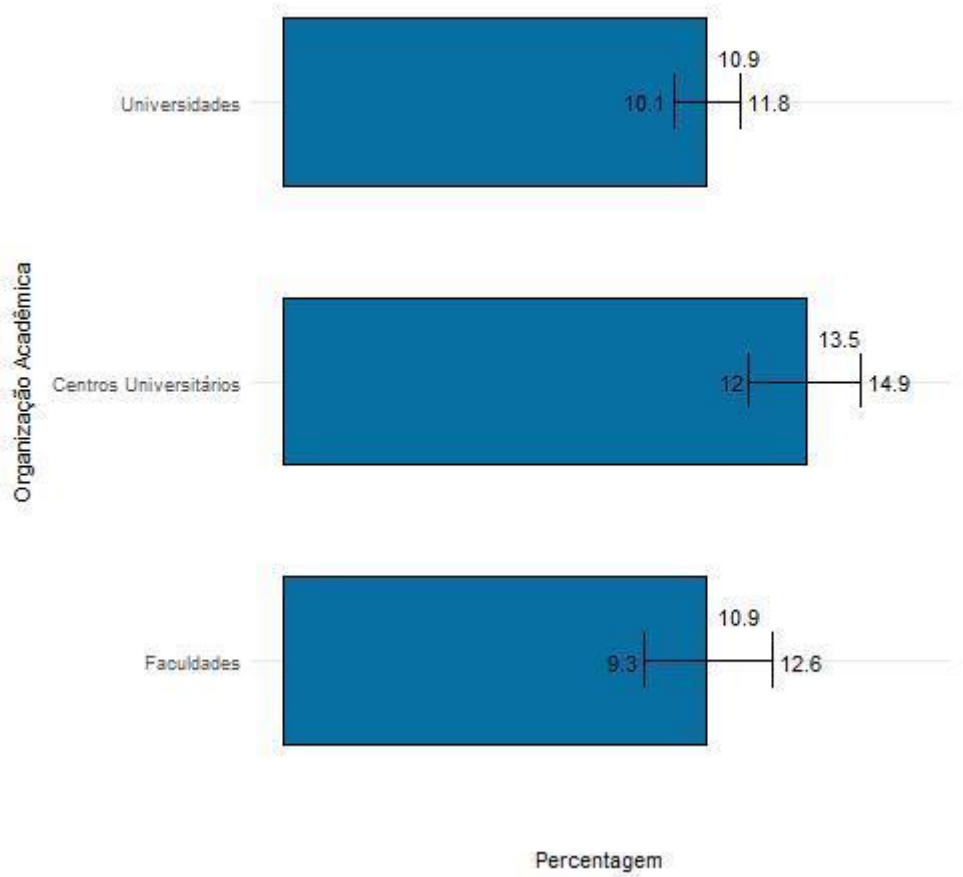


Gráfico 5.3 – Percentual de estudantes que avaliaram "o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral" como "Difícil" ou "Muito difícil", por organização acadêmica Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostram os dados do Gráfico 5.3, o percentual de estudantes que consideraram o componente de Formação Geral da prova "Difícil" ou "Muito difícil" foi maior entre os estudantes de centros universitários, alcançando 13,5%, enquanto entre os estudantes das faculdades e universidades, organizações acadêmicas com as menores incidências, os percentuais alcançaram 10,9%.

O Gráfico 5.4 apresenta os dados por categoria administrativa das IES.

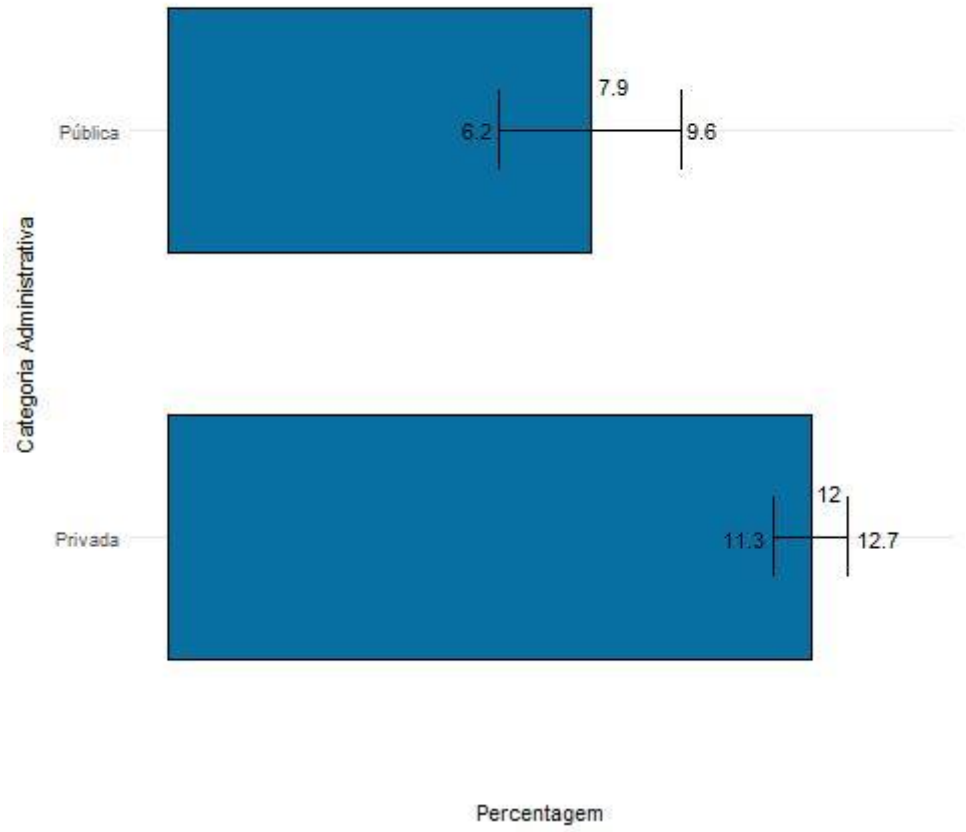


Gráfico 5.4 – Percentual de estudantes que avaliaram "o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral" como "Difícil" ou "Muito difícil", por categoria administrativa Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.4 mostram que o percentual de estudantes que consideraram o componente de Formação Geral da prova "Difícil" ou "Muito difícil" foi maior entre os estudantes de cursos de IES privadas (12,0%).

5.1.2 COMPONENTE ESPECÍFICO

O Gráfico 5.5 apresenta as respostas obtidas para a Questão 2: "Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico?".

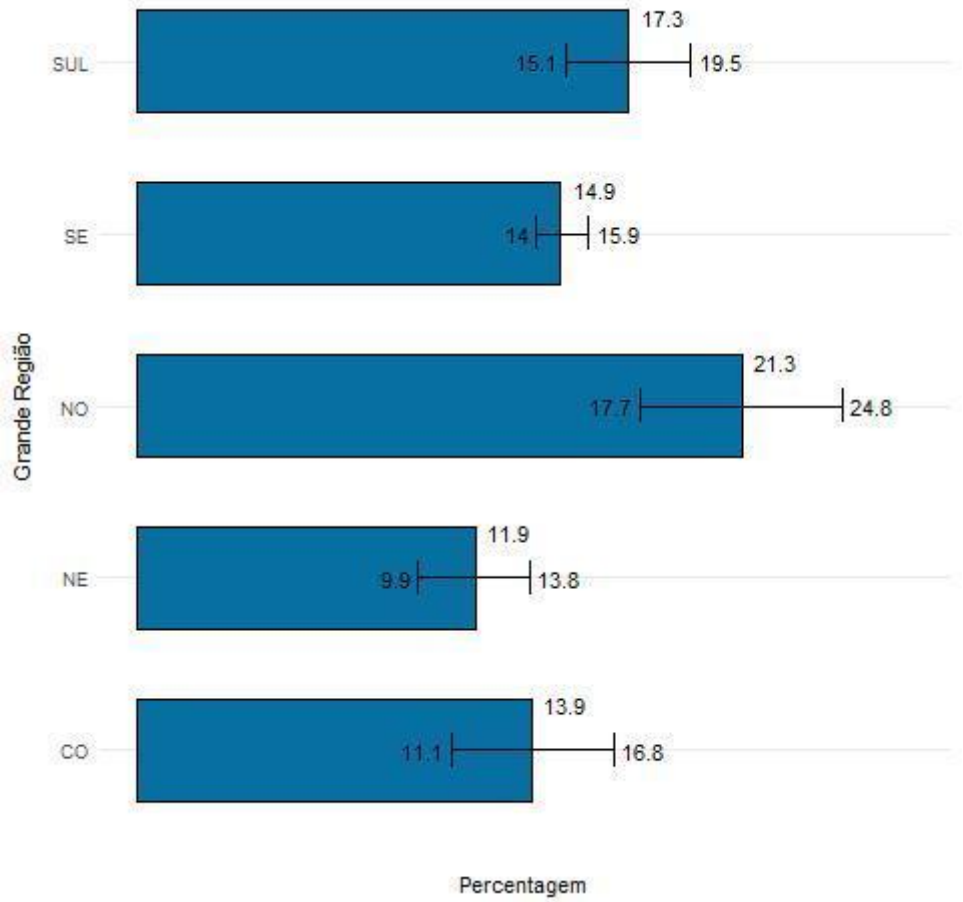


Gráfico 5.5 – Percentual de estudantes que avaliaram "o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico" como "Difícil" ou "Muito difícil", por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.15, a região Norte apresentou o maior percentual de estudantes que consideraram o componente específico da prova "Difícil" ou "Muito difícil", com 21,3%, seguida da região Sul com 17,3%. Na região Nordeste a média foi de 11,9% (menor valor), na região Sudeste 14,9% e na região Centro-Oeste com 13,9%.

O Gráfico 5.6 traz mais resultados sobre a questão tratada no gráfico anterior, porém por quartos de desempenho.

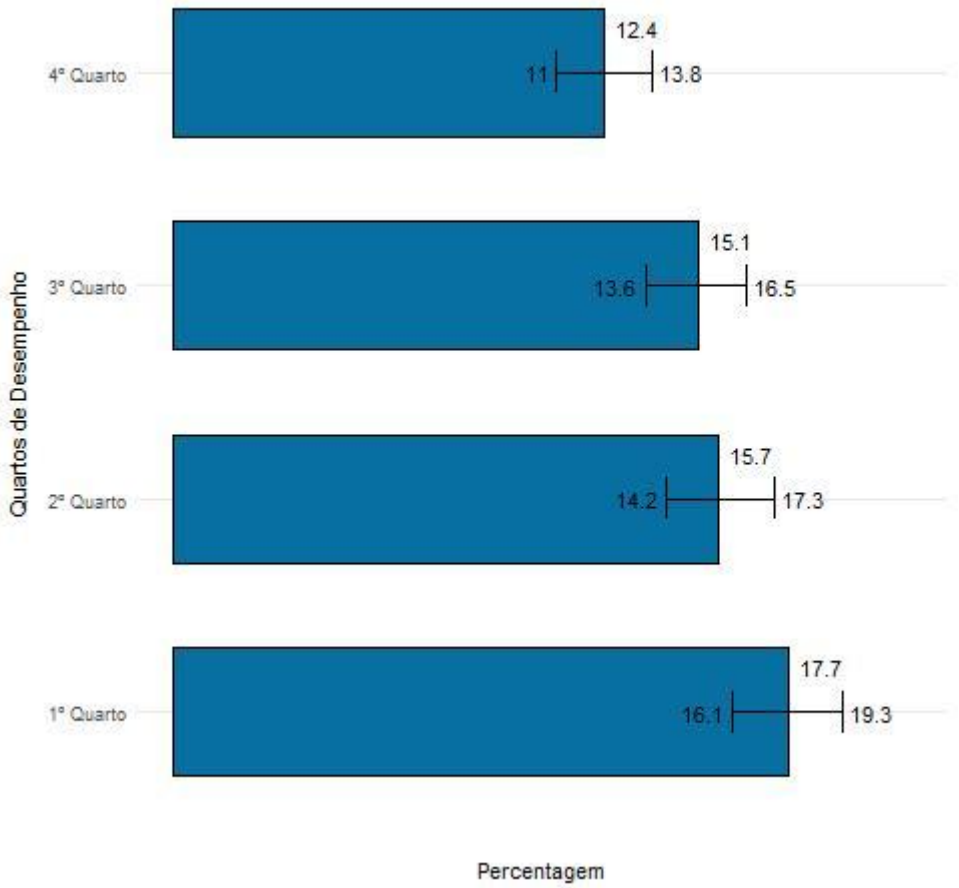


Gráfico 5.6 – Percentual de estudantes que avaliaram "o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico" como "Difícil" ou "Muito difícil", por quartos de desempenho – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.6 mostram que o percentual de estudantes que consideraram o componente Específico da prova "Difícil" ou "Muito difícil" foi decrescente em função dos quartos de desempenho, com: 17,7%, no 1.º quarto e 12,4%, no 4.º quarto, o grupo de melhor desempenho na prova. Nos quartos de desempenho intermediários, a proporção de estudantes que consideraram a prova "Difícil" ou "Muito difícil" foi de 15,7%, no 2.º quarto, e de 15,1% no 3.º quarto.

O Gráfico 5.7 traz outros resultados também em relação à mesma questão retratada no gráfico anterior, porém por organização acadêmica das IES.

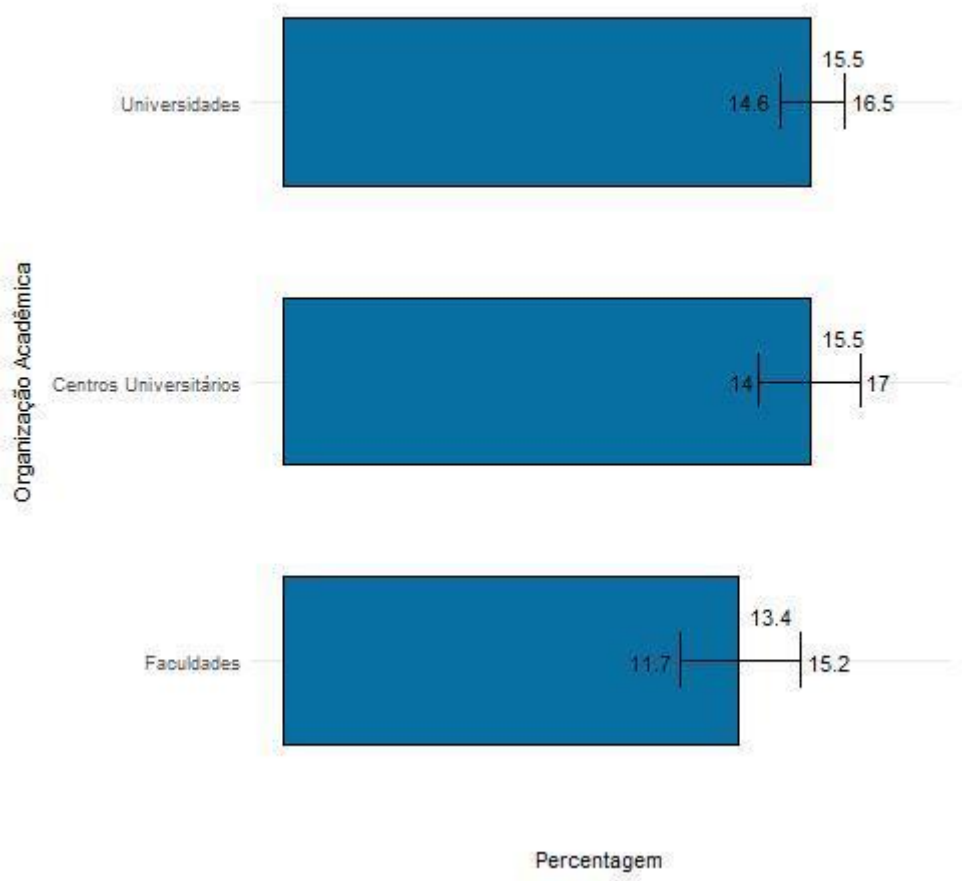


Gráfico 5.7 – Percentual de estudantes que avaliaram "o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico" como "Difícil" ou "Muito difícil", por organização acadêmica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostram os dados do Gráfico 5.7, o percentual de estudantes que consideraram o componente de Formação Geral da prova "Difícil" ou "Muito difícil" foi maior entre os estudantes de centros universitários e universidades, alcançando 15,5% cada, enquanto entre os estudantes das Faculdades, a organização acadêmica com a menor incidência, o percentual alcançou 13,4%.

O Gráfico 5.8 apresenta os dados por categoria administrativa das IES.

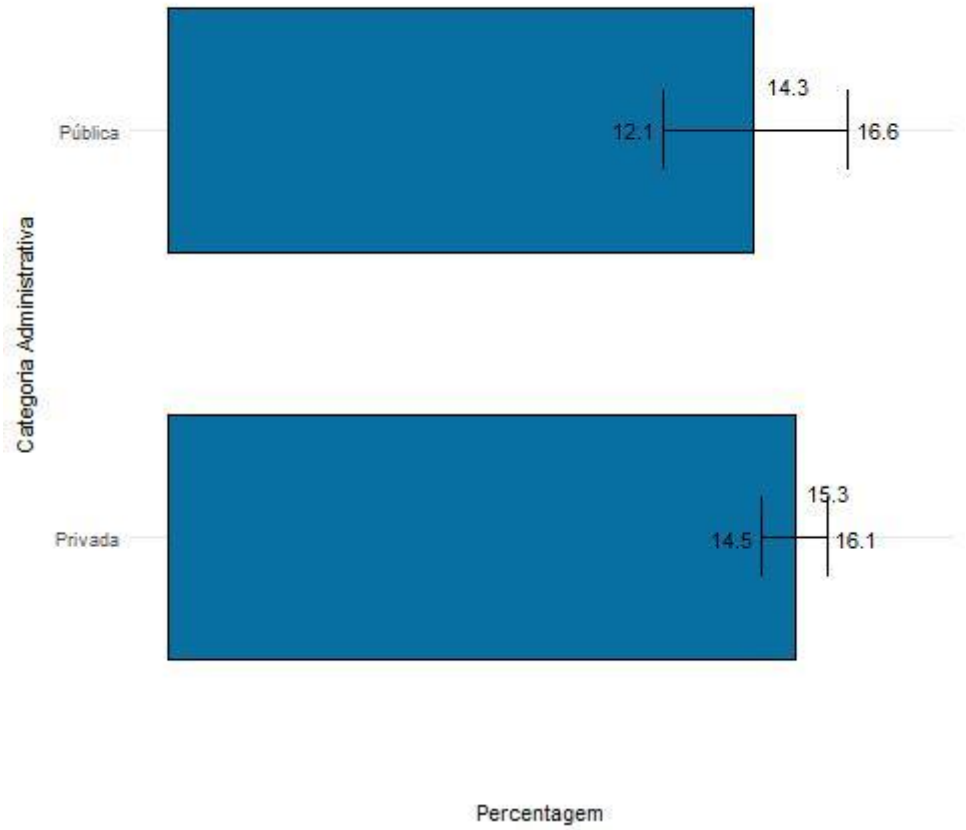


Gráfico 5.8 – Percentual de estudantes que avaliaram "o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico" como "Difícil" ou "Muito difícil", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.8 mostram que o percentual de estudantes que consideraram o componente Específico da prova "Difícil" ou "Muito difícil" foi ligeiramente maior entre os estudantes de cursos de IES privadas (15,3%). Enquanto a proporção registrada em IES públicas foi de 14,3%.

5.2 EXTENSÃO DA PROVA EM RELAÇÃO AO TEMPO TOTAL

O Gráfico 5.9 apresenta as respostas obtidas para a Questão 3: “Considerando a extensão da prova, em relação ao tempo total, você considera que a prova foi longa ou muito longa?”.

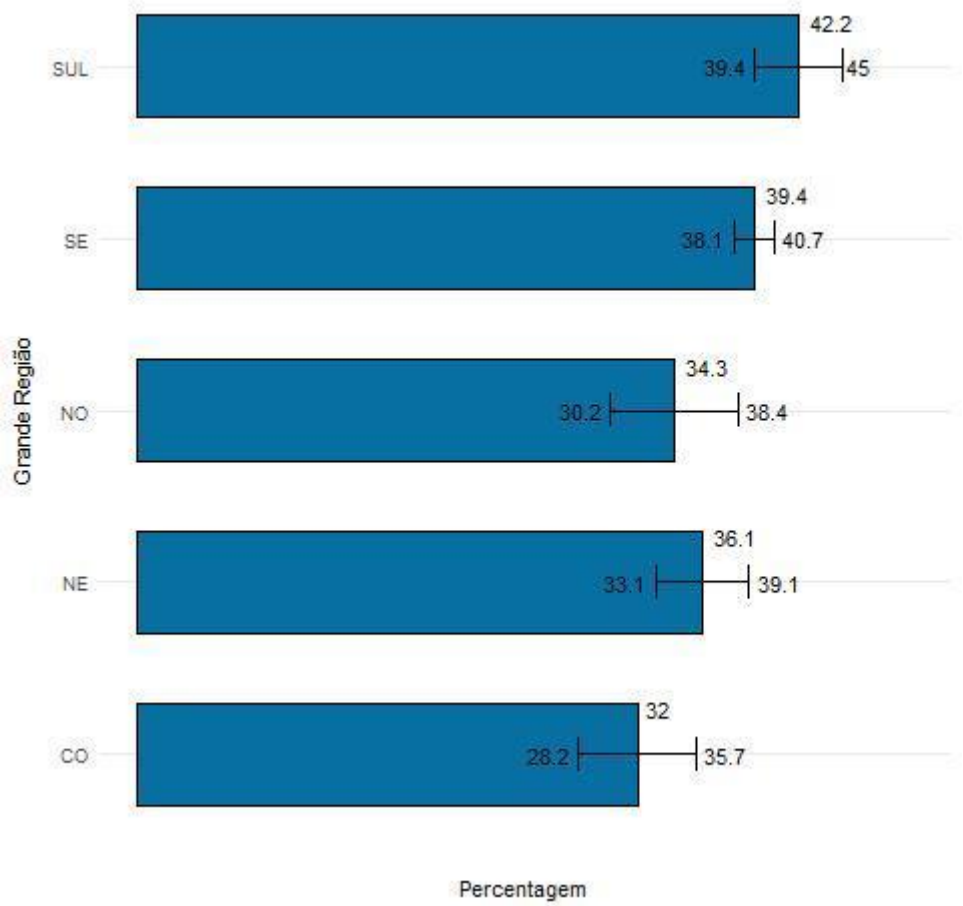


Gráfico 5.9 – Percentual de estudantes que avaliaram “a extensão da prova, em relação ao tempo total” como longa ou muito longa, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Em relação aos dados do Gráfico 5.9, entre as grandes regiões, os que avaliaram a prova como “Longa” ou “Muito longa”, em relação ao tempo total destinado à sua resolução, resultaram em porcentagens que variam de 42,2%, na região Sul, até 32,0%, na região Centro-Oeste.

O Gráfico 5.10 traz mais resultados sobre a questão tratada no gráfico anterior, porém por quartos de desempenho.

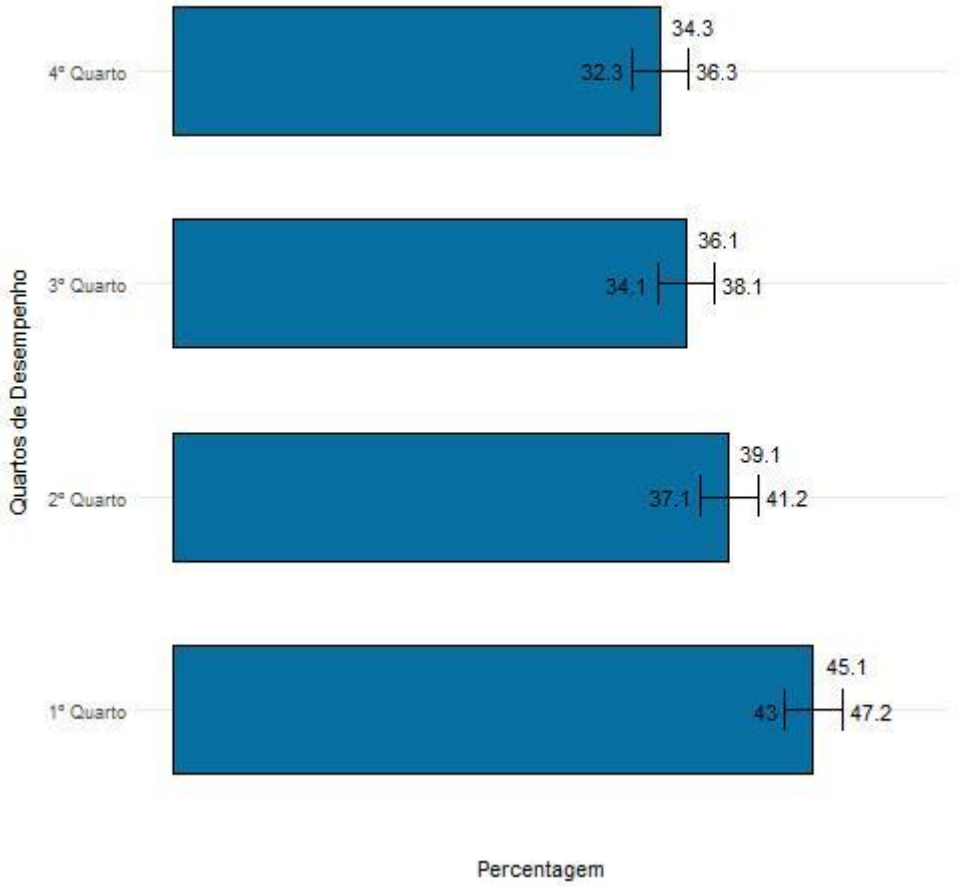


Gráfico 5.10 – Percentual de estudantes que avaliaram "a extensão da prova, em relação ao tempo total" como longa ou muito longa, por quartos de desempenho – Enade/2022 Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

No Gráfico 5.10, observa-se que a proporção de estudantes que consideraram a prova "longa" ou "muito longa" foi menor no 4.º quarto de desempenho (grupo de estudantes com melhor desempenho), com 34,3%, e maior, no 1.º quarto, com 45,1%.

O Gráfico 5.11 traz outros resultados também em relação à mesma questão retratada no gráfico anterior, porém por organização acadêmica das IES.

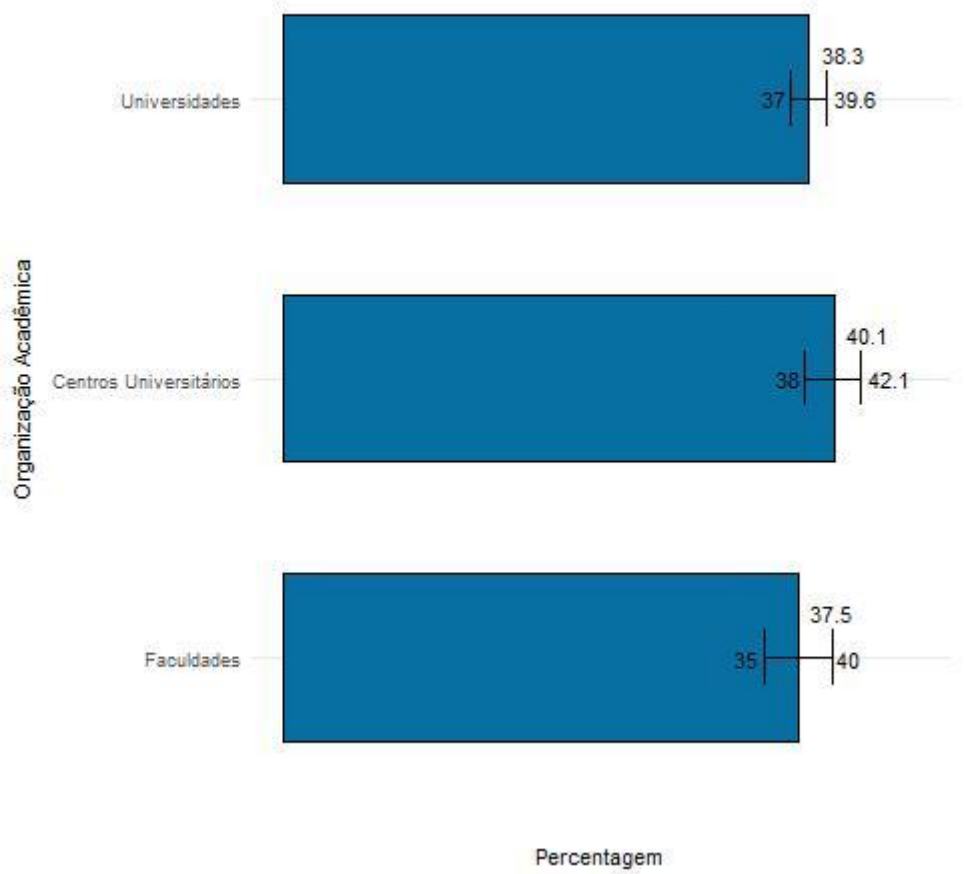


Gráfico 5.11 – Percentual de estudantes que avaliaram "a extensão da prova, em relação ao tempo total" como longa ou muito longa, por organização acadêmica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.11, considerando-se a extensão da prova, o percentual de estudantes que avaliaram a prova como longa ou muito longa, em relação ao tempo total destinado à sua resolução, foi maior entre os estudantes de Centros Universitários, alcançando 40,1%, enquanto entre os estudantes de faculdade, a organização acadêmica com a menor incidência, esse índice atingiu 37,5%. Entre os participantes de universidades, o índice atingiu 38,3%.

O Gráfico 5.12 apresenta os dados por categoria administrativa das IES.

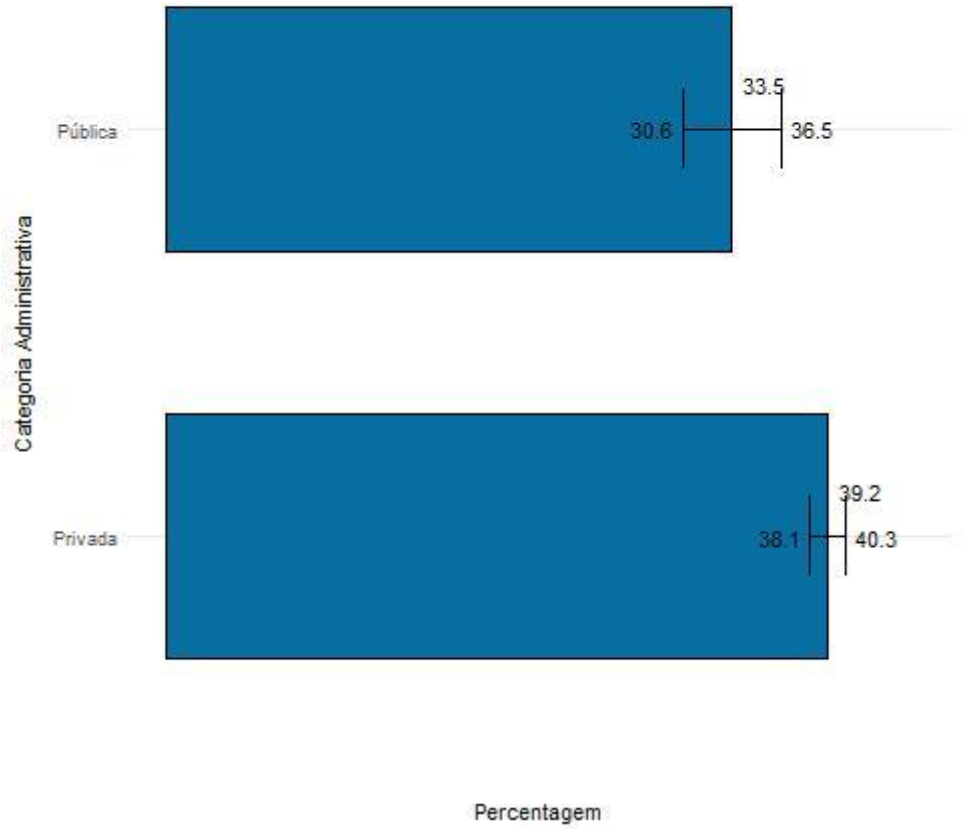


Gráfico 5.12 – Percentual de estudantes que avaliaram "a extensão da prova, em relação ao tempo total" como longa ou muito longa, por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.12 mostram que o percentual de estudantes que consideraram a prova longa ou muito longa, em relação ao tempo total destinado à sua resolução, foi maior entre os estudantes de cursos de IES privadas (39,2%) do que entre os estudantes de IES públicas (33,5%).

5.3 COMPREENSÃO DOS ENUNCIADOS DAS QUESTÕES

Também organizados em relação ao Componente de Formação Geral e ao Componente Específico, os dados apresentados nesta seção dizem respeito à forma como os estudantes compreenderam os enunciados das questões da prova, considerando as formulações expressas nesses mesmos enunciados.

5.3.1 COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

O Gráfico 5.13 apresenta as respostas obtidas para a Questão 4: "Os enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos?".

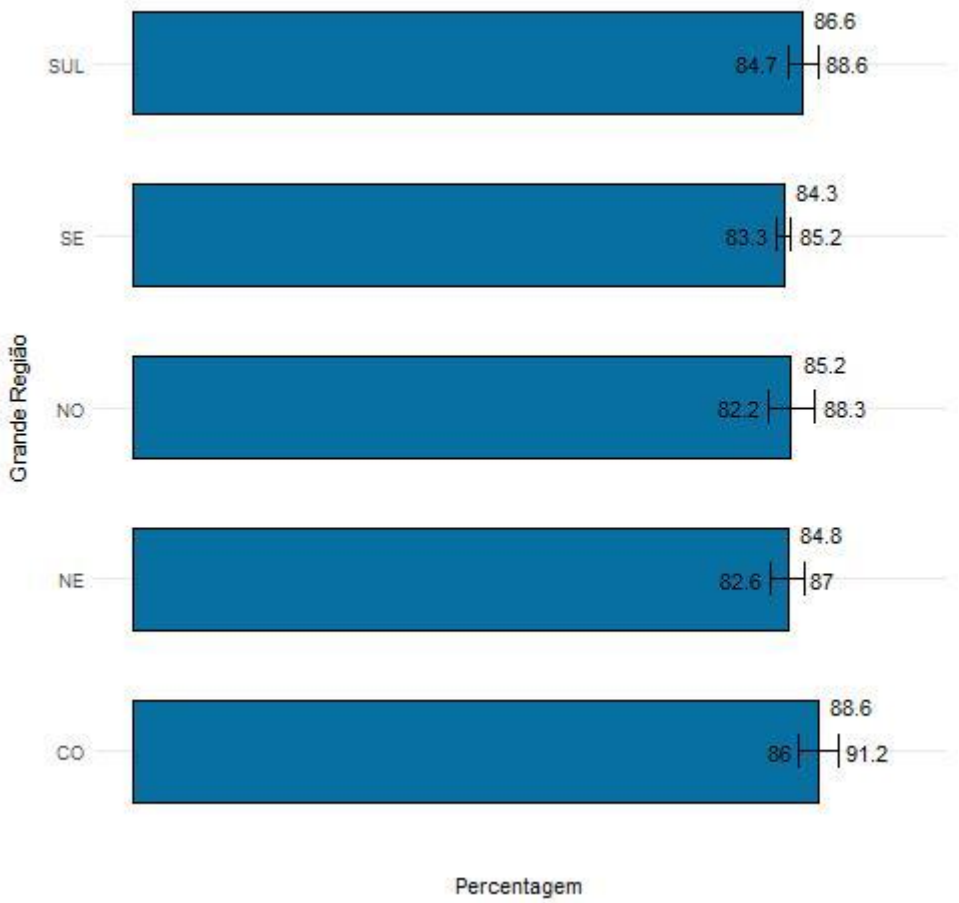


Gráfico 5.13 – Percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos "enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos", por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os resultados apresentados no Gráfico 5.13 mostram que, na análise regional, a percentagem de estudantes que avaliaram que todos ou a maioria dos enunciados das questões do Componente de Formação Geral estavam “claros e objetivos” variou de 84,3% (menor porcentagem), na região Sudeste e 88,6% (maior porcentagem), na região Centro-Oeste.

O Gráfico 5.14 traz mais resultados sobre a questão tratada no gráfico anterior, porém por quartos de desempenho.

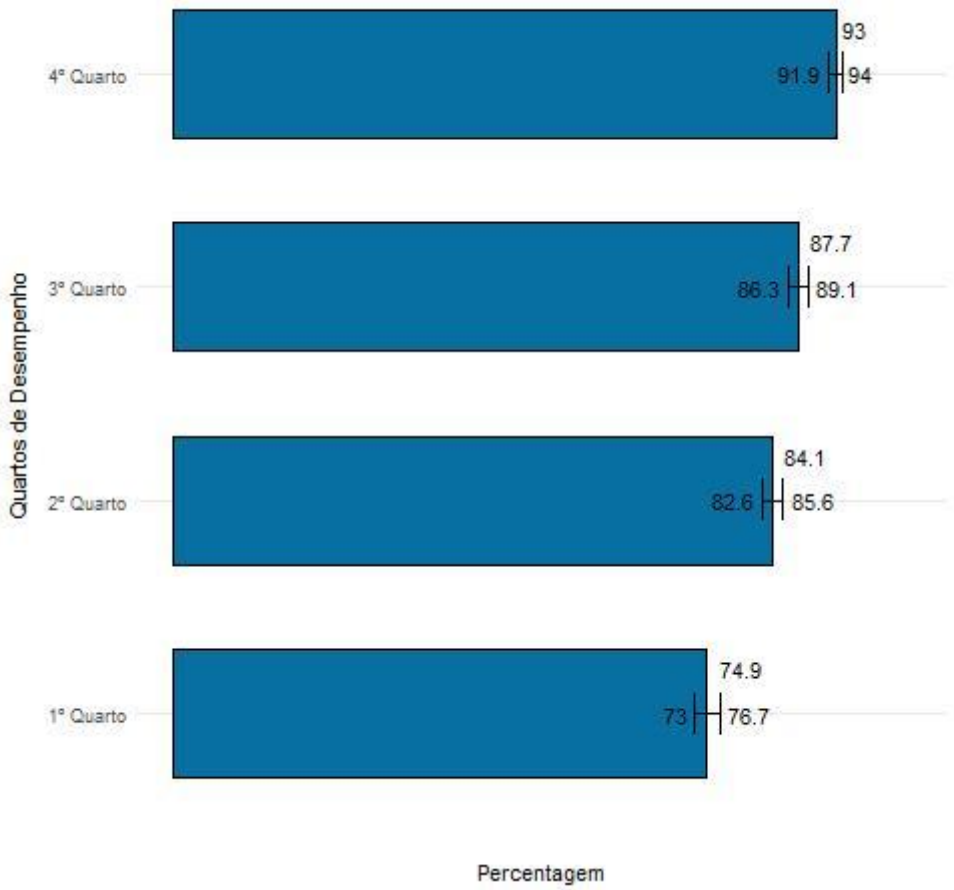


Gráfico 5.14 – Percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos “enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos”, por quartos de desempenho – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.14, segundo o desempenho, observa-se que a proporção dos que emitiram essa opinião cresce, conforme o desempenho aumenta. No quarto superior, a clareza e a objetividade de todos ou da maioria dos enunciados das questões foram percebidas por 93,0%. Já no 1.º quarto de desempenho, os enunciados das questões estavam claros e objetivos para 74,9%.

O Gráfico 5.15 traz outros resultados também em relação à mesma questão retratada no gráfico anterior, porém por organização acadêmica das IES.

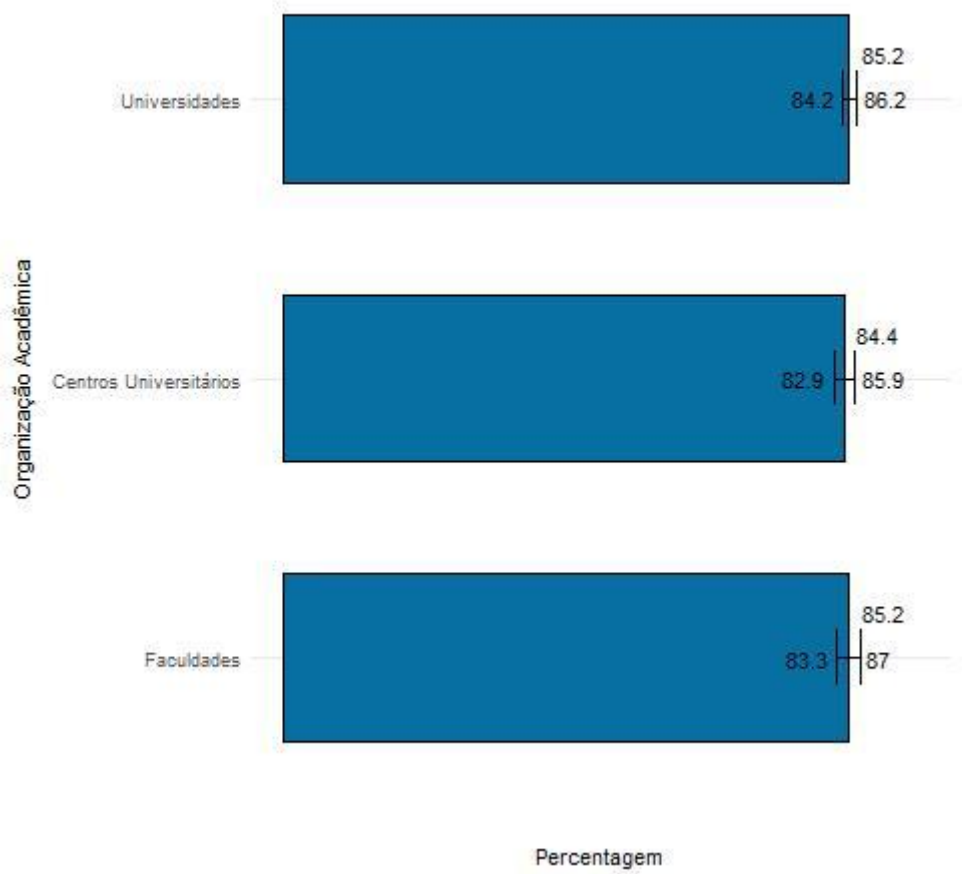


Gráfico 5.15 – Percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos "enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos", por organização acadêmica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.15 mostram que a proporção dos presentes que consideraram que todos ou a maioria dos enunciados das questões do Componente de Formação Geral estavam "claros e objetivos" foi maior entre os estudantes de universidades e faculdades, chegando a 85,2%. Entre os estudantes de centros universitários, o índice atingiu 84,4%.

O Gráfico 5.16 apresenta os dados por categoria administrativa das IES.

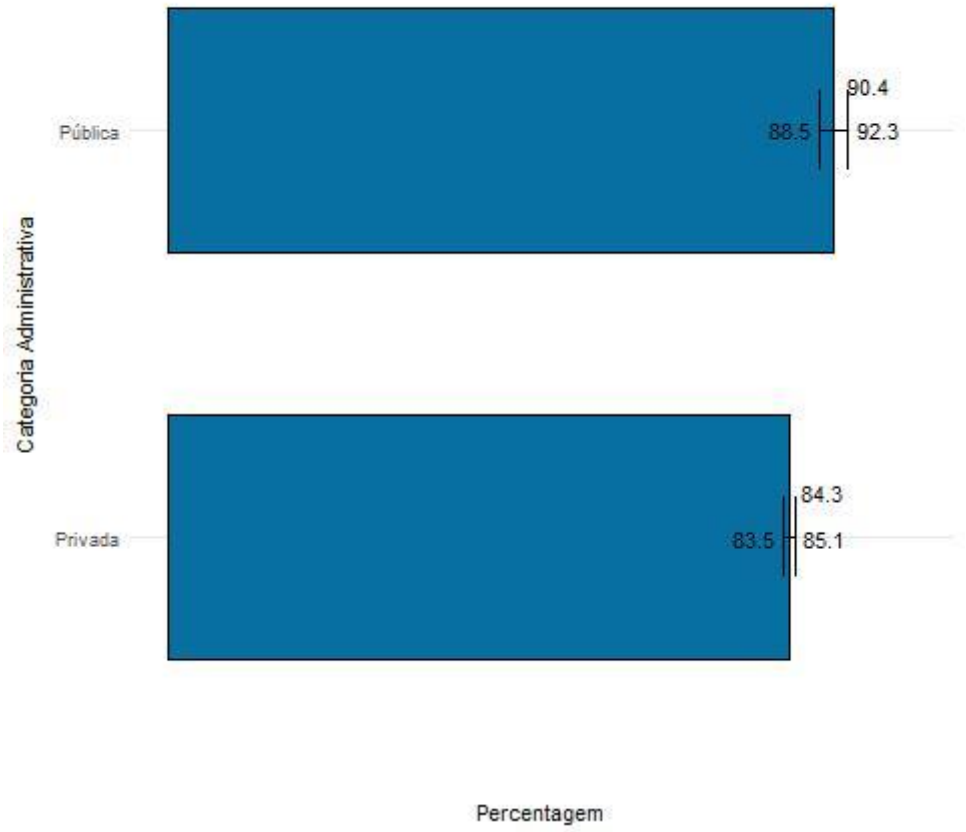


Gráfico 5.16 – Percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos "enunciados das questões da prova na parte de Formação Geral estavam claros e objetivos", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.16 mostram que o percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos enunciados das questões do Componente de Formação Geral estavam "claros e objetivos" foi maior entre os estudantes de cursos de IES públicas (90,4%) quando comparado aos estudantes de IES privadas (84,3%).

5.3.2 COMPONENTE ESPECÍFICO

O Gráfico 5.17 apresenta as respostas obtidas para a Questão 5: "Os enunciados das questões da prova na parte de Componente Específico estavam claros e objetivos?".

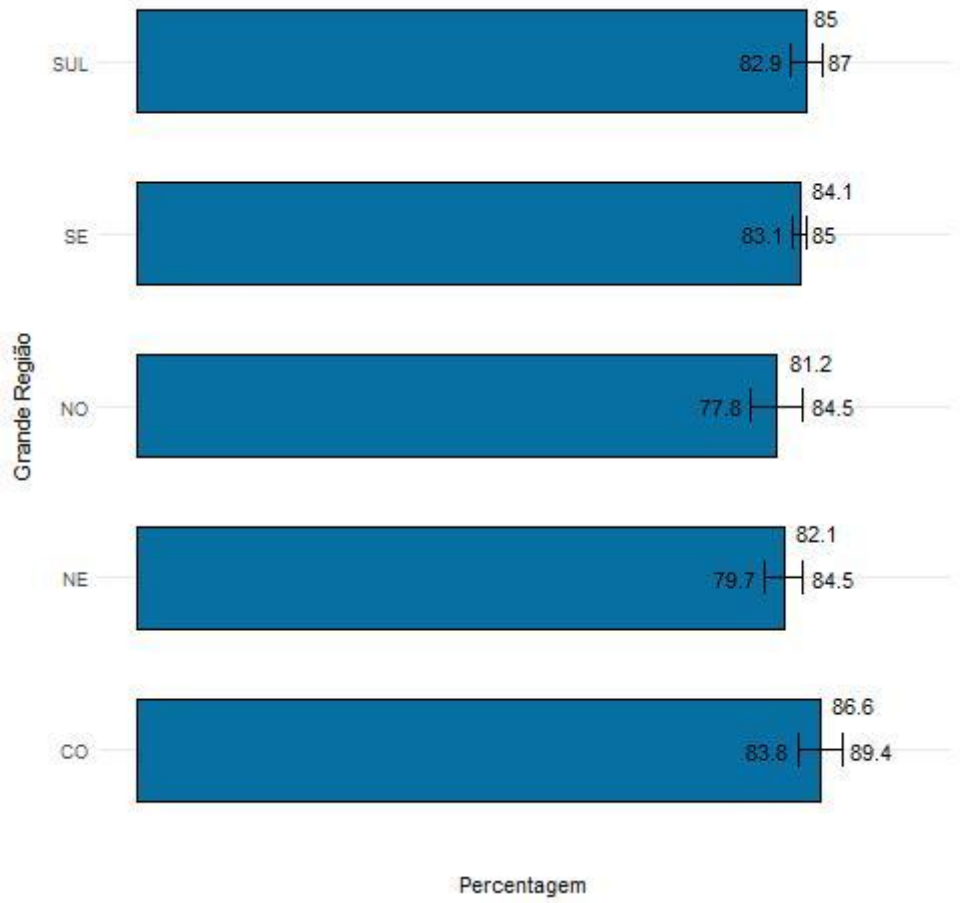


Gráfico 5.17 – Percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos "enunciados das questões da prova na parte de Componente Específico estavam claros e objetivos", por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

A maioria dos estudantes de todas as grandes regiões brasileiras considerou "claros e objetivos" todos ou a maioria dos enunciados das questões do Componente Específico da prova, percentual sempre maior ou igual a 81,2%. A maior porcentagem ocorreu na região Centro-Oeste (86,6%).

O Gráfico 5.18 traz mais resultados sobre a questão tratada no gráfico anterior, porém por quartos de desempenho.

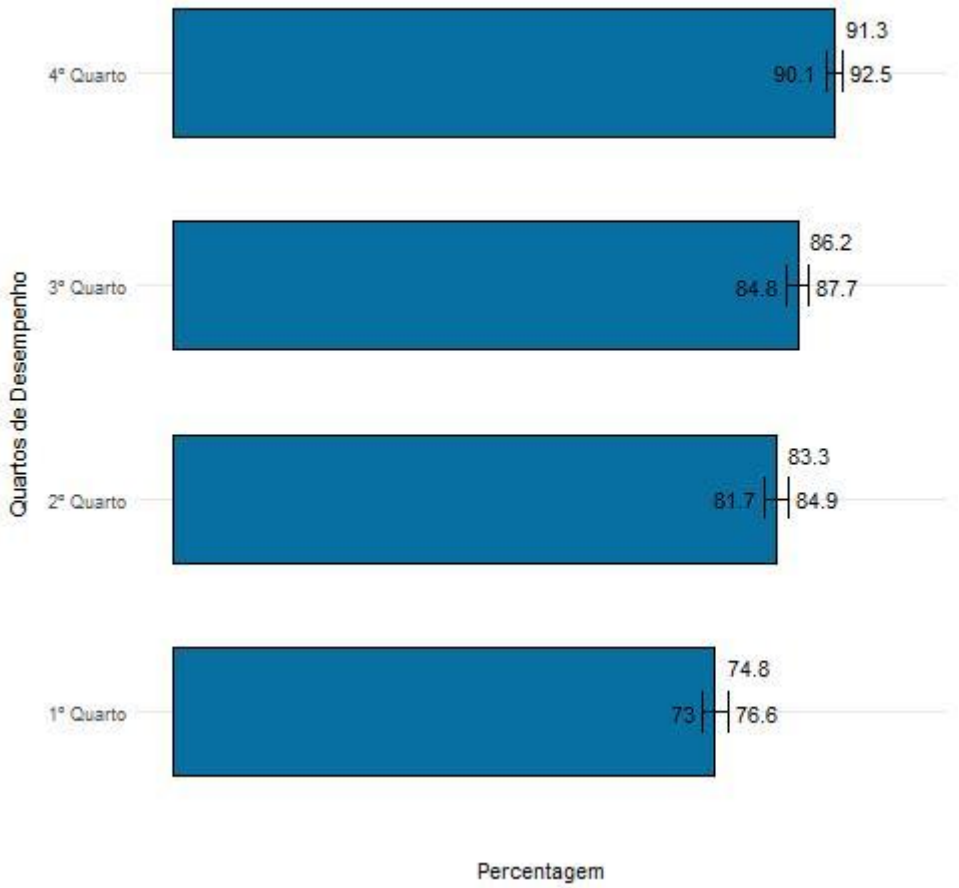


Gráfico 5.18 – Percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos "enunciados das questões da prova na parte de Componente Específico estavam claros e objetivos", por quartos de desempenho – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.18 mostram que a proporção de estudantes que consideraram os enunciados das questões "claros e objetivos" apresenta uma tendência crescente em relação ao aumento de desempenho: mais elevada no quarto superior (91,3%), se comparada ao quarto inferior de desempenho (74,8%).

O Gráfico 5.19 traz outros resultados também em relação à mesma questão retratada no gráfico anterior, porém por organização acadêmica das IES.

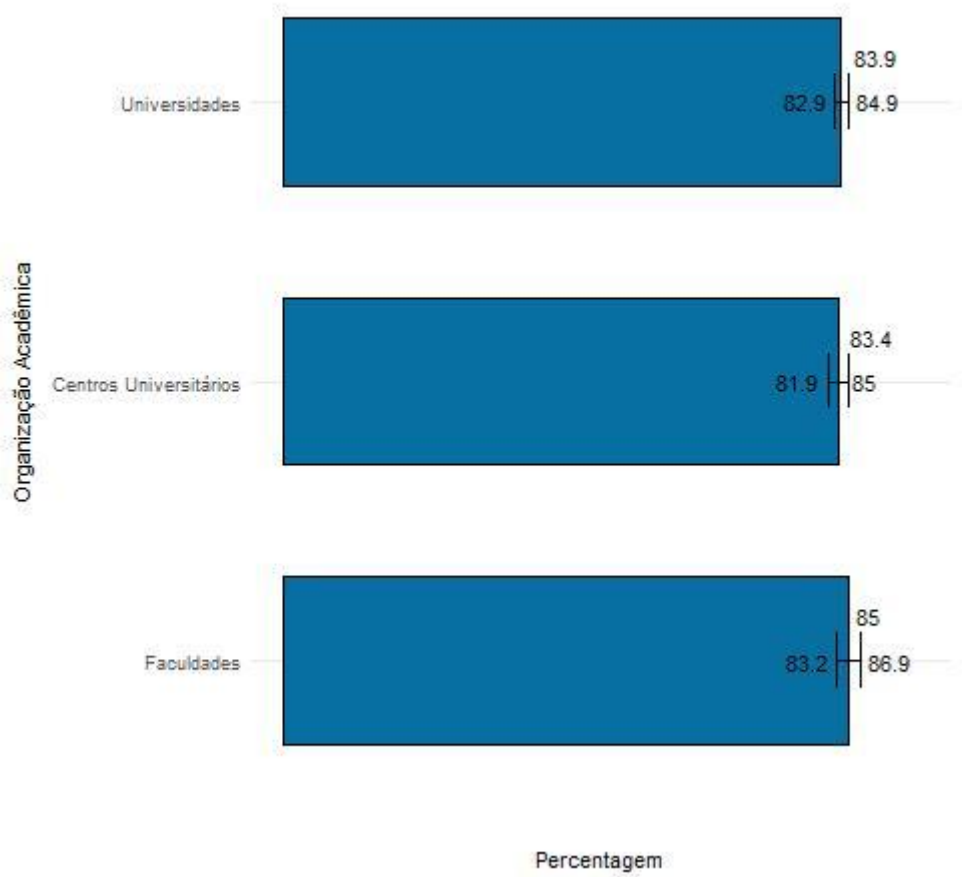


Gráfico 5.19 – Percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos "enunciados das questões da prova na parte de Componente Específico estavam claros e objetivos", por organização acadêmica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.19 mostram que a proporção dos presentes que consideraram que todos ou a maioria dos enunciados das questões do Componente Específico estavam "claros e objetivos" foi maior entre os estudantes de faculdades, atingindo 85,0%. Entre os estudantes de universidades e de centros universitários, essa proporção atingiu 83,9% e 83,4%, respectivamente.

O Gráfico 5.20 apresenta os dados por categoria administrativa das IES.

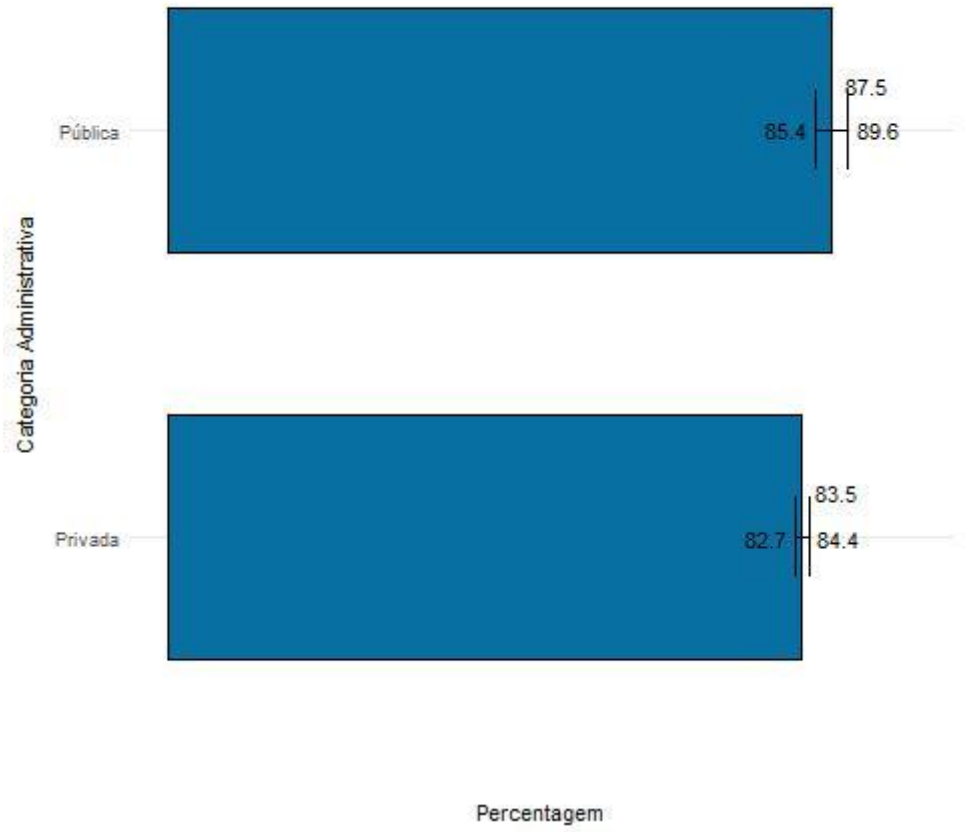


Gráfico 5.20 – Percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos "enunciados das questões da prova na parte de Componente Específico estavam claros e objetivos", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados do Gráfico 5.20 mostram que o percentual de estudantes que consideraram que todos ou a maioria dos enunciados das questões do Componente Específico estavam "claros e objetivos" foi maior entre os estudantes de cursos de IES públicas (87,5%) que entre os de IES privadas (83,5%).

5.4 SUFICIÊNCIA DAS INFORMAÇÕES/INSTRUÇÕES FORNECIDAS

O Gráfico 5.21 apresenta as respostas obtidas para a Questão 6: "As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?".

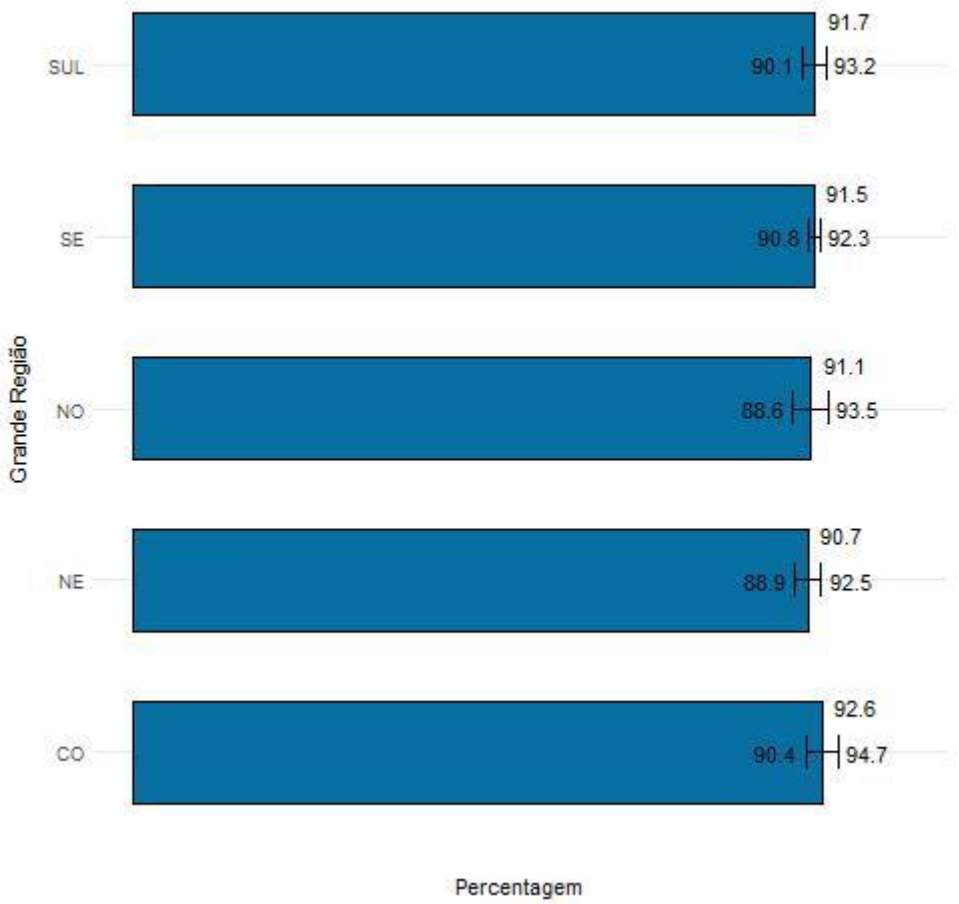


Gráfico 5.21 – Percentual de estudantes que consideraram com até excessivas ou suficientes em todas ou na maioria das questões "informações/instruções fornecidas para a resolução das mesmas", por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.21 e quanto à distribuição de respondentes pelas grandes regiões, observa-se que a proporção de estudantes que consideraram as informações/instruções fornecidas até excessivas ou suficientes em todas ou na maioria das questões foi sempre superior ou igual a 90,7% (observada na região Nordeste), chegando a 92,6%, na região Centro-Oeste.

O Gráfico 5.22 traz resultados sobre a questão tratada no gráfico anterior, porém por quartos de desempenho.

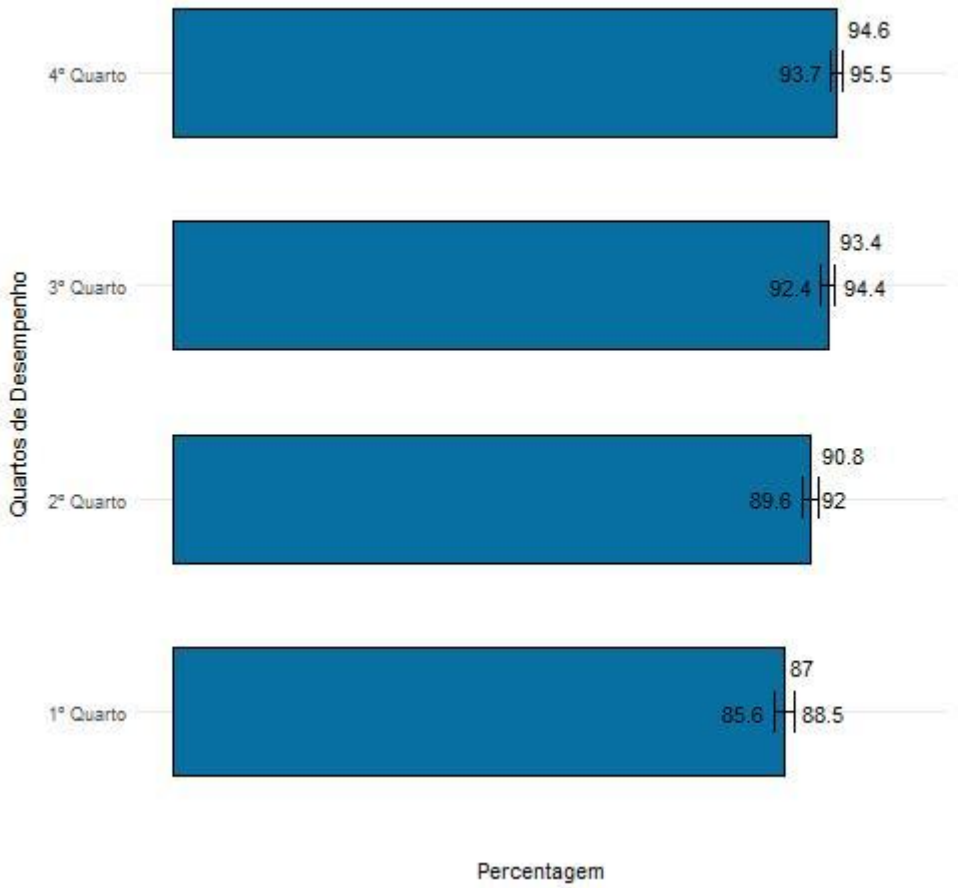


Gráfico 5.22 – Percentual de estudantes que consideraram como até excessivas ou suficientes em todas ou na maioria das questões "informações/instruções fornecidas para a resolução das mesmas", por Quartos de Desempenho – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.22, levando-se em conta o desempenho dos participantes, observa-se uma tendência crescente das proporções de participantes que avaliaram as informações/instruções como até excessivas ou suficientes em todas ou na maioria das questões. O percentual foi mais elevado no quarto superior (94,6%). Já no quarto inferior, a suficiência das informações/instruções declarada como até excessiva, em todas ou na maioria das questões foi percebida por 87,0% dos respondentes.

O Gráfico 5.23 traz outros resultados também em relação à mesma questão retratada no gráfico anterior, porém por organização acadêmica das IES.

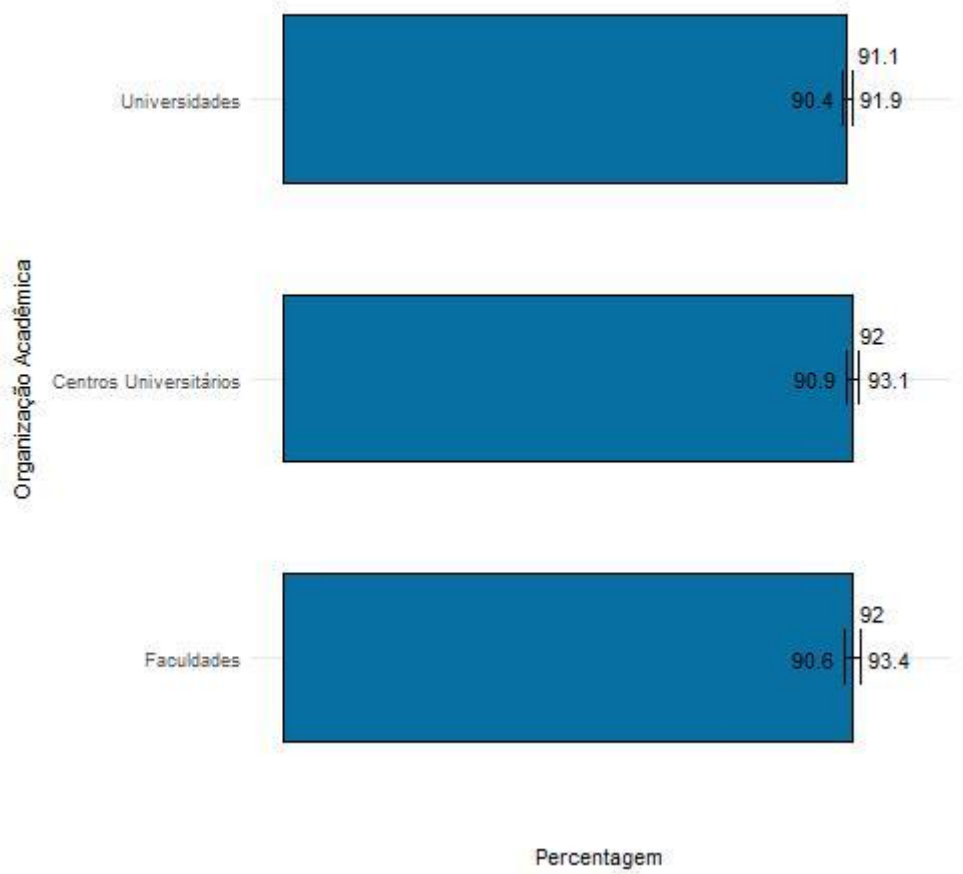


Gráfico 5.23 – Percentual de estudantes que consideraram com até excessivas ou suficientes em todas ou na maioria das questões "informações/instruções fornecidas para a resolução das mesmas", por organização acadêmica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.23, considerando-se as informações/instruções fornecidas para a resolução das questões (Questão 6), a proporção que considerou que essas eram até excessivas ou suficientes em todas ou na maioria das questões foram maiores entre os estudantes de centros universitários e faculdades, totalizando 92,0% em cada. As universidades foram as organizações acadêmicas em que houve a menor proporção: 91,1%.

O Gráfico 5.24 apresenta os dados por categoria administrativa das IES.

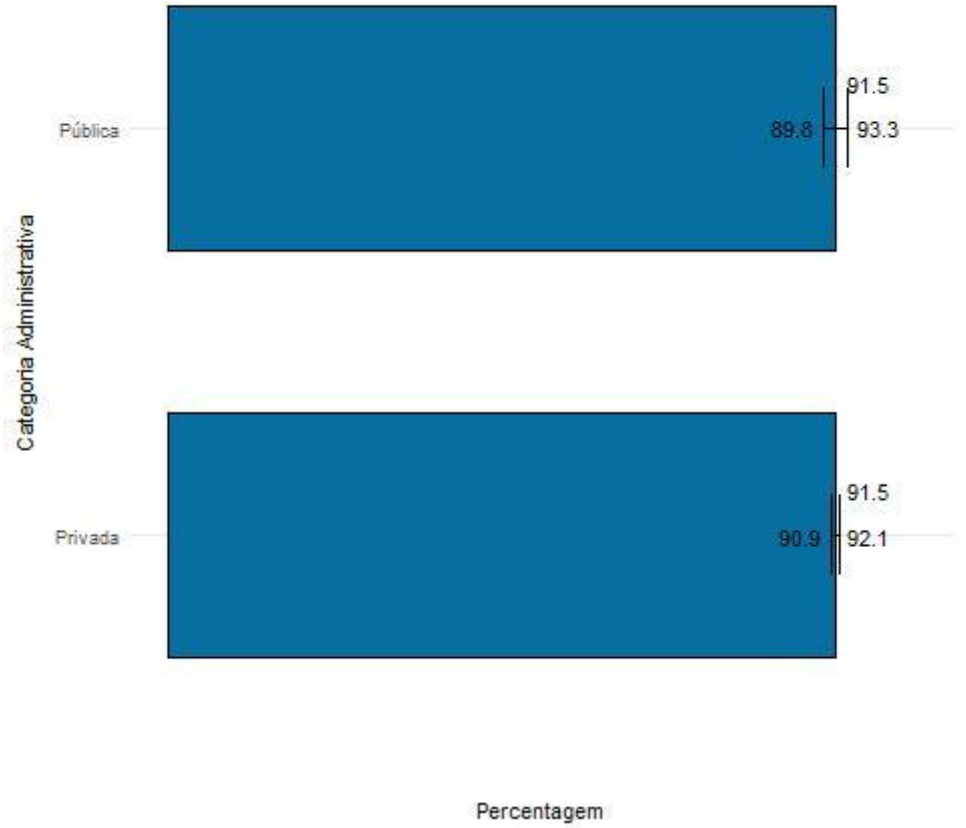


Gráfico 5.24 – Percentual de estudantes que consideraram com até excessivas ou suficientes em todas ou na maioria das questões "informações/instruções fornecidas para a resolução das mesmas", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.24, o percentual de estudantes que consideraram que as informações/instruções fornecidas para a resolução das questões eram até excessivas ou suficientes em todas ou na maioria das questões foi igual entre os estudantes de cursos de IES públicas e IES privadas com 91,5%.

5.5 DIFICULDADE ENCONTRADA AO RESPONDER À PROVA

O Gráfico 5.25 apresenta as respostas obtidas para a Questão 7: "Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova? Qual?".

Nos Gráficos 5.25 a 5.28, apresentados de forma sequenciada mais adiante, são expostos os percentuais de estudantes que apontaram o desconhecimento do conteúdo como "dificuldade ao responder à prova".

O Gráfico 5.25 apresenta as respostas obtidas sobre o desconhecimento do conteúdo como a principal "dificuldade ao responder à prova".

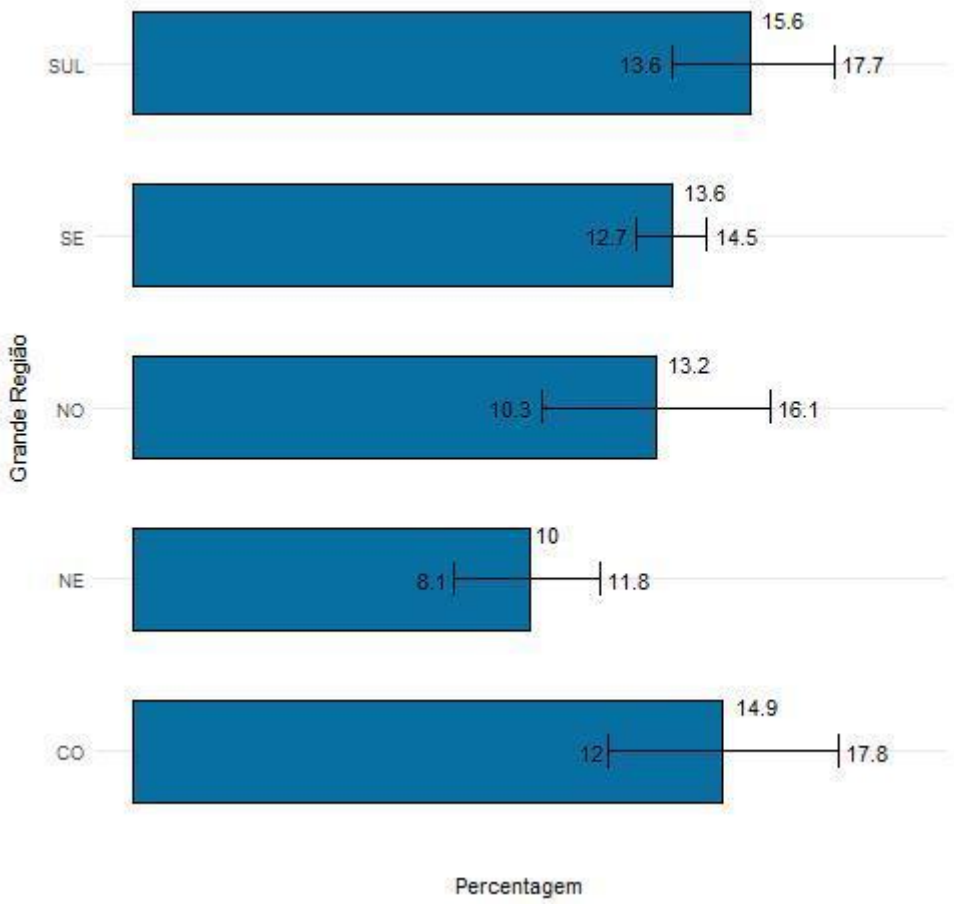


Gráfico 5.25 – Percentual de estudantes que consideraram o desconhecimento do conteúdo como a principal "dificuldade ao responder à prova", por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.25, o percentual de inscritos e presentes que apontaram o desconhecimento do conteúdo como "dificuldade ao responder à prova" não superou 10,0%. Os percentuais variaram de 10,0%, na região Nordeste, a 15,6%, na região Sul.

O Gráfico 5.26 traz resultados sobre o ponto tratado no gráfico anterior, porém por quartos de desempenho.

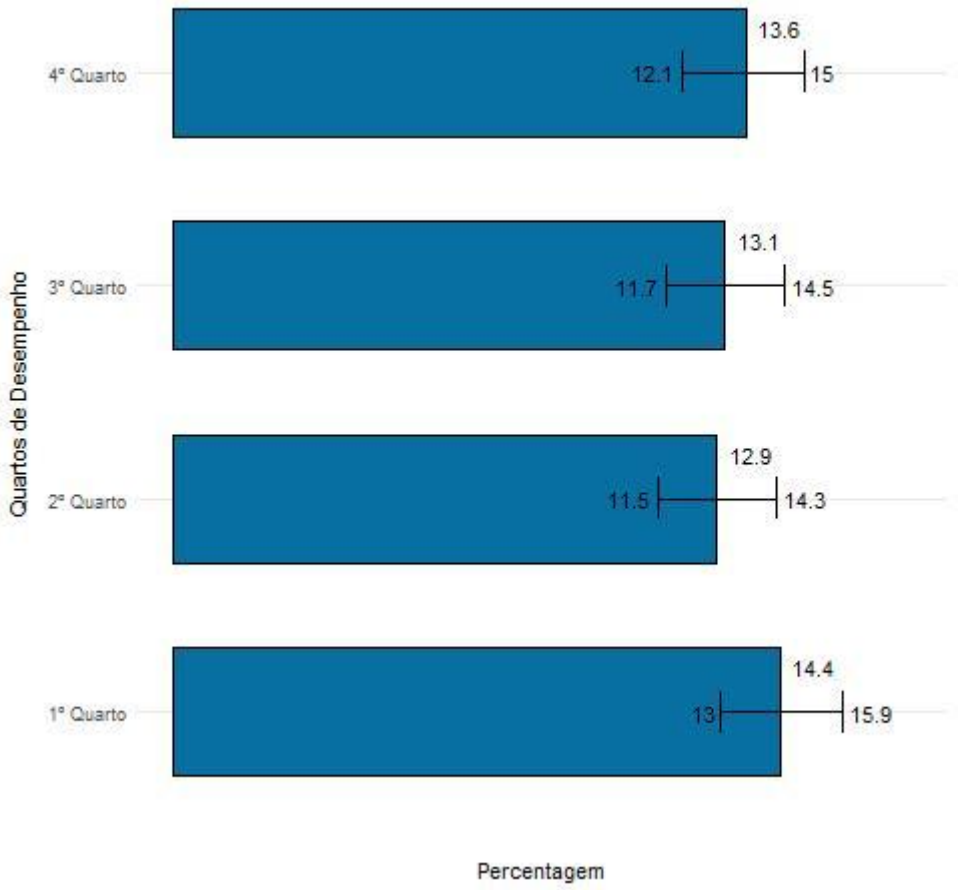


Gráfico 5.26 – Percentual de estudantes que consideraram o desconhecimento do conteúdo como a principal "dificuldade ao responder à prova", por quartos de desempenho – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.26, em relação aos quartos de desempenho, o desconhecimento do conteúdo foi a opção escolhida por 14,4% dos estudantes do quarto inferior e por 13,6% do quarto superior, sendo que o segundo quarto apresentou a menor percentagem de 12,9%.

O Gráfico 5.27 traz outros resultados também em relação à mesma questão retratada no gráfico anterior, porém por organização acadêmica das IES.

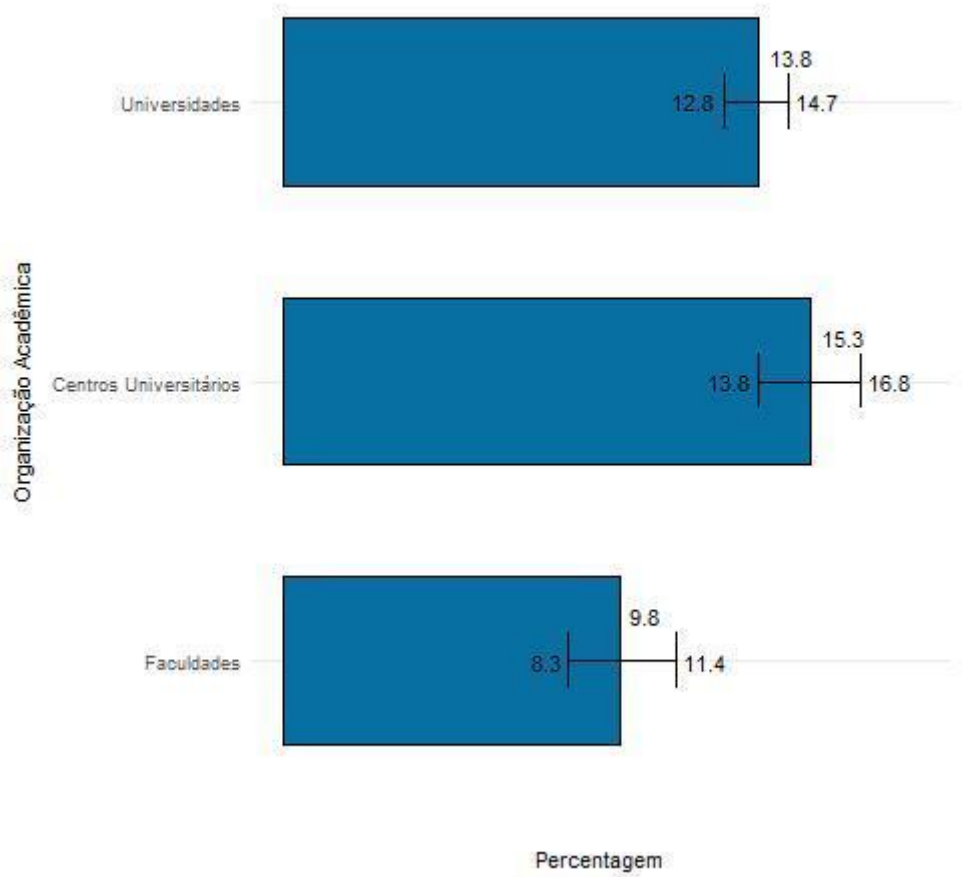


Gráfico 5.27 – Percentual de estudantes que consideraram o desconhecimento do conteúdo como a principal "dificuldade ao responder à prova", por organização acadêmica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.27, na análise por organização acadêmica, o percentual de inscritos e presentes que apontaram o desconhecimento do conteúdo como "dificuldade ao responder à prova" não superou 9,8%. Os percentuais variaram de 9,8%, nas faculdades, a 15,3%, nos centros universitários.

O Gráfico 5.28 apresenta os dados por categoria administrativa das IES.

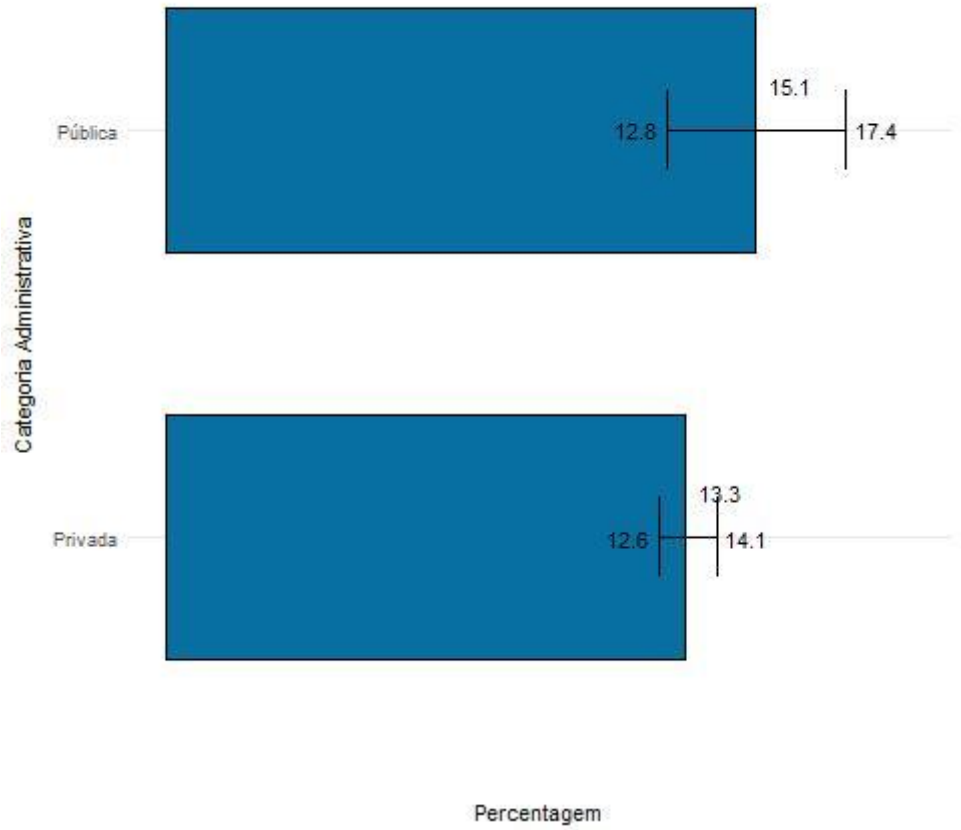


Gráfico 5.28 – Percentual de estudantes que consideraram o desconhecimento do conteúdo como a principal "dificuldade ao responder à prova", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.28, em relação às categorias administrativas, o desconhecimento do conteúdo foi a opção escolhida por 15,1% dos estudantes, nas IES públicas e 13,3% nas IES privadas.

5.6 CONTEÚDOS DAS QUESTÕES OBJETIVAS DA PROVA

O Gráfico 5.29 apresenta as respostas obtidas para a Questão 8: “Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que não estudou ainda a maioria desses conteúdos?”.

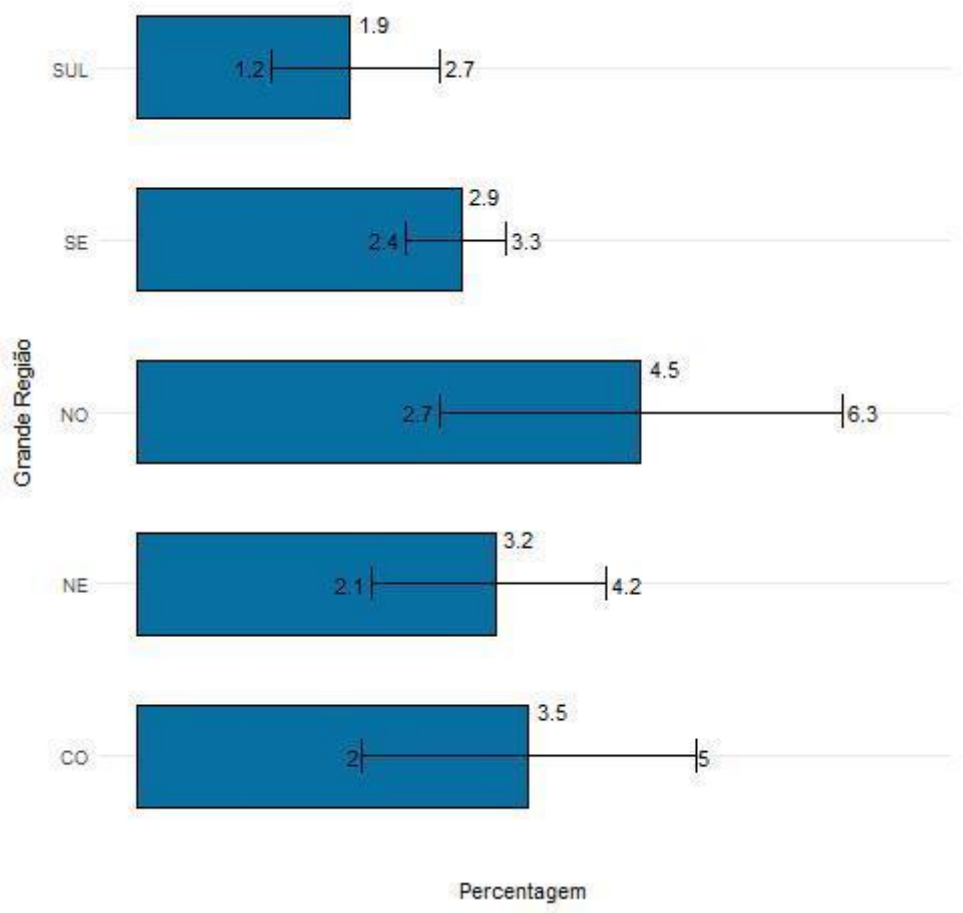


Gráfico 5.29 – Percentual de estudantes que informaram que não estudaram ainda a maioria desses conteúdos, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Na análise por grande região, a proporção de respondentes que escolheram a opção não estudou ainda a maioria desses conteúdos foi pequena. Observa-se que, nas regiões Norte (4,5%) e Centro-oeste (3,5%), as proporções foram ligeiramente maiores. Nas regiões Sul e Sudeste, a situação foi inversa, com proporções mais baixas, correspondendo a, respectivamente, 1,9% e 2,9%. A região Nordeste ficou com a proporção de 3,2%.

O Gráfico 5.30 traz resultados sobre a questão tratada no gráfico anterior, porém por quartos de desempenho.

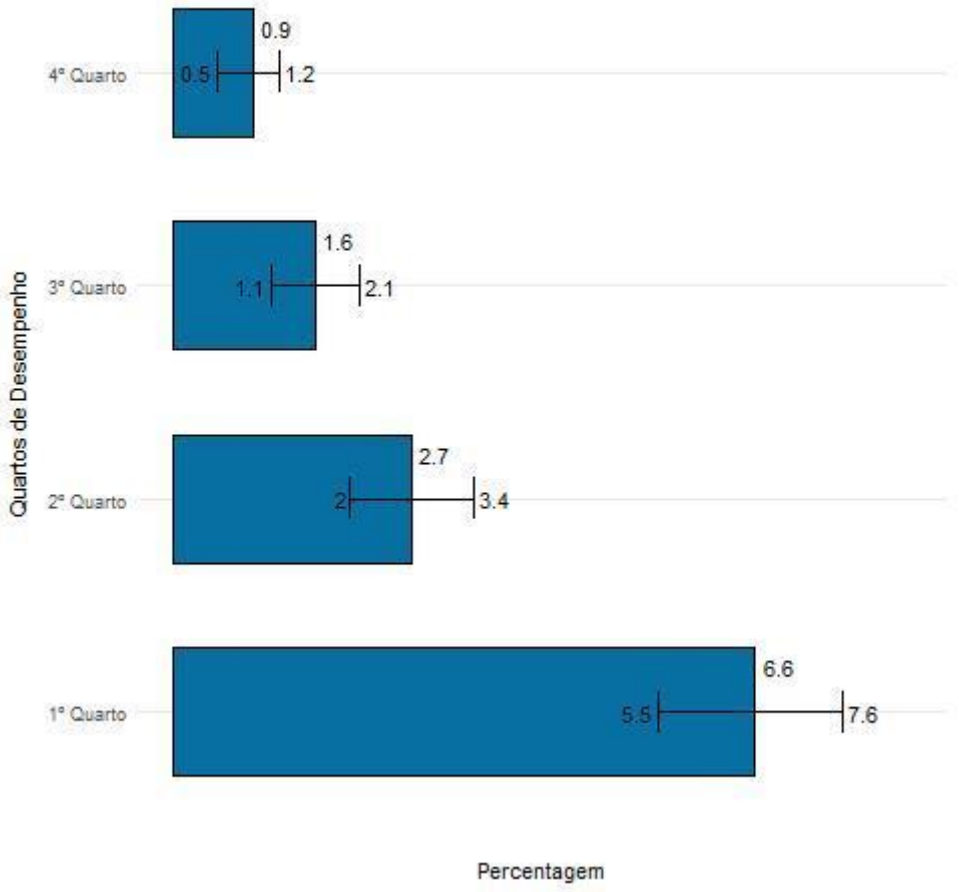


Gráfico 5.30 – Percentual de estudantes que informaram que não estudaram ainda a maioria desses conteúdos, por quartos de desempenho – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.30, considerando-se separadamente as opiniões dos estudantes dos quatro quartos de desempenho, observa-se que, no quarto inferior, 6,6% ofereceram como resposta que não estudaram ainda a maioria desses conteúdos, sendo 0,9% os do quarto superior com a mesma resposta.

O Gráfico 5.31 traz outros resultados também em relação à mesma questão retratada no gráfico anterior, porém por organização acadêmica das IES.

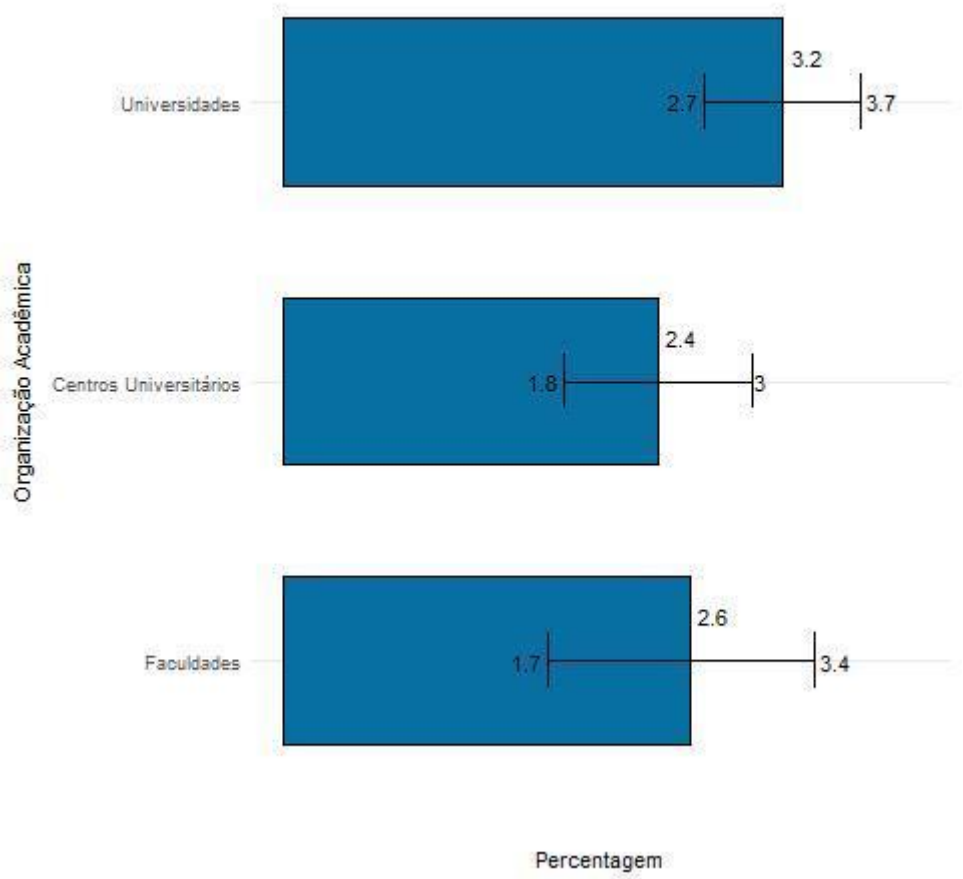


Gráfico 5.31 – Percentual de estudantes que informaram que não estudaram ainda a maioria desses conteúdos, por organização acadêmica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.31, na análise por organização acadêmica, a proporção de respondentes que escolheram a opção “não estudou ainda a maioria desses conteúdos” foi pequena. Observa-se que as proporções nas faculdades (2,6%) e nos centros universitários (2,4%) foram menores. Nas universidades, a proporção é mais alta, com 3,2%.

O Gráfico 5.32 apresenta os dados por categoria administrativa das IES.

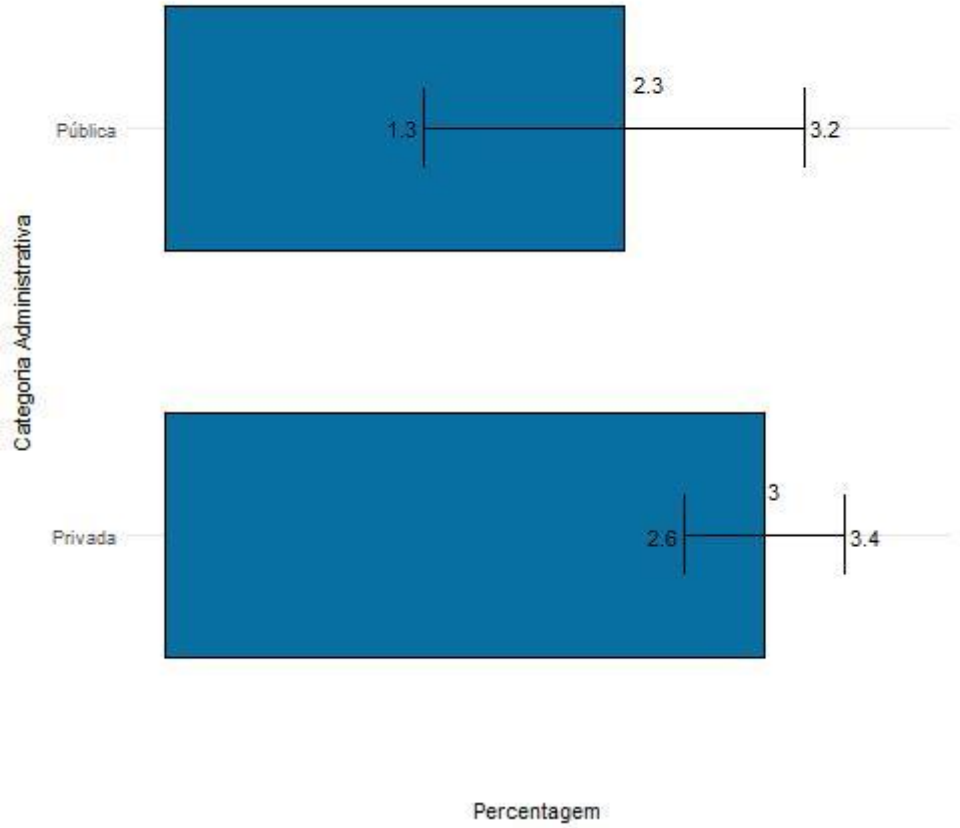


Gráfico 5.32 – Percentual de estudantes que informaram que não estudaram ainda a maioria desses conteúdos, por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.32, em relação às categorias administrativas, observa-se que, nas IES públicas, 2,3% ofereceram como resposta que não estudou ainda a maioria desses conteúdos, sendo 3,0% nas IES privadas com a mesma resposta.

5.7 TEMPO GASTO PARA CONCLUIR A PROVA

O Gráfico 5.33 apresenta as respostas obtidas para a Questão 9: "Qual foi o tempo gasto por você para concluir a prova?".

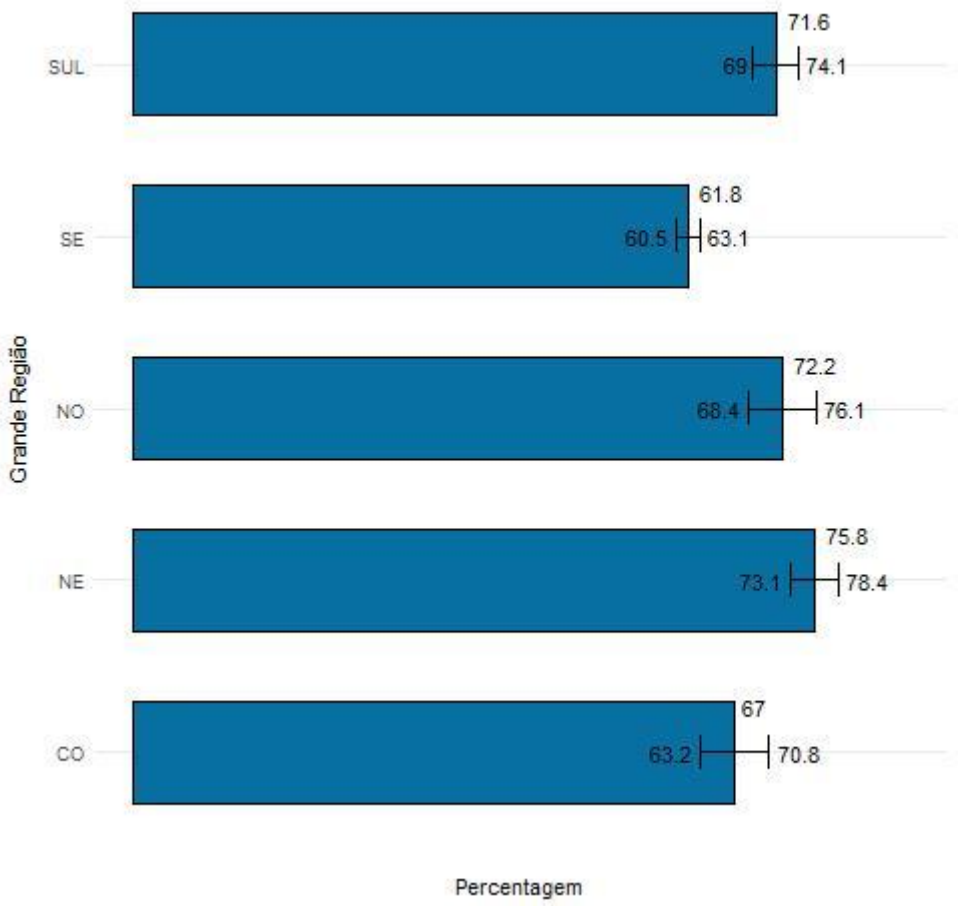


Gráfico 5.33 – Percentual de estudantes que perceberam que gastaram de duas a quatro horas "para concluir a prova", por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Considerando-se as cinco grandes regiões brasileiras, os percentuais dos que utilizaram entre duas e quatro horas para finalizar a prova foram, nas regiões Sul e Nordeste, respectivamente 71,6% e 75,8% (maior valor). Na região Norte, o percentual de estudantes que dispensaram entre duas e quatro horas para concluir a prova foi 72,2% e, na região Centro-Oeste, 67,0%. A região Sudeste apresentou o menor percentual (61,8%).

O Gráfico 5.34 traz resultados sobre a questão tratada no gráfico anterior, porém por quartos de desempenho.

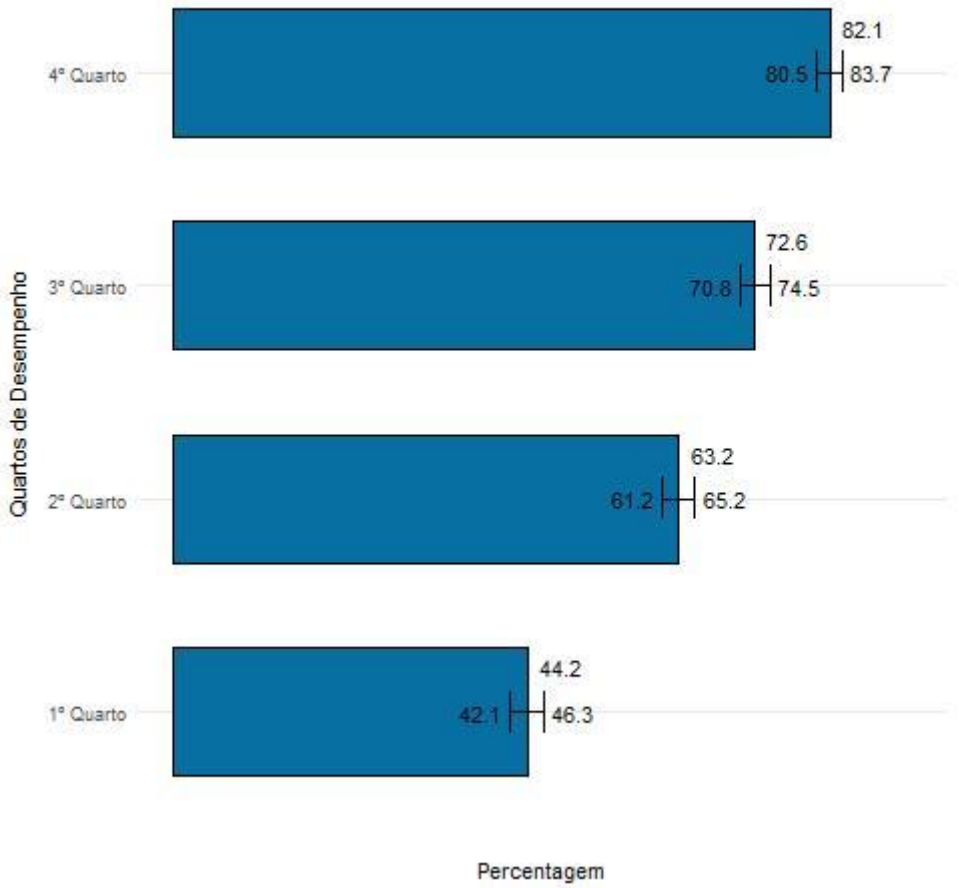


Gráfico 5.34 – Percentual de estudantes que perceberam que gastaram de duas a quatro horas "para concluir a prova", por quartos de desempenho – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.34, uma vez analisadas as alternativas escolhidas pelos estudantes que se situam nos diferentes quartos de desempenho, observa-se uma tendência crescente: uma proporção maior de participantes no quarto superior (82,1%) declarou ter gasto, "Entre duas e quatro horas", para concluir a prova quando comparada com a proporção de participantes nos quartos inferiores (44,2%).

O Gráfico 5.35 traz outros resultados também em relação à mesma questão retratada no gráfico anterior, porém por organização acadêmica das IES.

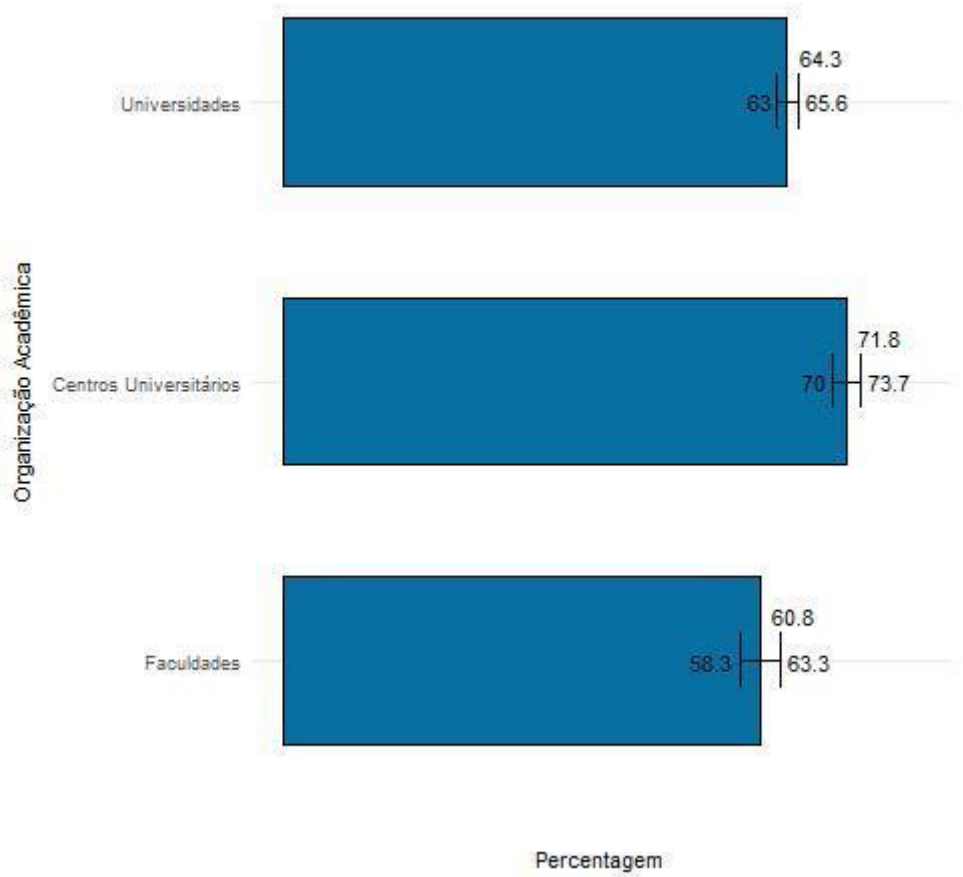


Gráfico 5.35 – Percentual de estudantes que perceberam que gastaram de duas a quatro horas "para concluir a prova", por organização acadêmica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.35, na análise por organização acadêmica, os percentuais dos que utilizaram "Entre duas e quatro horas para finalizar a prova" foram de 71,8% nos centros-universitários; 60,8% nas faculdades e 64,3% nas universidades.

O Gráfico 5.36 apresenta os dados por categoria administrativa das IES.

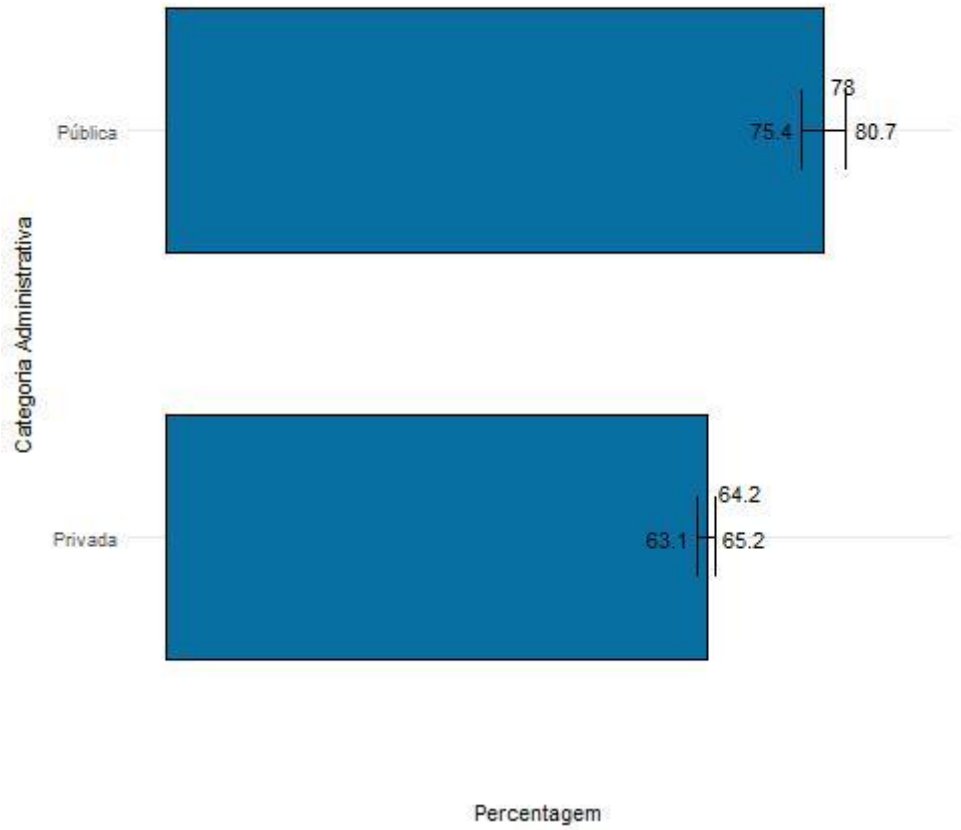


Gráfico 5.36 – Percentual de estudantes que perceberam que gastaram de duas a quatro horas "para concluir a prova", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados do Gráfico 5.36, em relação às categorias administrativas, observa-se que, nas IES públicas, 78,0% declararam ter gasto "Entre duas e quatro horas para concluir a prova", sendo 64,2% dos estudantes das IES privadas com a mesma resposta.

Os resultados do Enade 2022, apresentados neste capítulo, contribuem para o entendimento de que a consideração da percepção dos estudantes concluintes sobre a prova do Enade é importante tanto para a compreensão do seu desempenho como para a reflexão sistemática e constante a respeito de determinadas realidades relacionadas a esse mesmo desempenho, no país. Por outro lado, como todos os elementos do trabalho pedagógico institucional mostram-se diretamente relacionados com o desempenho dos estudantes, também ganha relevância conhecer e analisar os resultados da percepção dos coordenadores de curso sobre a mesma prova. As informações expressas por estudantes e coordenadores sobre questões diversas associadas aos dois componentes da prova – Formação Geral e Componente Específico – podem agregar valor em ações institucionais voltadas para o aperfeiçoamento do instrumento avaliativo, considerando os vários elementos envolvidos em sua elaboração.

Neste contexto, é relevante que os resultados das percepções de estudantes e coordenadores sobre a prova do Enade ganhem peso como um elemento a mais nas análises da oferta dos cursos nas modalidades presencial e a distância, em nível nacional. Espera-se, assim, que, em uma visão formativa de avaliação, o conhecimento e a análise desses resultados possam vir a contribuir para a construção de alternativas institucionais que venham a induzir a qualidade da educação superior.

CAPÍTULO 6
DISTRIBUIÇÃO DE CONCEITOS

A finalidade deste capítulo é apresentar um panorama nacional sobre a distribuição do Conceito Enade 2022. Para traçar esse panorama recorre-se a tabelas e gráficos, que são acompanhados de comentários e análises que contribuem para a contextualização dos dados neles expostos.

Para visualizar o panorama do Enade/2022, em nível nacional, na primeira seção do capítulo, os dados sobre o número de cursos participantes são organizados por grande região. Na segunda, o mapeamento do conceito do exame é feito por categoria administrativa das IES e modalidade de oferta dos cursos, de maneira cruzada às grandes regiões. Na última seção, a lógica de apresentação dos dados é feita por organização acadêmica e, também, grande região de funcionamento dos cursos, no país como um todo.

6.1 PANORAMA NACIONAL DA DISTRIBUIÇÃO DOS CONCEITOS

A lógica adotada na apresentação dos dados, nesta seção e nas duas seguintes, pressupõe o registro de duas informações de natureza reiterativa. O primeiro diz respeito aos valores possíveis do Enade, que variam em níveis de 1 a 5, sendo que à medida que esses valores aumentam, o curso é melhor avaliado e ao fato de que aqueles cursos com somente um ou sem nenhum concluinte participante não obtêm o Conceito Enade, ficando Sem Conceito (SC), como ressaltado na Apresentação desse relatório. O segundo registro é que a diferença entre os cursos tabulados neste capítulo e no Capítulo 3 corresponde aos cursos que não foram avaliados, ou seja, àqueles, em princípio, sem estudantes concluintes que tivessem sido inscritos para a prova.

Na Tabela 6.1, são apresentadas a quantidade e a distribuição de cursos de Publicidade e Propaganda participantes do Enade/2022, por faixa de conceito e grande região.

Tabela 6.1 – Distribuição absoluta e percentual na coluna de cursos participantes, por grande região, segundo o Conceito Enade – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Grande região											
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL	
Conceito Enade	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	345	100,0	28	100,0	46	100,0	14	100,0	188	100,0	69	100,0
SC	23	6,7	1	3,6	4	8,7	2	14,3	11	5,9	5	7,2
1	7	2,0	0	0,0	1	2,2	0	0,0	6	3,2	0	0,0
2	47	13,6	2	7,1	10	21,7	1	7,1	28	14,9	6	8,7
3	154	44,6	14	50,0	18	39,1	8	57,1	86	45,7	28	40,6
4	85	24,6	9	32,1	9	19,6	2	14,3	44	23,4	21	30,4
5	29	8,4	2	7,1	4	8,7	1	7,1	13	6,9	9	13,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Observando-se os dados da Tabela 6.1, nota-se que, dos 345 cursos participantes, 154 (44,6%) classificaram-se com conceito 3, o valor modal. Esse foi também o conceito modal em todas as regiões: Nordeste (39,1%), Norte (57,1%), Sudeste (45,7%), Sul (40,6%) e Centro-Oeste (50,0%). O conceito 4 foi o segundo mais frequente em nível nacional (24,6%, correspondendo a 85 cursos), tendo sido o segundo conceito mais frequente na maioria das regiões, exceto no Nordeste. O conceito 2 foi o terceiro (13,6%, correspondendo a 47 cursos). Houve, ainda, 29 cursos (8,4%) que receberam o conceito 5, e 7 cursos (2,0%) que receberam o conceito 1. Dos 345 cursos de Publicidade e Propaganda, 23 (6,7%) ficaram Sem Conceito (SC).

A região Norte participou com 14 cursos, o correspondente a 4,1% do total nacional. Desses, oito cursos receberam o conceito 3, o que equivale a 57,1% do total regional, o conceito modal na região, como já comentado. A um curso (7,1%) atribuiu-se o conceito 2, a dois cursos (14,3%), o conceito 4 e, a um curso (7,1%), o conceito 5. Dois cursos ficaram Sem Conceito (SC) e nenhum obteve conceito 1.

A região Nordeste participou com 46 cursos, o correspondente a 13,3% do total nacional. Nessa região, 18 cursos (39,1% em termos regionais) obtiveram conceito 3, o conceito modal para a região, como já comentado. Os conceitos 1 e 2 foram atribuídos, respectivamente, a 1 e a 10 cursos (2,2% e 21,7%, respectivamente). Ainda nessa região, 9 cursos (19,6%) foram avaliados com o conceito 4, e quatro cursos (8,7%) foram avaliados com o conceito 5. Outros quatro cursos ficaram Sem Conceito (SC).

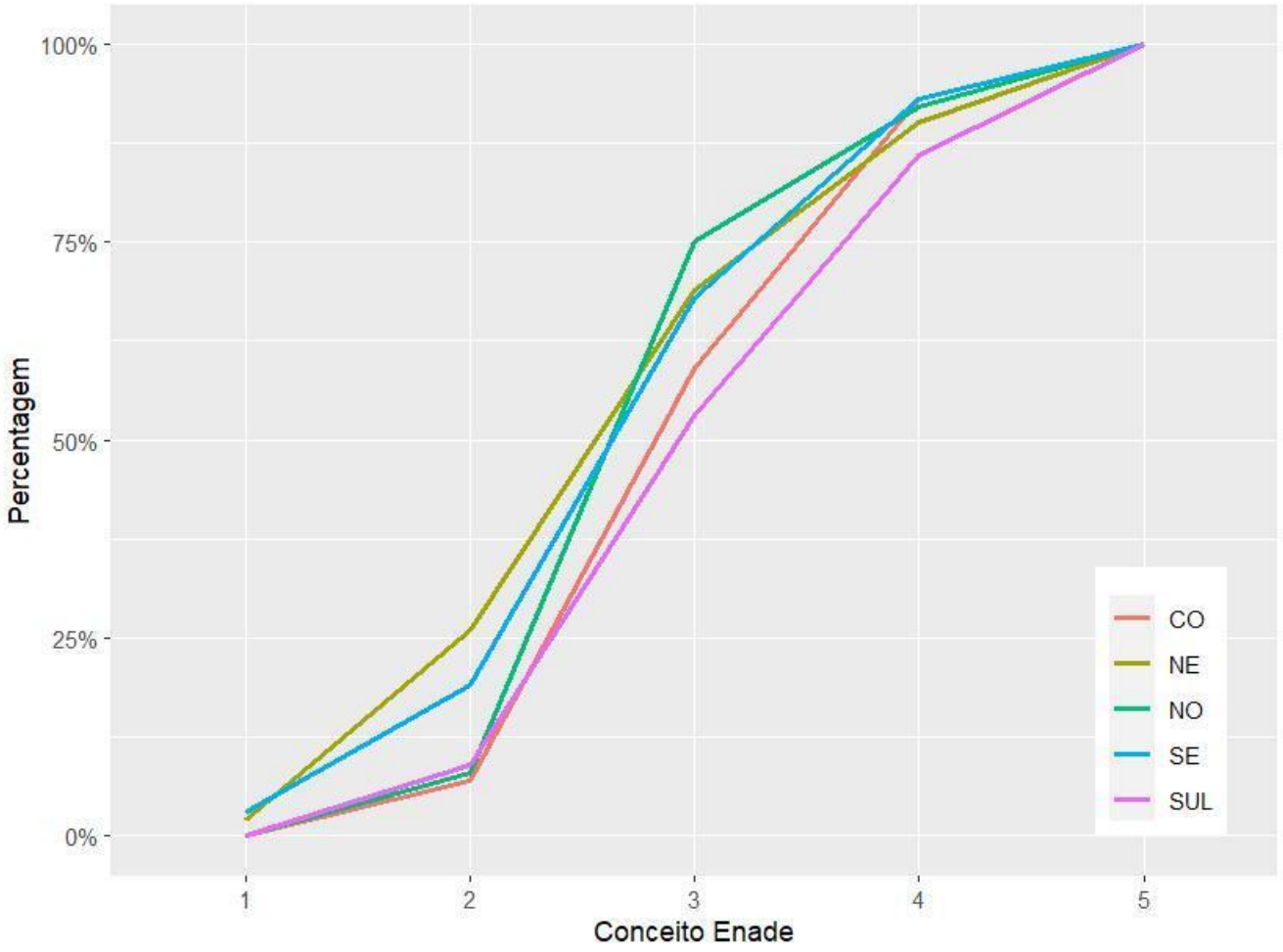
Para os 188 cursos participantes da região Sudeste (54,5% do total nacional), o conceito 3 foi o conceito modal, como já anteriormente assinalado, tendo sido obtido por 86 cursos (45,7%). O conceito 1 foi atribuído a seis cursos (3,2%), e o conceito 2, a 28 cursos (14,9%). Receberam os conceitos 4 e 5, respectivamente, 44 cursos (23,4%) e 13 cursos (6,9%). Nessa região, 11 cursos ficaram Sem Conceito (SC).

Os 69 cursos da região Sul corresponderam a 20,0% do total nacional. Como já indicado, houve predominância do conceito 3 (conceito modal), atribuído a 40,6% dos cursos da região, ou seja, atribuído a 28 dos 69 cursos participantes na região Sul. O conceito 2 foi atribuído a seis cursos (8,7%); o conceito 4, a 21 cursos (30,4%); e o conceito 5, a nove cursos (13,0%). Na região Sul, cinco cursos ficaram Sem Conceito (SC) e nenhum obteve conceito 1.

Já dos 28 cursos participantes na região Centro-Oeste (8,1% do total nacional), 14 (50,0% em termos regionais) receberam conceito 3, o conceito modal, como já destacado. Dois cursos (7,1%) obtiveram o conceito 2, nove cursos (32,1%) obtiveram o conceito 4, e outros dois (7,1%), o conceito 5. Nessa região, nenhum curso obteve o conceito 1 e apenas um ficou Sem Conceito (SC).

Em um gráfico de distribuição cumulativa, em cada valor de abscissa (eixo x), o valor apresentado no eixo das ordenadas (eixo y) é o valor acumulado da variável (Conceito Enade). Em linhas gerais, em um gráfico desta mesma tipologia, poligonais mais à esquerda representam, no caso dos dados apresentados nesta seção, as grandes regiões com a pior distribuição, e poligonais mais à direita, as grandes regiões com os melhores conceitos.

A partir destas diretrizes, no Gráfico 6.1, é apresentada a distribuição cumulativa do Conceito Enade, segundo a grande região.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 6.1 – Distribuição cumulativa do Conceito Enade, segundo a grande região – Publicidade e Propaganda – Enade/2022

Nesse gráfico, poligonais mais à esquerda representam Conceito Enade mais baixos, e poligonais mais à direita, Conceito Enade mais altos.

6.2 CONCEITOS POR CATEGORIA ADMINISTRATIVA, MODALIDADE DE OFERTA DOS CURSOS E GRANDE REGIÃO

Na Tabela 6.2, é apresentada a distribuição dos cursos de Publicidade e Propaganda participantes do Enade/2022, por categoria administrativa e modalidade de oferta, de acordo com os conceitos por eles alcançados, segundo as grandes regiões brasileiras.

Tabela 6.2 – Total de cursos participantes, por categoria administrativa e por modalidade de oferta, segundo a grande região e o Conceito Enade – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

			Categoria Administrativa		Modalidade de Oferta	
Grande Região	Conceito Enade	Total	Públicas	Privadas	Presencial	A Distância
Brasil		345	30	315	329	16
	SC	23	0	23	20	3
	1	7	0	7	7	0
	2	47	2	45	46	1
	3	154	7	147	144	10
	4	85	12	73	83	2
	5	29	9	20	29	0
CO		28	3	25	27	1
	SC	1	0	1	1	0
	1	0	0	0	0	0
	2	2	0	2	2	0
	3	14	1	13	13	1
	4	9	1	8	9	0
	5	2	1	1	2	0
NE		46	8	38	46	0
	SC	4	0	4	4	0
	1	1	0	1	1	0
	2	10	1	9	10	0
	3	18	1	17	18	0
	4	9	4	5	9	0
	5	4	2	2	4	0
NO		14	1	13	10	4
	SC	2	0	2	2	0
	1	0	0	0	0	0
	2	1	0	1	0	1
	3	8	0	8	5	3
	4	2	1	1	2	0
	5	1	0	1	1	0
SE		188	10	178	185	3
	SC	11	0	11	10	1
	1	6	0	6	6	0
	2	28	1	27	28	0
	3	86	3	83	85	1
	4	44	3	41	43	1
	5	13	3	10	13	0
SUL		69	8	61	61	8
	SC	5	0	5	3	2
	1	0	0	0	0	0
	2	6	0	6	6	0
	3	28	2	26	23	5
	4	21	3	18	20	1
	5	9	3	6	9	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com as informações da Tabela 6.2, dos 345 cursos participantes, 315 (91,3%) eram ministrados em instituições privadas, e 30 (8,7%), em instituições públicas. Quanto à modalidade de oferta, 16 cursos eram a distância, e 329, Presenciais.

Ainda conforme as informações da mesma tabela, em termos nacionais, entre instituições públicas e privadas, observa-se que, dos 29 cursos avaliados com conceito 5, 9 foram oferecidos em IES públicas, e 20, em IES privadas. Dos 315 cursos participantes de IES privadas, o conceito 3 foi o valor modal, atribuído a 147 cursos (46,7%). Dos demais cursos de instituições privadas participantes, sete cursos (2,2%) foram avaliados com o conceito 1, 45 cursos (14,3%) foram avaliados com o conceito 2, 73 cursos (23,2%) foram avaliados com o conceito 4 e, 20 cursos (6,4%), com o conceito 5. Nessa categoria, 23 cursos (7,3%) ficaram Sem Conceito (SC).

Na rede pública, o conceito modal foi o 4, atribuído a 12 cursos, o correspondente a 40,0% dos 30 cursos da categoria. Dos demais cursos participantes, dois (6,7%) receberam o conceito 2, e sete (23,3%), o conceito 3. O conceito 5 foi atribuído a 9 cursos (30,0%), como já comentado. Nessa categoria administrativa, nenhum curso ficou Sem Conceito (SC) ou com conceito 1.

Dos 329 cursos participantes da modalidade presencial, o conceito 3 foi o valor modal, atribuído a 144 cursos (43,8%). Dos demais cursos nessa modalidade de oferta, sete cursos (2,1%) receberam o conceito 1; 46 cursos (14,0%) receberam o conceito 2; 83 cursos (25,2%), o conceito 4; e 29 cursos (8,8%), o conceito 5. Nessa modalidade de oferta, 20 cursos (6,1%) ficaram Sem Conceito (SC).

Dos 16 cursos participantes da modalidade a distância, o conceito 3 foi o valor modal, atribuído a 10 cursos (62,5%). Dos demais cursos nessa modalidade de oferta, 1 curso (6,2%) recebeu o conceito 2; 2 cursos (12,5%) receberam o conceito 4; e nenhum curso recebeu conceito 1 ou 5. Nessa modalidade de oferta, três cursos (18,7%) ficaram Sem Conceito (SC).

Na análise por região, observa-se, que, na região Norte, as instituições públicas participaram com apenas um curso, o qual obteve conceito 4. As instituições privadas participaram com 13 cursos na região Norte (92,8% do total regional), e dois cursos ficaram Sem Conceito (SC). O conceito modal nas instituições privadas na região foi o 3, atribuído a 8 cursos, o correspondente a 61,5% dessa categoria na região. Os conceitos 2, 4 e 5 foram atribuídos a um curso, cada e, o conceito 1, não foi atribuído a nenhum curso.

Dos cursos oferecidos na região Norte, 10 eram presenciais, e dois ficaram Sem conceito (SC). Dos 10 cursos oferecidos, cinco obtiveram o conceito 3 (modal); 2, o conceito 4 e um, o conceito 5. Os conceitos 1 e 2 não foram atribuídos a nenhum curso na região Norte e na modalidade presencial. Quatro

eram na modalidade a distância, tendo três recebido o conceito modal 3 e o outro , o conceito 2. Nenhum curso ficou Sem Conceito (SC) ou recebeu os demais conceitos.

Na região Nordeste, a rede privada concentra 38 dos 46 cursos participantes, o equivalente a 82,6% do total da região. Entre os cursos oferecidos por IES privadas no Nordeste, 17 cursos foram avaliados com conceito 3, o conceito modal. Um curso obteve o conceito 1; nove, o conceito 2; cinco, o conceito 4; e dois cursos obtiveram o conceito 5. Nessa categoria administrativa e grande região, quatro cursos ficaram Sem Conceito (SC). As instituições públicas da região Nordeste participaram com 8 cursos (17,4% do total da região). Desses, 4 (50,0%) obtiveram conceito 4, o valor modal, seguidos por 2 cursos, que receberam o conceito 5. Os conceitos 2 e 3 foram atribuídos a 1 curso cada. Nenhum curso ficou Sem Conceito (SC) ou com conceito 1 nessa região.

Dos cursos oferecidos na região Nordeste, todos (46) eram presenciais: quatro ficaram Sem conceito (SC), um obteve com o conceito 1; 10, com o conceito 2; 18, com o conceito 3, o valor modal; nove, com o conceito 4; e quatro, com o conceito 5.

Na região Sudeste, a proporção de cursos da rede privada, 94,7%, correspondeu a 178 dos 188 cursos participantes. Nessa combinação de categoria administrativa e grande região, o conceito modal foi o 3, atribuído a 83 cursos. 11 cursos ficaram Sem Conceito (SC). Os demais foram avaliados com os seguintes conceitos: 1 (seis cursos), 2 (27 cursos), 4 (41 cursos) e 5 (10 cursos). Dos 10 cursos oferecidos por instituições públicas na região Sudeste, três cursos foram atribuídos aos conceitos 3, 4 e 5, cada. Um curso obteve conceito 2 e nenhum dos cursos ficou Sem Conceito (SC) ou com conceito 1.

Também na região Sudeste, grande parcela dos cursos (98,4%) foi oferecida na modalidade presencial: 185 de 188 cursos. Para esses, a moda foi o conceito 3, com 85 cursos. Os demais cursos presenciais da região foram alocados nos conceitos 1 (seis cursos), 2 (28 cursos), 4 (43 cursos) e 5 (13 cursos). Ficaram Sem Conceito (SC) 10 cursos presenciais na região Sudeste. Na região Sudeste, apenas 3 cursos foram oferecidos na modalidade a distância, tendo sido um curso com conceito 3; outro com conceito 4; e um ficou Sem Conceito (SC).

As instituições privadas concentraram 61 dos 69 cursos participantes da região Sul, 88,4% do total regional. Desses, 26 cursos obtiveram conceito 3, o conceito modal. Nessa combinação de categoria administrativa e grande região, seis cursos receberam o conceito 2; 18 receberam o conceito 4; outros seis, o conceito 5. Cinco cursos ficaram Sem Conceito (SC) e nenhum obteve conceito 1. As instituições públicas na região Sul participaram com 8 cursos (11,6% dos cursos da região), aos quais foram atribuídos

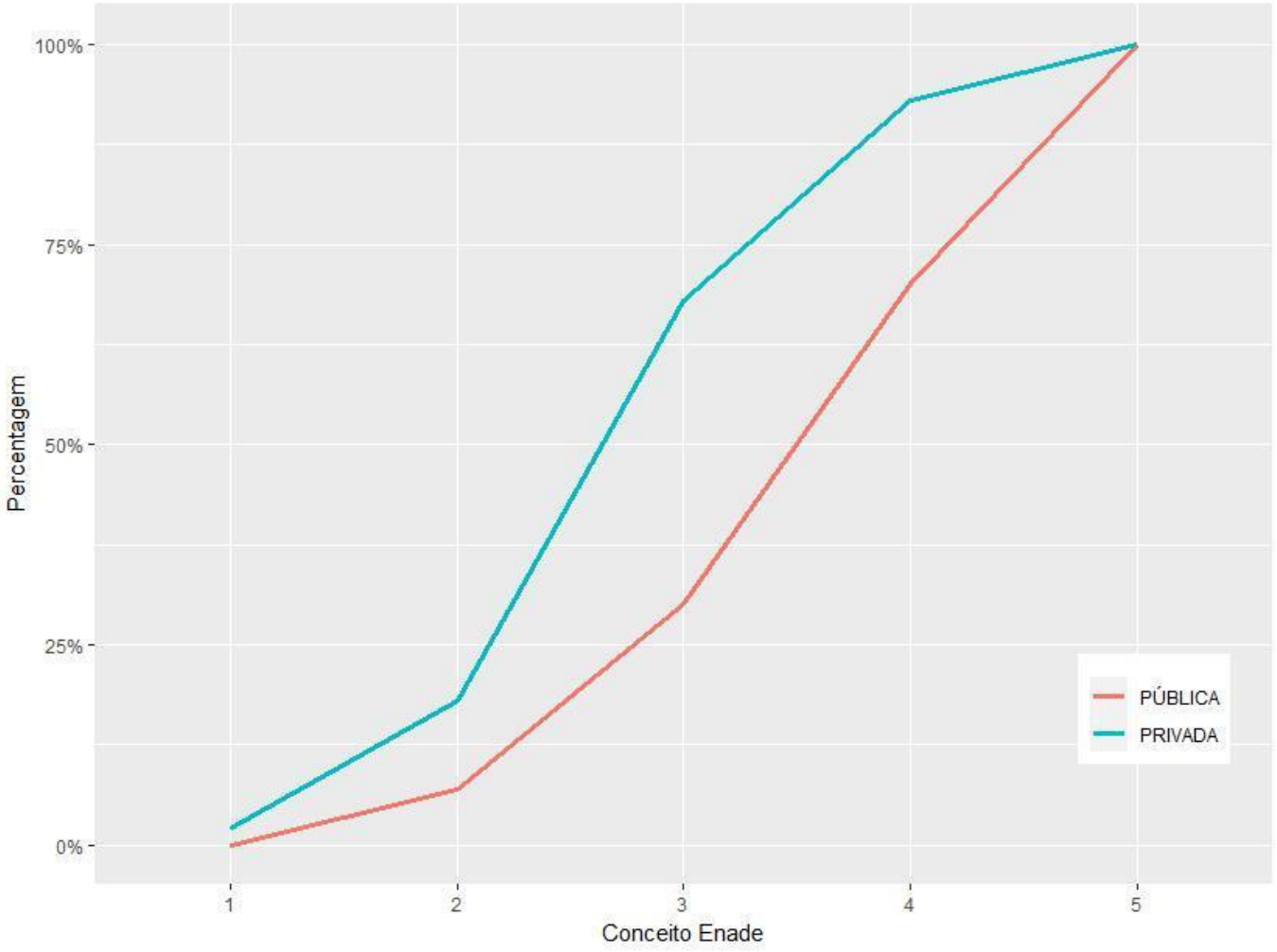
os conceitos 3 (dois cursos), 4 e 5 (três cursos cada, modais) e nenhum curso da região Sul oferecido por IES públicas ficou Sem Conceito (SC) ou recebeu os conceitos 1 e 2.

Na região Sul, 61 dos cursos foram oferecidos na modalidade presencial. Para esses, a moda foi o conceito 3, com 23 cursos. Os demais cursos presenciais da região foram alocados nos conceitos 2 (seis cursos), 4 (20 cursos) e 5 (nove cursos). Ficaram Sem Conceito (SC) cinco cursos e nenhum obteve conceito 1. Na modalidade a distância, foram oferecidos 8 cursos, sendo cinco cursos com conceito 3 (modal) e um curso com conceito 4. Outros dois cursos ficaram Sem Conceito (SC) e nenhum obteve conceito 1, 2 ou 5 nessa região.

Na região Centro Oeste, 25 dos 28 cursos participantes eram de IES privadas (89,3% em termos regionais). Desses, 13 cursos receberam conceito 3, o valor modal. Dos demais cursos, dois receberam o conceito 2; oito receberam o conceito 4; e um curso recebeu o conceito 5. Um curso ficou Sem Conceito (SC) e nenhum recebeu conceito 1. Quanto aos 3 cursos oferecidos por instituições públicas na região Centro Oeste (10,7% do total regional), foram atribuídos conceitos 3, 4 e 5 para cada um deles. Nenhum curso ficou Sem Conceito (SC) nessa região.

Também na região Centro Oeste, a maioria dos cursos foi presencial: 27 (96,4%). Para esses, a moda foi o conceito 3, com 13 cursos (48,1%). Os demais cursos presenciais da região foram alocados nos conceitos 2 (dois cursos, 7,4%), 4 (nove cursos, 33,3%) e 5 (dois cursos, 7,4%). Um curso presencial da região ficou Sem Conceito (SC) e nenhum obteve conceito 1. Para o único curso a distância nessa região, o conceito atribuído foi 3.

À título de síntese, no Gráfico 6.2, apresenta-se a distribuição do Conceito Enade, segundo a categoria administrativa da IES.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 6.2. – Distribuição cumulativa do Conceito Enade segundo a categoria administrativa – Publicidade e Propaganda – Enade/2022

Nesse gráfico, como dito anteriormente, poligonais mais à esquerda representam Conceito Enade mais baixos, e poligonais mais à direita, Conceito Enade mais altos. É importante observar que, para cada poligonal presente nesse gráfico, a porcentagem constante no eixo y se refere ao universo de cursos oferecidos por instituições públicas (poligonal vermelha) ou privadas (poligonal azul), respectivamente.

6.3 CONCEITOS POR ORGANIZAÇÃO ACADÊMICA E GRANDE REGIÃO

Na Tabela 6.3, encontra-se a distribuição dos conceitos atribuídos aos cursos participantes do Enade/2022, na área de Publicidade e Propaganda, por organização acadêmica, segundo as grandes regiões brasileiras.

Tabela 6.3 – Total de cursos participantes, por organização acadêmica, segundo a grande região e o Conceito Enade – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

		Organização Acadêmica				
Grande Região	Conceito Enade	Total	Universidades	Centros Universitários	Faculdades	CEFET/IF
Brasil		345	150	121	74	0
	SC	23	3	11	9	0
	1	7	3	2	2	0
	2	47	23	13	11	0
	3	154	65	61	28	0
	4	85	42	25	18	0
	5	29	14	9	6	0
CO		28	9	13	6	0
	SC	1	0	1	0	0
	1	0	0	0	0	0
	2	2	0	0	2	0
	3	14	3	8	3	0
	4	9	5	3	1	0
	5	2	1	1	0	0
NE		46	16	18	12	0
	SC	4	1	3	0	0
	1	1	0	0	1	0
	2	10	3	3	4	0
	3	18	4	10	4	0
	4	9	6	1	2	0
	5	4	2	1	1	0
NO		14	5	6	3	0
	SC	2	0	2	0	0
	1	0	0	0	0	0
	2	1	1	0	0	0
	3	8	3	3	2	0
	4	2	1	0	1	0
	5	1	0	1	0	0
SE		188	86	58	44	0
	SC	11	1	3	7	0
	1	6	3	2	1	0
	2	28	18	5	5	0
	3	86	42	30	14	0
	4	44	16	15	13	0
	5	13	6	3	4	0
SUL		69	34	26	9	0
	SC	5	1	2	2	0
	1	0	0	0	0	0
	2	6	1	5	0	0
	3	28	13	10	5	0
	4	21	14	6	1	0
	5	9	5	3	1	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostram os dados da Tabela 6.3, dos 345 cursos de Publicidade e Propaganda participantes, 150 eram oferecidos em universidades, 121 em centros universitários e 74 em faculdades. nenhum curso foi oferecido por CEFET/IF. Esta distribuição corresponde a, respectivamente, 43,5%, 35,1% e 21,4% dos cursos.

De acordo com os dados apresentados na mesma tabela, de todos os 29 cursos avaliados com o conceito 5, 14 eram vinculados a universidades. Os cursos vinculados a esse tipo de organização acadêmica tiveram o conceito 3 como conceito modal, atribuído a 65 cursos (43,3%). Os demais cursos ofertados por universidades receberam os conceitos 1 (três cursos), 2 (23 cursos), 4 (42 cursos) e conceito 5 (14 cursos, como já mencionado). Três cursos ficaram Sem Conceito (SC).

Dos cursos vinculados a centros universitários, o conceito modal também foi o 3, atribuído a 61 cursos (50,4%). Onze cursos vinculados a esse tipo de organização acadêmica ficaram Sem Conceito (SC), e os outros cursos receberam os conceitos 1 (dois cursos), 2 (13 cursos), 4 (25 cursos) e 5 (nove cursos).

Dos 74 cursos mantidos por faculdades, 28 (37,8%) receberam conceito 3, o conceito modal. O segundo conceito mais frequentemente atribuído aos cursos oferecidos por essa categoria de IES foi o conceito 4, recebido por 18 cursos. Na sequência, 11 cursos obtiveram conceito 2; seis cursos, o conceito 5; e dois cursos, o conceito 1. Dos cursos oferecidos em Faculdades, nove ficaram Sem Conceito (SC).

Considerando-se, separadamente, as regiões brasileiras, verifica-se que, na região Norte, as universidades participaram com 5 cursos avaliados, aos quais foram atribuídos os seguintes conceitos: 2, a um curso; 3, o conceito modal, a três cursos e conceito 4, também a um curso. Nenhum curso ficou Sem Conceito (SC) ou com conceito 1 e 5 nessa combinação de categoria e região.

Os centros universitários da região Norte foram representados por seis cursos, dos quais três obtiveram conceito 3, o valor modal, e um curso, o conceito 5. Os conceitos 1, 2 e 4 não foram atribuídos a nenhum curso. Dois cursos ficaram Sem Conceito (SC). As Faculdades participaram com 3 cursos na região Norte, os quais receberam os conceitos 3 (dois cursos)e 4 (um curso). Nenhum curso ficou Sem Conceito (SC), e nenhum curso oferecido em faculdades da região obteve o conceito 1, 2 ou 5.

Na região Nordeste, as universidades participaram com 16 dos 46 cursos da área de Publicidade e Propaganda oferecidos. O conceito modal foi 4, atribuído a seis cursos. Outros quatro cursos obtiveram o conceito 3; três cursos, o conceito 2; e outros dois, o conceito 5. Nenhum curso oferecido por universidades no Nordeste recebeu o conceito 1 e apenas um ficou Sem Conceito (SC).

Os Centros Universitários contaram com 18 cursos participantes na região Nordeste, 10 dos quais receberam o conceito modal 3. Para os demais cursos, foram atribuídos os conceitos 2 (três cursos), 4 (um curso) e 5 (um curso). Três cursos oferecidos por centros universitários no Nordeste ficaram Sem Conceito (SC); nenhum recebeu o conceito 1. As faculdades foram representadas por 12 cursos na região Nordeste, quatro dos quais receberam conceito 2 e quatro, o conceito 3, os conceitos modais. Aos demais cursos foram atribuídos os conceitos 1 (um curso), 4 (dois cursos) e 5 (um curso). Nenhum curso ficou Sem Conceito (SC).

Na região Sudeste, as universidades concentraram 86 dos 188 cursos de Publicidade e Propaganda da região. Dos cursos oferecidos em IES com este tipo de organização acadêmica, nessa região, o conceito modal foi 3, atribuído a 42 cursos. Os demais cursos receberam os conceitos 1 (três cursos), 2 (18 cursos), 4 (16 cursos) e 5 (seis cursos). Um curso ficou Sem Conceito (SC).

Os Centros Universitários participaram com 58 cursos na região Sudeste, dos quais 30 obtiveram o conceito modal 3. O conceito 1 foi atribuído a dois cursos; o conceito 2, a cinco cursos; o conceito 4, a 15 cursos; e o conceito 5, a três cursos. Três cursos ficaram Sem Conceito (SC) nessa combinação de organização acadêmica e região. Já as faculdades foram representadas por 44 cursos na região Sudeste, dos quais sete ficaram Sem Conceito (SC). O conceito modal 3 foi atribuído a 14 cursos. Aos demais cursos foram atribuídos os conceitos 1 (um curso), 2 (cinco cursos), 4 (13 cursos) e 5 (quatro cursos).

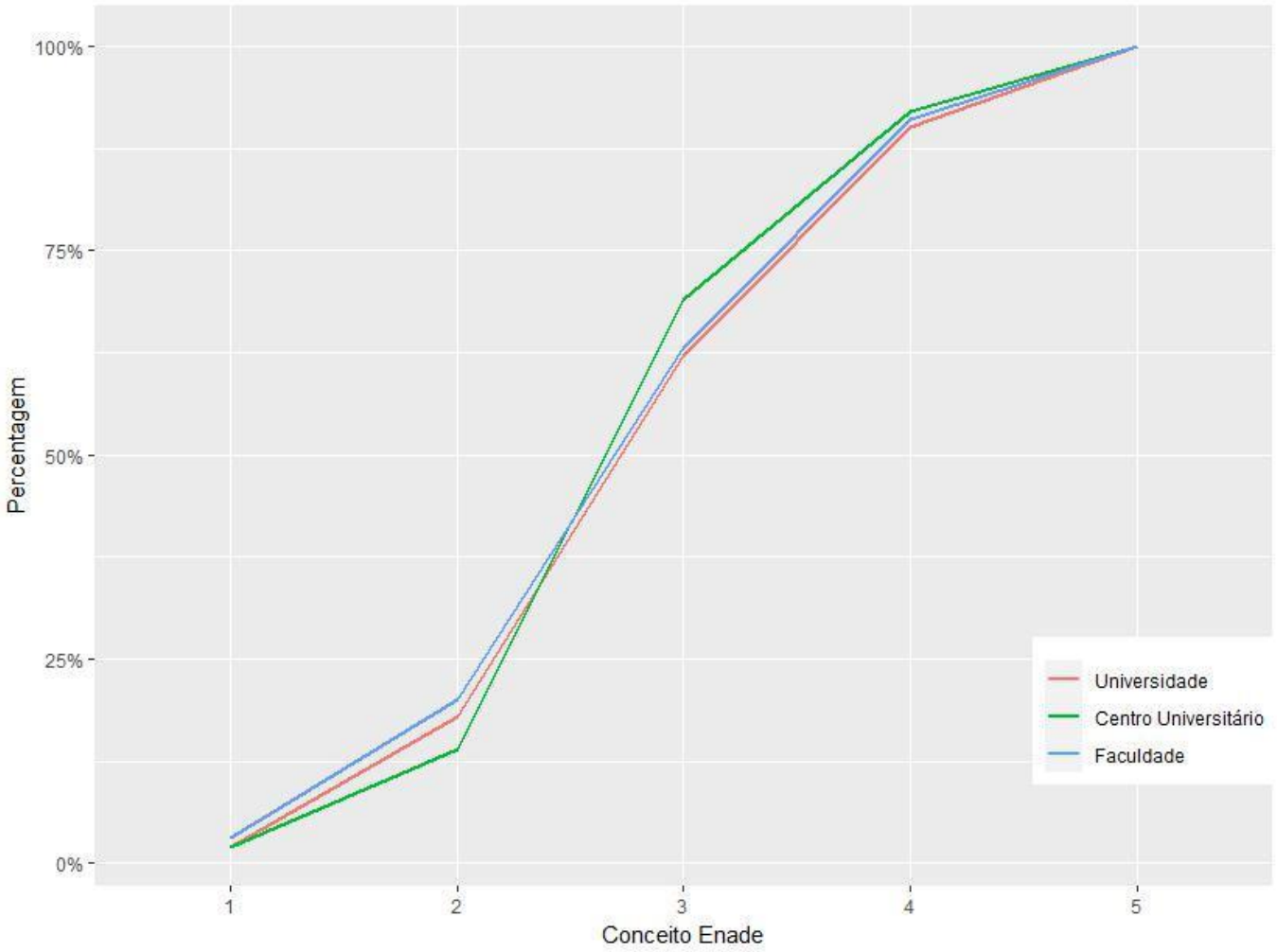
Dos 69 cursos da região Sul, 34 eram mantidos por Universidades, para os quais o conceito modal foi 4, atribuído a 14 cursos. Os demais cursos receberam os conceitos 2 (um curso), 3 (13 cursos), 5 (cinco cursos); nenhum curso recebeu o conceito 1. Em IES com esse tipo de organização acadêmica, um curso da região Sul ficou Sem Conceito (SC).

Dos 26 cursos participantes de centros universitários da região Sul, dois ficaram Sem Conceito (SC), e 10 cursos receberam conceito 3, o valor modal. Os conceitos restantes ficaram assim distribuídos: cinco cursos (conceito 2); seis cursos (conceito 4); e três cursos (conceito 5). Quanto aos 9 cursos vinculados a faculdades na região Sul, cinco cursos receberam o conceito 3, valor modal, e dois cursos ficaram Sem Conceito (SC). Os dois cursos restantes receberam os conceitos 4 e 5 (um curso cada).

Na região Centro-Oeste, 9 dos 28 cursos oferecidos eram mantidos por universidades. Para esse tipo de organização acadêmica, o conceito modal foi 4, atribuído a cinco cursos; e, nenhum curso da região ficou Sem Conceito (SC) ou obteve conceitos 1 ou 2. Os demais cursos receberam os conceitos 3 (três cursos) e 5 (um curso).

Os centros universitários da região Centro-Oeste contaram com 13 cursos: oito cursos foram avaliados com o conceito 3 (modal); três, o conceito 4 e apenas um curso obteve o conceito 5. Um outro curso ficou Sem Conceito (SC). Dos 6 cursos oferecidos em Faculdades na região Centro-Oeste, três cursos receberam o conceito 3 (modal); dois cursos, o conceito 2; e um curso, o conceito 4. Nessa região, nenhum curso oferecido em faculdades ficou Sem Conceito (SC) ou obteve os conceitos 1 e 5.

De maneira semelhante à forma como se procedeu, em relação à seção anterior, encerra-se com o Gráfico 6.3, que apresenta a distribuição do Conceito Enade dos cursos de Publicidade e Propaganda segundo a organização acadêmica da IES.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 6.3 – Distribuição cumulativa do Conceito Enade segundo a organização acadêmica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

No Gráfico 6.3, apresenta-se a distribuição do Conceito Enade segundo a organização acadêmica da IES. A leitura desse último gráfico é semelhante aos anteriores, seguindo-se a lógica de que poligonais

deslocadas para a esquerda correspondem a Conceito Enade mais baixos (1, 2 e 3) e poligonais deslocadas para a direita correspondem a Conceito Enade mais altos.

CAPÍTULO 7
ANÁLISE TÉCNICA DA PROVA

Este capítulo tem por objetivo apresentar o desempenho dos estudantes concluintes de Publicidade e Propaganda no Enade/2022. Para isso, foram calculadas as estatísticas básicas da prova em seu todo (Subseção 7.1.1), bem como as estatísticas relacionadas aos Componentes de Formação Geral (Subseção 7.1.2) e de Componente Específico da área (Subseção 7.1.3). Dadas as suas características, foram analisadas, em separado, as questões objetivas (Seção 7.2) e as questões discursivas (Seção 7.3). Tomando-se como base as duas questões discursivas do Componente de Formação Geral, nas Subseções 7.3.1.6 a 7.3.1.8, são apresentados os resultados e os comentários sobre a correção das respostas em relação à Língua Portuguesa.

Para as questões objetivas, foram disponibilizados os índices de Facilidade e de Discriminação Ponto-Bisserial, também em separado, para os Componentes de Formação Geral (Subseção 7.2.1) e de Componente Específico (Subseção 7.2.2). De cada componente, uma das questões foi escolhida para exemplificar a análise gráfica, relacionando-se as alternativas escolhidas pelos estudantes (inclusive o gabarito) com o número de acertos no componente. No Anexo IV, apresenta-se a íntegra da análise gráfica para todas as questões objetivas. Para cada uma das questões discursivas, os conteúdos dos tipos mais comuns de respostas dos estudantes são apresentados e comparados com o padrão de resposta esperado (ver Anexo IX).

Nas tabelas, constam as seguintes estatísticas das notas[10]: média do desempenho na prova, erro-padrão da média, desvio-padrão, nota mínima, mediana e nota máxima para cada um de seus componentes. Tais estatísticas contemplam o total de estudantes concluintes da área de Publicidade e Propaganda inscritos e presentes à prova do Enade/2022, tendo em vista agregações, ou por grandes regiões e o país como um todo, ou por categoria administrativa, organização acadêmica da IES e modalidade de oferta dos cursos.

Em relação aos gráficos de distribuição de notas, o intervalo considerado foi de 10 unidades, aberto à esquerda e fechado à direita, com exceção do primeiro intervalo, [0; 10], fechado em ambos os

[10] Uma definição dessas estatísticas pode ser encontrada no Glossário inserido no final desse relatório.

extremos. Para os gráficos de distribuição das notas das questões discursivas, foram consideradas mais duas categorias: questão em branco[11] e nota zero.

7.1 ESTATÍSTICAS BÁSICAS DA PROVA

Esta seção apresenta estatísticas selecionadas e histogramas da nota geral (7.1.1) e de cada componente: Formação Geral (7.1.2) e Componente Específico (7.1.3). São também apresentadas estatísticas selecionadas de subpopulações, caracterizadas por grande região, categoria administrativa, organização acadêmica e modalidade de oferta.

7.1.1 ESTATÍSTICAS BÁSICAS GERAIS

Na Tabela 7.1, são apresentadas as estatísticas básicas da prova, por grande região, dos estudantes concluintes de Publicidade e Propaganda.

Tabela 7.1 – Estatísticas básicas das notas da prova, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	50,2	52,3	51,1	49,4	49,2	53,8
Erro-padrão da média	0,2	0,6	0,4	0,6	0,2	0,4
Desvio-padrão	14,7	13,8	14,4	14,0	14,9	14,3
Mínima	0,0	15,1	0,0	11,6	0,0	0,0
Mediana	50,7	53,6	51,6	49,2	49,4	54,7
Máxima	89,7	82,4	82,9	83,2	89,7	88,4

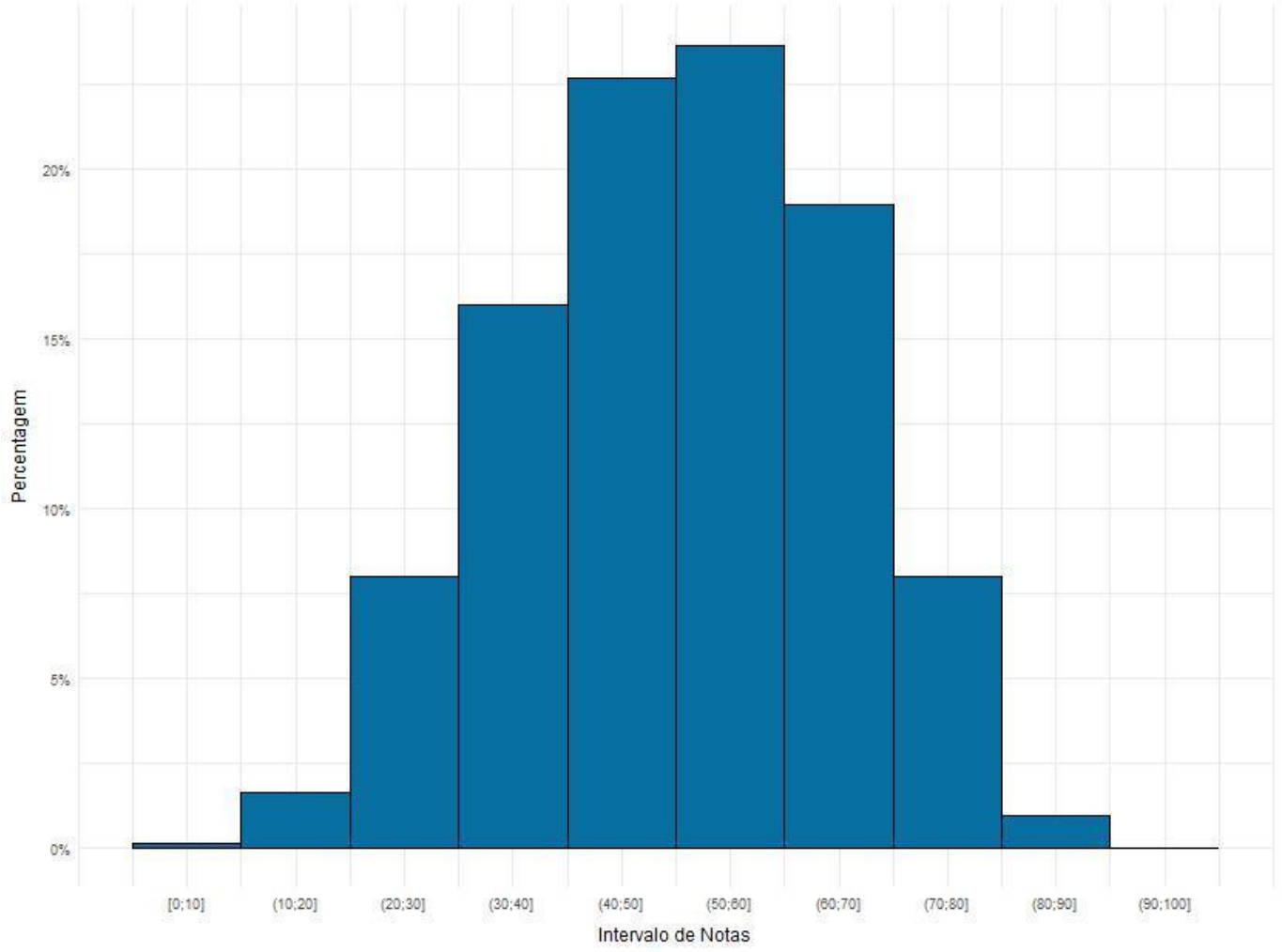
Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como se pode verificar, a partir dos dados mostrados na Tabela 7.1, a média das notas da prova, foi de 50,2 (nas seções seguintes serão analisados os Componentes de Formação Geral e de Componente Específico). Os estudantes da região Sudeste obtiveram a média mais baixa (49,2), e os da região Sul alcançaram a média mais alta (53,8). As demais médias foram: 51,1, na região Nordeste, 52,3, na região Centro-Oeste e 49,4, na região Norte. O desvio-padrão para o Brasil foi de 14,7, sendo o maior desvio-padrão encontrado na região Sudeste (14,9), e o menor, na região Centro-Oeste (13,8).

A região que obteve a maior nota máxima foi a região Sudeste (89,7), ao passo que a região que atingiu a menor nota máxima foi a Centro-Oeste (82,4). A mediana do Brasil, como um todo, foi igual a 50,7, sendo a maior mediana obtida na região Sul (54,7), e a menor obtida na região Norte (49,2).

[11] Nesse grupo estão incluídas também as respostas classificadas como nulas ou desconsideradas.

O comportamento das notas dos estudantes de todo o Brasil pode ser observado no Gráfico 7.1, que apresenta um histograma com a distribuição das mesmas.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.1 – Histograma das notas da prova – Publicidade e Propaganda

O Gráfico 7.1 apresenta um histograma com a distribuição das notas dos estudantes de Publicidade e Propaganda de todo o Brasil: uma distribuição unimodal com a moda no intervalo (50; 60].

Na Tabela 7.2, são apresentadas informações referentes à média da nota final, desagregadas por categoria administrativa, organização acadêmica e modalidade de oferta dos cursos.

Tabela 7.2 – Estatísticas básicas das notas da prova, por categoria administrativa, organização acadêmica e modalidade de oferta – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Públicas	Privadas	Universidades	Centros Universitários	Faculdades	CEFET/IF	Educação Presencial	A Distância
Média	58,6	49,2	50,2	50,0	50,7	-	50,4	47,6
Erro-padrão da média	0,4	0,2	0,2	0,3	0,4	-	0,2	0,6
Desvio-padrão	13,7	14,5	14,9	14,2	14,8	-	14,8	13,9
Mínima	3,9	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,0	11,6
Mediana	60,3	49,6	50,5	50,9	50,9	-	50,9	47,9
Máxima	86,4	89,7	88,7	89,7	88,4	-	89,7	88,7

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 7.2 mostram que, em relação à categoria administrativa, os estudantes das IES públicas obtiveram média mais alta (58,6) que a média das IES privadas (49,2). O desvio-padrão para as IES públicas foi de 13,7, indicando uma dispersão baixa das notas nesta categoria administrativa.

No tocante à organização acadêmica, os estudantes de universidades obtiveram a média de 50,2, enquanto os de centros universitários e faculdades obtiveram, respectivamente, média de 50,0, 50,7 (maior valor entre as IES).

A média da modalidade a distância (47,6) foi inferior à média da modalidade presencial (50,4).

7.1.1.1 COMENTÁRIOS SOBRE AS RESPOSTAS À QUESTÃO DISCURSIVA 1

A Questão 1 abordou um tema atual, com dois itens para os estudantes responderem: a) "discuta por que os investimentos em educação, ciência, tecnologia e inovação são estratégicos e contribuem para o desenvolvimento de um país"; b) "explique como o fomento público ao desenvolvimento científico pode atender à justiça social e à equidade, em contextos como o da pandemia de Covid-19". O tema contempla como os investimentos em educação, ciência, tecnologia e inovação (ECTI) cooperam para um país se desenvolver e como o fomento público, vinculado ao desenvolvimento científico, pode atender à justiça social, à equidade e à população em momentos de pandemia. Esse tema é atual, pois o mundo vivenciou recentemente uma pandemia que, somente no Brasil, deixou mais de 700 mil mortos, sendo exaustivamente comentada na televisão e nos meios digitais. Logo, almeja-se que os respondentes justifiquem a necessidade de investimentos em ECTI com foco em questões como: investimentos público em P&D por meio de universidades públicas; pesquisas realizadas em outros países que possibilitaram o acesso mais célere às vacinas e serviram de modelo para o que foi desenvolvido no Brasil; pesquisadores de universidade, tanto brasileiras quanto estrangeiras como protagonistas para orientar e informar a respeito da Covid-19 por meio dos canais de comunicação; desenvolvimento de equipamentos de segurança, como máscara de nariz ou de rosto, respiradores, que foram implementados e viabilizados por pesquisa e extensão em universidades e escolas técnicas.

Esperava-se que os candidatos soubessem o básico a respeito do tema, pois o assunto é bastante atual. Quanto ao item B, esperava-se que os candidatos abordassem questões como: o papel das universidades e dos centros de pesquisa para a justiça e a equidade; o investimento público em pesquisa, tecnologia e educação para garantir acesso igualitário da população aos recursos de saúde, podendo fazer um contraponto com os investimentos privados; a política de distribuição de vacinas gratuitas por meio do Sistema Único de Saúde, que possibilitou o acesso às vacinas no Brasil; e as questões econômicas mundiais que determinaram uma distribuição desigual de recursos de saúde em escala global, com os países mais ricos retendo a maior parte desses recursos.

Atualmente, é comprovado que os países dominantes são aqueles que se desenvolvem e dominam as ferramentas tecnológicas. As pesquisas mostram que os países que, mesmo em crise, investiram em ciência, tecnologia e inovação são os que conseguiram se reerguer mais rapidamente e sobressair-se aos demais países em crises pandêmicas. Portanto, a questão foi elaborada de maneira oportuna e adequada ao universo do estudante universitário brasileiro.

No item A, o estudante poderia focar em diversos argumentos, entre eles: como ocorreu o investimento público em pesquisa e desenvolvimento por meio de universidades públicas e institutos

de pesquisa; como as pesquisas realizadas em outros países possibilitaram acesso mais rápido às vacinas e serviram de modelo para o que foi desenvolvido no Brasil; como o contingenciamento do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT) prejudicou e ainda prejudica o Brasil, entre diversos outros assuntos.

No item B, era esperado que o estudante explicasse como o fomento público ao desenvolvimento científico pode atender à justiça social e à equidade, em contextos como o da pandemia de Covid-19. Além disso, deveria abordar a importância das universidades com a justiça social; como os países que investem nessa área têm grandes vantagens em relação a outros países que não investem; a distribuição de vacina atende à justiça social por possibilitar que toda a população seja vacinada, independentemente de ser rico ou pobre, por exemplo.

O espaço disponível para a resposta dos dois itens foi adequado e a maioria das respostas ocupou parte das linhas, não utilizando todo o espaço. Algumas respostas não apresentaram a separação dos itens A e B.

A maioria dos estudantes respondeu de modo semelhante ao que constava do padrão de resposta. Foi recorrente a exposição do problema sem desenvolvê-lo com clareza, apenas de forma superficial. A abordagem do candidato sobre o tema tornou-se, em alguns casos, muito genérica.

As respostas consideradas boas atenderam ao que a banca esperava. Abordaram a importância de investir em CT&I para desenvolver o país, desdobrando os argumentos e citando como isso poderia ocorrer. No geral, as notas estavam abaixo do esperado.

Ficou evidente que a maioria dos estudantes possui um conhecimento sobre os dois itens apresentados. A Questão 1 visou avaliar o desenvolvimento da argumentação de um tema relevante para a sociedade brasileira vigente. Além disso, houve problemas estruturais nos textos, pois a grande maioria dos estudantes tem uma noção do assunto, mas muitos possuem dificuldade de construir um texto com coesão e coerência, ou seja, não conseguem concatenar os argumentos para defender um ponto de vista.

No geral, em relação à Questão 1, identificou-se que a principal deficiência na formação dos estudantes está relacionada ao aprofundamento do conteúdo e à capacidade de expressar, com clareza e coesão, sua opinião a respeito de determinado assunto.

7.1.1.2 COMENTÁRIOS SOBRE AS RESPOSTAS À QUESTÃO DISCURSIVA 4

A questão aborda o tema da mídia programática dentro do campo da mídia digital e provoca uma reflexão sobre a relação dos anunciantes que utilizam este tipo de mídia com a propagação de *fake news*. A mídia programática é um tema atual e amplamente utilizado pelos anunciantes em busca de visibilidade e performance, portanto, de grande relevância para a formação do profissional de Publicidade e fundamental para a reflexão sobre a relação das *fake news* com o desenvolvimento sustentável da Publicidade digital.

A questão apresenta dois textos de suporte que contribuem para que o aluno tenha embasamento sobre os temas abordados no enunciado. O primeiro apresenta o conceito de *fake news*, permitindo que o aluno tenha clareza sobre o assunto; o segundo aborda sobre a questão da mídia programática permitir que a publicidade das empresas seja direcionada para veículos que divulgam *fake news* ou outros conteúdos que não sejam apropriados para associação com a marca, reforçando a necessidade das empresas anunciantes buscarem alguma forma de tomar conhecimento e avaliarem o conteúdo veiculado nos sites em que suas marcas são anunciadas. O segundo texto contribui para que o aluno compreenda que a mídia programática faz a escolha dos veículos, de forma mecânica, considerando apenas o perfil dos usuários e outras métricas quantitativas, sem considerar o conteúdo dos sites – o que permite que o aluno possa fazer uma reflexão sobre a responsabilidade dos anunciantes que utilizam este tipo de mídia, conforme solicitado no enunciado da questão. Dessa forma, considera-se que o enunciado está claro e que os textos abrigam informações que permitem a reflexão e a articulação dos temas por parte dos estudantes.

A maioria dos estudantes não respondeu de forma semelhante ao que constava no padrão de resposta. A grande maioria não considerou a necessidade de abordar o motivo pelo qual a mídia programática pode contribuir para a propagação de *fake news* e, principalmente, a necessidade de aprofundar o funcionamento desta mídia para justificar que ela apenas utiliza métricas quantitativas para a definição dos sites, não permitindo aos anunciantes conhecerem quais os conteúdos veiculados e associados a suas marcas. Os alunos detiveram-se a discorrer sobre o papel da Publicidade, associando a questão ética e o impacto disso para a sociedade, além de refletirem sobre a responsabilidade dos anunciantes quanto à propagação de *fake news*, mas sem associar isto ao fato da falta de controle das empresas sobre o conteúdo dos sites utilizados pela publicidade programática para veiculação de seus anúncios e também não associando ao fato de que as empresas remuneram sites que veiculam *fake news* – fator que contribui para sua propagação.

Alguns estudantes repetiram alguma ideia que constava no texto de suporte e algumas respostas não abordaram nenhum aspecto em relação à mídia programática, somente se referindo ao papel da Publicidade e dos anunciantes. Outros discorreram apenas sobre *fake news*, estabelecendo uma relação equivocada, quando correlacionada com a Publicidade, sem sustentar o raciocínio de que a mídia programática pode contribuir com a propagação das *fake news*.

No geral, a maioria dos estudantes não construiu um raciocínio de forma organizada que deixasse clara a relação da mídia programática e a responsabilidade dos anunciantes com a propagação das *fake news*.

Os estudantes responderam, com maior frequência, sobre o papel da Publicidade, associando-o à ética da atividade e à responsabilidade das empresas anunciantes na propagação da *fake news*, não mencionando a relação com a mídia programática. A maioria dos estudantes, quando abordavam a relação do sistema publicitário com a propagação de *fake news*, não mencionavam o fato de a mídia programática funcionar por meio de automação de compra de anúncios. Além disso, muitas respostas abordaram sobre a própria Publicidade utilizar conteúdos falsos, trazendo uma abordagem equivocada, que demonstra que confundiram *fake news* com propaganda enganosa.

As respostas que abordaram os temas de forma completa e indicaram a articulação da existência de *fake news* com a publicidade programática, construindo um raciocínio que também abordou a responsabilidade dos anunciantes na propagação das *fake news* por meio da mídia programática, via financiamento de sites que divulgam conteúdos falsos, foram minoria.

A questão do uso das *fake news* para a elaboração de propaganda enganosa foi citada por um número significativo de estudantes, porém não fazia parte do padrão de resposta da questão. Além disso, foram encontradas respostas com os conteúdos referentes a outros temas abordados por outras questões da prova, não condizendo com o solicitado no enunciado da Questão 4.

A maioria dos estudantes abordou, de forma superficial, o tema, não adentrando na especificidade da questão, no que diz respeito à mídia programática. No geral, os estudantes não abordaram todos os aspectos relacionados no padrão de resposta e desconsideraram a reflexão trazida no texto 2, principalmente por não mencionarem nada a respeito da necessidade de as empresas anunciantes buscarem se inteirar sobre quais sites estão recebendo seus investimentos para entender se sua marca estava associada a algum conteúdo inapropriado. Uma boa parte das respostas se limitou a abordar o combate das *fake news* e como a Publicidade pode contribuir para minimizar o

impacto delas na sociedade, o que não foi solicitado no comando. Ainda houve respostas com uma abordagem sobre a publicidade de anúncios com conteúdo enganoso, colocando a Publicidade como a construtora das *fake news*, confundindo-as com propaganda enganosa.

Dessa forma, avalia-se que muitos estudantes não possuem entendimento suficiente sobre o conceito de mídia programática, pois, conforme o padrão de resposta, a abordagem da questão deveria ser conduzida com base neste tema. Sendo assim, apesar do elevado número de respostas, considera-se o desempenho geral fraco.

As respostas consideradas fracas foram aquelas respondidas erroneamente (conceito 0) ou parcialmente (conceito 1). As respostas consideradas medianas foram as que articularam a existência de *fake news* com o sistema publicitário (mesmo sem abordar a questão da mídia programática não considerar o conteúdo dos sites) e/ou que refletiram sobre a responsabilidade dos anunciantes que remuneram sites que veiculem *fake news* ao utilizar a mídia programática. Além disso, ponderaram sobre os danos que a associação com *fake news* pode gerar para a imagem das marcas.

As respostas consideradas boas (conceito 3) foram aquelas em que os estudantes articularam a existência de *fake news* com o sistema publicitário em ambiente digital, abordaram a questão da mídia programática e mencionaram o fato de as empresas não considerarem o conteúdo dos locais em que seus anúncios são veiculados, apenas as métricas de acesso e engajamento (mesmo sem mencionarem sobre os danos que a associação com *fake news* pode gerar para a imagem das marcas).

Nas respostas consideradas completas (conceito 4 – máximo), o estudante, além de articular a existência de *fake news* com o sistema publicitário em ambiente digital, refletiu sobre a responsabilidade de anunciantes que remuneram sites que veiculam *fake news* ao utilizar mídia programática, mencionando a questão dos anunciantes considerarem apenas métricas de acesso e engajamento, sem analisar o conteúdo dos sites, e ponderou sobre os danos que a associação a *fake news* pode gerar para a imagem das marcas.

A resposta exigia que o estudante tivesse algum conhecimento de publicidade digital e ficou evidente que os estudantes não possuem conhecimento básico de mídia digital – mais especificamente sobre o funcionamento da mídia programática – para que, a partir disso, pudessem fazer a reflexão sobre o papel dos anunciantes que utilizam este tipo de mídia e a relação com as *fake news*.

Praticamente os estudantes não utilizaram termos técnicos ao responderem a questão, além disso, também observou-se que os estudantes têm dificuldade em interpretar a questão e os textos de suporte para que possam construir um raciocínio que estabeleça articulação sobre os temas, de forma a refletirem sobre o papel da Publicidade e a responsabilidade dos anunciantes que utilizam a mídia programática na propagação de *fake news*, conforme solicitado no enunciado da questão, de modo objetivo e organizado.

7.1.1.3 COMENTÁRIOS SOBRE AS RESPOSTAS À QUESTÃO DISCURSIVA 5

A questão aborda o tema do uso de dados pessoais nas práticas publicitárias e nas relações de consumo, especialmente as transformações necessárias diante da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). De modo geral, uma boa escolha de tema para uma questão discursiva específica da área. Trata-se de tema atual e importante na formação em Publicidade e Propaganda, relevante para a compreensão do desenvolvimento da área e para o exercício profissional com responsabilidade. O trabalho com dados é uma atividade central da Publicidade contemporânea, uma das competências específicas do egresso, expressa em suas novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), que precisa ser exercida de forma legal e responsável. A recente implantação da LGPD a inclui no conjunto de mecanismos legais aos quais a atividade publicitária está sujeita. Ela estabelece direitos sobre dados pessoais e limites a serem seguidos por publicitários, agências e organizações nas interações entre as marcas e os seus públicos e/ou consumidores. A LGPD provocou transformações no campo da Publicidade – na teoria, na técnica e na prática. Essas transformações desenvolveram-se no mesmo período do ciclo de formação dos estudantes respondentes. A questão contribui, assim, para avaliar o grau de apropriação dos estudantes da área sobre o tema.

A questão apresenta o fragmento de um artigo sobre requisitos definidos na LGPD para o processamento de dados pessoais. O texto enfatiza o consentimento como a primeira base legal. A seguir, o comando da questão, em quesito único, solicita ao estudante a redação de um texto sobre as transformações provocadas nas práticas publicitárias e nas relações de consumo a partir da implantação da LGPD. Exige-se do estudante, assim, além da capacidade de produção textual, a capacidade de articular conhecimentos teórico-práticos sobre atividades permitidas ou estabelecidas anteriormente à LGPD e as práticas atuais, adequadas às novas regras.

Considerou-se o padrão de resposta satisfatório. Ele determina objetivamente a necessidade do estudante “estabelecer comparativo entre as práticas publicitárias e/ou as relações de consumo antes e depois da implantação da LGPD”. Significa que as “[...] transformações geradas pela referida lei nas

práticas [...]" (expresso no comando da questão) devem ser apresentadas em termos de antes e depois. Apenas a descrição de práticas atuais (posteriores à implantação da Lei), adequadas à LGPD, são consideradas incompletas, pois atendem parcialmente ao padrão de resposta. Da mesma forma, a resposta está incompleta se relacionar apenas práticas anteriores à implantação da LGPD, sem mencionar como essas foram transformadas.

O padrão de resposta descreve aspectos da LGPD que podem ser abordados na resposta: consentimento; armazenamento de cookies; compartilhamento de dados pessoais; ou uma das dez bases legais para tratamento dos dados pessoais. Apesar da redação do padrão de resposta utilizar termos como "uma das opções" e "pode ser abordada como exemplo", considera-se obrigatório que a resposta articule um desses aspectos da LGPD com as transformações nas práticas da área. Assim, fica estabelecida uma gradação a ser refletida nos critérios de avaliação: abordar corretamente aspectos da LGPD; mencionar transformações nas práticas publicitárias e/ou relações de consumo provocadas pela LGPD; explicar tais transformações; e apresentar transformações e comparar tais práticas e/ou relações, antes e depois da implantação da LGPD.

A maioria das respostas não abordou o quesito solicitado no comando da questão, fugindo ao tema, tangenciando-o de forma insuficiente ou, menos frequente, abordando-o de forma equivocada. Entre as respostas que abordaram o quesito, a maioria limitou-se a relacionar algum aspecto da LGPD, especialmente o consentimento do usuário (citado no enunciado da questão) e as restrições ao compartilhamento ou vazamento de dados (compartilhamento indevido ou ilegal).

Pouquíssimos estudantes responderam à questão como requerido pelo padrão de resposta, na forma de uma comparação, entre práticas publicitárias e/ou relações de consumo, antes e depois da implantação da LGPD. Alguns descreveram práticas e relações adequadas à LGPD, mas não descreveram como elas eram antes da Lei. Exceto alguns casos, as respostas não distinguiram práticas publicitárias de relações de consumo. Além do consentimento, as outras bases legais, referidas no padrão de resposta, não foram abordadas e, em raros casos, mencionadas. Já os exemplos de práticas publicitárias e/ou relações de consumo transformadas pela LGPD constituíram as boas respostas.

As respostas mais frequentes estão em branco ou não abordaram o comando da questão e os quesitos de avaliação, como mencionar aspectos da LGPD e consequentes transformações de sua implantação nos campos da Publicidade e do consumo. Nessas respostas não foram localizados aspectos objetivos da LGPD (características, como as mencionadas no texto da questão) ou sequer citadas transformações nas práticas publicitárias e/ou relações de consumo. Frequentemente essas

respostas fogem do tema, tangenciam o assunto, limitam-se a considerações superficiais e genéricas sobre a Lei (que a "lei protege os dados", por exemplo) e o uso de dados na comunicação (se a LGPD é boa ou ruim). Com essas características, também foram encontradas respostas que: utilizaram inadequadamente o tempo verbal, apontando genericamente mudanças futuras, ao invés de práticas já transformadas; discorreram sobre a insuficiência da LGPD diante das práticas contemporâneas (mas não relacionaram seus aspectos ou suas transformações); apresentaram frágeis relações de causa e efeitos subjetivos da Lei (como sentimentos de segurança ou insegurança); atribuíram erroneamente à Lei o surgimento de recursos associados à captura de dados, como cookies, por exemplo; reproduziram a questão mobilizadora, limitando-se a expressar a necessidade ou o desejo de que "a partir da lei as agências e marcas precisam se adaptar" (mas sem especificar aspectos ou transformações); relacionaram o uso de dados à publicidade programática e, esta, com *fake news*, com frases e reflexões importadas da questão anterior (Questão 4), desviando-se do comando da questão; ou, confundiram LGPD com LGBT, explicitando a não leitura do texto da questão.

Foram encontradas, frequentemente, respostas sobre situações de uso indevido de dados pessoais ou o risco da exposição de dados sensíveis, como venda de banco de dados, insegurança, vulnerabilidade, roubo de dados ou desconhecimento sobre seu processamento. Algumas dessas respostas não relacionaram tais situações com a LGPD, limitando-se a descrever exemplos genéricos, pessoais ou notícias. Contudo, muitos estudantes tomaram essas situações como ponto de partida de suas respostas, relacionando aspectos da Lei ou transformações nas práticas publicitárias ou relações de consumo.

As respostas que contemplaram algum dos conceitos do critério de avaliação abordaram com frequência o aspecto do consentimento do público/usuário/consumidor/cidadão no tratamento de dados pessoais. Em sua maioria, o consentimento foi relacionado com situações cotidianas da navegação na web, como a concordância na captura de dados e no uso de cookies. Também foram encontradas abordagens sobre: ampliação de responsabilidades legais que agências/marcas/organizações passam a ter com a segurança de dados pessoais dos seus públicos/clientes; imposição e regulação de limites ao acesso, tratamento e compartilhamento de dados; requisitos burocráticos de documentação do tratamento de dados; revogação de consentimento e exclusão de dados pessoais de banco de dados.

As respostas com melhores pontuações conseguiram explicitar relações entre os aspectos da LGPD com transformações em práticas publicitárias e/ou relações de consumo, antes e depois da

implantação da Lei, como adequações de sistemas de CRM, e-mail “marketing, inbound marketing”, composição de banco de dados e publicidade programática.

Observou-se a recorrência de frases extraídas do enunciado da questão e de expressões como “os dados são o novo petróleo” e de que a “internet era uma terra sem lei” antes da LGPD. Raras respostas mencionaram que a LGPD regula todos os dados pessoais, não apenas aqueles em formato digital, sugerindo um possível desconhecimento de sua amplitude.

As respostas consideradas fracas limitaram-se a relacionar aspectos da LGPD (muitos dos quais apresentados no texto do enunciado da questão) e do cotidiano de usuários da internet diante de mecanismos que captam e tratam dados. A maior dificuldade foi em articular esses aspectos às práticas na área da Publicidade e do consumo. Já as respostas medianas, em sua maioria, mencionaram transformações nas práticas publicitárias e/ou nas relações de consumo a partir da implantação da LGPD, mas não explicaram tais mudanças. As respostas consideradas boas foram aquelas em que os estudantes estabeleceram relações entre algum aspecto da LGPD com mudanças na prática publicitária ou nas relações de consumo, provocadas desde a implementação da Lei, explicando-as corretamente. Enquanto algumas boas respostas apresentaram apenas práticas pós-implementação da Lei (adequadas à LGPD), outras compararam as transformações, distinguindo práticas estabelecidas antes e depois da LGPD, conforme solicitado no padrão de resposta.

A Lei Geral de Proteção de Dados é um importante mecanismo legal que contribui para a atuação profissional ética e responsável no contexto contemporâneo de protagonismo da Publicidade orientada por dados. É verdade que também é uma lei nova, implantada no decorrer da formação dos estudantes avaliados. Contudo, as respostas encontradas indicam o predomínio de conhecimentos superficiais sobre a LGPD e, em geral, pouca familiaridade com as transformações provocadas por ela nas práticas publicitárias e nas relações de consumo.

As respostas boas, que são menos frequentes, apresentaram relatos práticos e domínio de termos de comunicação e marketing digital, o que pode indicar conhecimentos adquiridos em ambiente formal de ensino (graduação) ou, dada a novidade do tema, diretamente em possível atuação na área (estágio ou ocupação profissional). Ou seja, respostas boas parecem revelar maior grau de familiaridade do estudante com a LGPD e suas implicações na Publicidade e Propaganda.

O desempenho dos estudantes, entre outros fatores, também pode estar relacionado à presença/ausência do tema da LGPD e da regulação do uso de dados, ao longo das oportunidades formativas na área de Publicidade e Propaganda. Assim, o baixo grau de apropriação do tema,

predominante nas respostas encontradas, revela que o conteúdo foi abordado de modo insuficiente ao longo da formação dos estudantes avaliados.

7.1.1.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE AS QUESTÕES DISCURSIVAS DO COMPONENTE ESPECÍFICO

Foi identificado, na Questão 3, que a principal deficiência na formação dos estudantes estava relacionada ao conteúdo e à capacidade de expressar, de forma clara, as explicações que implicavam cada aspecto. Por ser um tema atual e que está em voga no dia a dia dos estudantes, principalmente, vivendo nas redes sociais, aparentam levar consigo o conhecimento relatado nas próprias mídias, como no caso de escândalos e engajamento, que são citados corriqueiramente em razão das diversas campanhas que acontecem nesse âmbito.

A Questão 4 abordou um tema atual e relevante para o profissional de Publicidade, tanto para aqueles que pretendem trabalhar em agências como, também, para os que irão trabalhar em empresas anunciantes, visto que a mídia programada é amplamente utilizada pelas marcas na busca de obtenção de performance. As respostas que consideraram aspectos de mídia programática, na maioria das vezes, foram superficiais.

O tema da LGPD (Questão 5), especialmente seus desdobramentos nas práticas publicitárias e relações de consumo, não é familiar aos estudantes – ou estes apropriaram-se de modo superficial do tema, ou tiveram pouco ou nenhum contato com o tema ao longo de sua formação. A atualidade e a "novidade" do tema – em comparação aos conteúdos consolidadas na área –, ao mesmo tempo que pode ser responsável pela dificuldade da formação em contemplar a LGPD, também pode configurar-se como oportunidade à formação, pela atenção que o tema tem recebido na área.

7.1.2 ESTATÍSTICAS BÁSICAS NO COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

Na Tabela 7.3, são apresentadas as estatísticas básicas em relação ao componente da prova que avalia a Formação Geral dos estudantes concluintes. A nota de Formação Geral é obtida levando-se em conta os acertos nas oito questões objetivas e a nota média obtida nas questões discursivas 1 e 2, sendo a nota de cada questão discursiva obtida levando-se em conta 80% da nota relativa ao conteúdo e 20% da nota relativa ao desempenho linguístico.

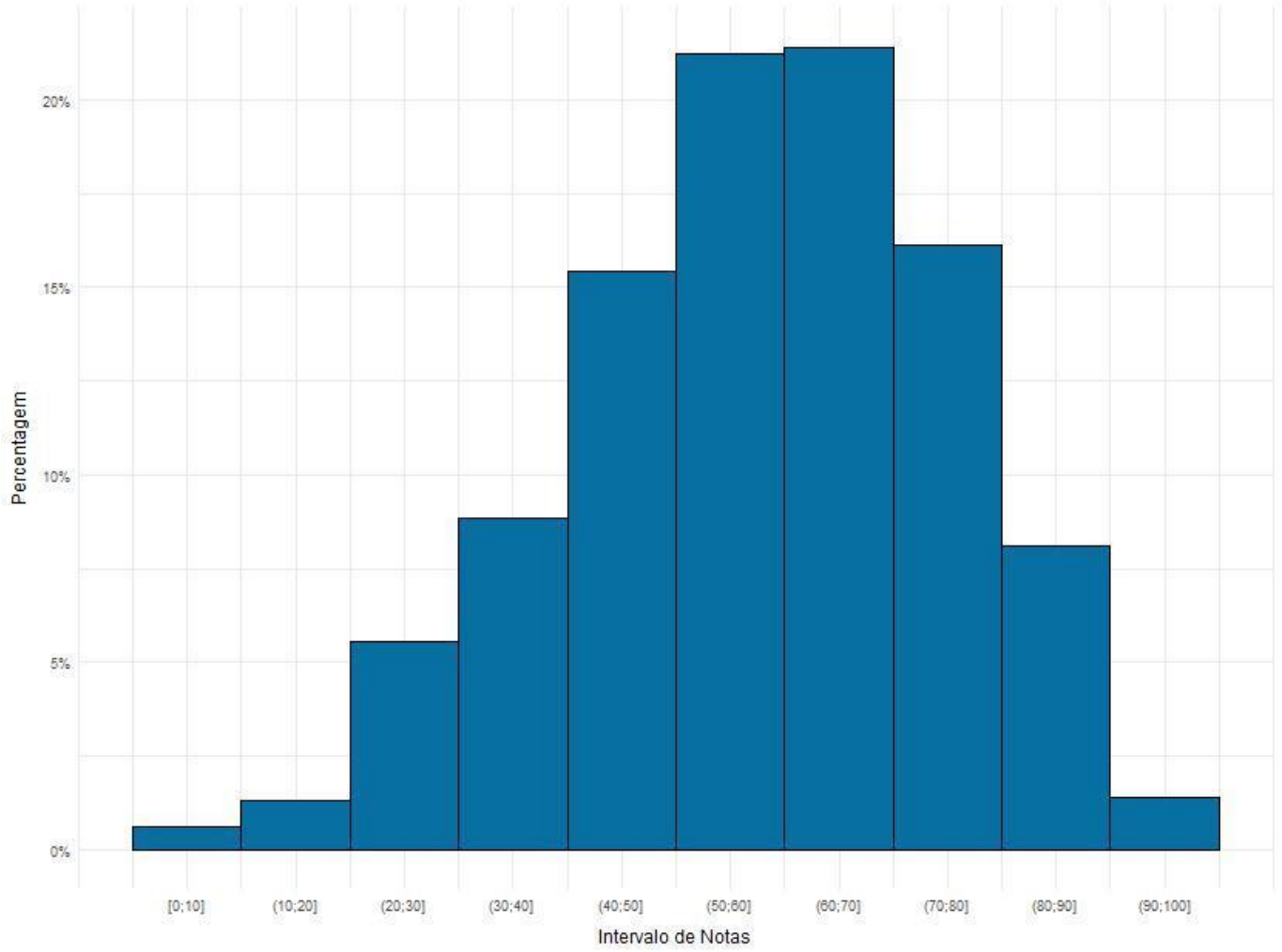
Tabela 7.3 – Estatísticas básicas das notas do Componente de Formação Geral, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	57,6	59,4	58,6	55,1	57,0	59,9
Erro-padrão da média	0,2	0,7	0,5	0,7	0,2	0,5
Desvio-padrão	17,3	16,7	17,1	17,3	17,4	17,1
Mínima	0,0	5,4	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	58,8	60,4	60,0	55,9	58,2	61,7
Máxima	99,0	95,0	97,3	94,6	99,0	98,7

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Conforme os dados da Tabela 7.3, os estudantes de todo o Brasil obtiveram, no Componente de Formação Geral da prova, desempenho médio de 57,6. Quanto à variabilidade, o desvio-padrão das notas dos estudantes do Brasil foi 17,3. A maior média foi obtida na região Sul (59,9) e a menor, na região Norte (55,1). As demais médias foram: 58,6 na região Nordeste, 57,0 na região Sudeste e 59,4 na região Centro-Oeste. Já o maior desvio-padrão foi obtido na região Sudeste (17,4), e o menor, na região Centro-Oeste (16,7). Os demais desvios foram: 17,3 na região Norte, 17,1 na região Nordeste e 17,4 na região Sudeste.

A maior nota no Componente de Formação Geral da prova do Enade/2022 foi 99,0, obtida por pelo menos um estudante na região Sudeste. A menor nota máxima foi obtida na região Norte (94,6). A mediana do Brasil, como um todo, foi 58,8; sendo a menor mediana encontrada na região Norte (55,9), e a maior, na região Sul (61,7). A nota mínima nessa parte foi zero em quase todas as regiões, com exceção da região Centro-Oeste que foi 5,4.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.2 – Histograma das notas do componente de Formação Geral – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

No Gráfico 7.2, é possível verificar a avaliação do desempenho dos estudantes do Componente de Formação Geral, a partir do histograma da distribuição das notas correspondentes. Nesse gráfico, a distribuição é unimodal, com moda em (60:70], mas com pouca diferença para o intervalo que o precede (50:60].

Na Tabela 7.4, são apresentadas as informações referentes ao desempenho dos concluintes do Componente de Formação Geral, em diferentes agregações: categoria administrativa, organização acadêmica e modalidade de oferta.

Tabela 7.4 – Estatísticas básicas das notas do Componente de Formação Geral, por categoria administrativa, por organização acadêmica e modalidade de oferta – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Públicas	Privadas	Universidades	Centros Universitários	Faculdades	CEFET/IF	Educação Presencial	A Distância
Média	66,8	56,6	57,8	56,5	58,8	-	57,9	53,2
Erro-padrão da média	0,5	0,2	0,2	0,3	0,4	-	0,2	0,7
Desvio-padrão	16,2	17,1	17,7	16,5	16,7	-	17,3	17,2
Mínima	4,2	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,0	0,0
Mediana	69,8	57,7	59,0	57,3	60,0	-	59,2	53,8
Máxima	98,0	99,0	99,0	98,7	98,6	-	99,0	95,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

A partir dos dados da Tabela 7.4, observa-se que as médias dos tipos de organização acadêmica foram: 57,8 para as universidades; 56,5 para os centros universitários e 58,8 para as faculdades. A nota máxima obtida pelas IES privadas (99,0) foi maior em comparação às IES públicas. O desvio-padrão menor foi percebido nas IES públicas, e, entre as organizações acadêmicas, esse valor foi menor para os centros universitários.

No que se refere à modalidade de oferta, os cursos presenciais apresentaram média de 57,9 enquanto que à média dos cursos a distância foram de 53,2.

7.1.3 ESTATÍSTICAS BÁSICAS DO COMPONENTE ESPECÍFICO

Na Tabela 7.5, são apresentadas as estatísticas básicas referentes ao Componente Específico da área de Publicidade e Propaganda. A nota do Componente Específico leva em conta as notas da parte objetiva e a média das notas obtidas nas três questões discursivas da parte discursiva da área.

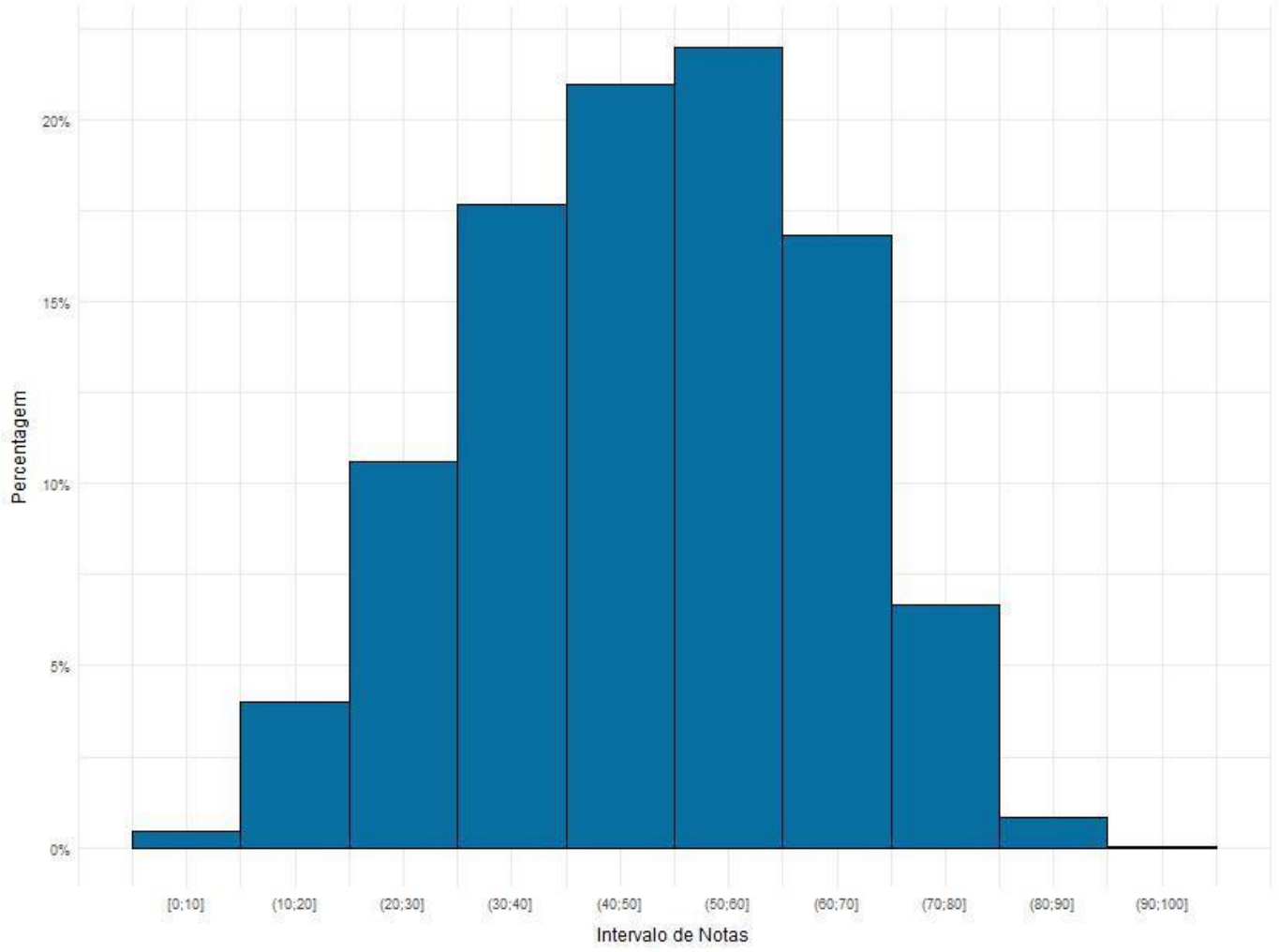
Tabela 7.5 – Estatísticas básicas das notas do Componente Específico, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	47,8	49,9	48,5	47,4	46,6	51,7
Erro-padrão da média	0,2	0,6	0,5	0,6	0,2	0,4
Desvio-padrão	15,8	14,8	15,5	14,7	16,0	15,3
Mínima	0,0	7,7	0,0	8,8	0,0	0,0
Mediana	48,2	51,2	49,3	47,8	46,7	52,7
Máxima	92,4	84,7	85,5	87,3	92,4	91,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com a Tabela 7.5, a média do desempenho dos estudantes do Brasil, para o Componente Específico da prova, foi 47,8. A maior média foi obtida na região Sul (51,7), e a menor, na região Sudeste (46,6). As demais médias foram: 47,4 na região Norte, 48,5 na região Nordeste e 49,9 na região Centro-Oeste. Quanto à variabilidade das notas, o desvio-padrão do Brasil foi 15,8; sendo o maior desvio-padrão observado na região Sudeste (16,0) e o menor, na região Norte (14,7). Os demais desvios foram: 14,8 na região Centro-oeste; 15,5 na região Nordeste e 15,3, no Sul.

A mediana das notas dos estudantes de todo o Brasil foi 48,2. A maior mediana ocorreu na região Sul (52,7), e a menor, na região Sudeste (46,7). As demais medianas foram: 49,3 na região Nordeste, 51,2 na região Centro-Oeste e 47,8, no Norte. A nota máxima do Brasil, como um todo, foi 92,4; sendo obtida por pelo menos um estudante na região Sudeste. As demais notas máximas foram: 84,7 na região Centro-oeste; 85,5 na região Nordeste; 87,3 na região Norte e 91,0, no Sul. A maior nota mínima foi de 8,8 na região Norte.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.3 – Histograma das notas do componente Específico – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Assim como nos Gráficos 7.1 e 7.2, antes mostrados, no Gráfico 7.3, apresentado adiante, é possível ser feita uma avaliação do desempenho de concluintes de Publicidade e Propaganda, em relação ao Componente Específico, com um histograma da distribuição das notas correspondentes. Esta também é uma distribuição unimodal, e o grupo modal é o (50; 60].

Na Tabela 7.6, é apresentada uma comparação dos resultados em relação a categoria administrativa, a organização acadêmica e a modalidade de oferta, levando-se em conta o desempenho de estudantes do Componente Específico da prova.

Tabela 7.6 – Estatísticas básicas das notas do Componente Específico, por categoria administrativa, por organização acadêmica e por modalidade de oferta – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Públicas	Privadas	Universidades	Centros Universitários	Faculdades	CEFET/IF	Educação Presencial	A Distância
Média	55,8	46,8	47,7	47,8	48,0	-	47,9	45,8
Erro-padrão da média	0,5	0,2	0,2	0,3	0,4	-	0,2	0,6
Desvio-padrão	14,9	15,6	15,9	15,3	16,1	-	15,9	14,8
Mínima	3,8	0,0	0,0	0,0	0,0	-	0,0	12,0
Mediana	57,7	47,2	48,0	48,5	48,4	-	48,5	46,0
Máxima	85,9	92,4	88,5	92,4	91,0	-	92,4	87,5

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados expostos na Tabela 7.6, no que se refere à organização acadêmica, a maior média e o maior desvio-padrão foram das faculdades (48,0 e 16,1, respectivamente). Os Centros Universitários obtiveram a maior nota máxima (92,4), enquanto que as universidades obtiveram nota máxima de 88,5 e as faculdades, 91,0. As medianas foram: 48,0 nas universidades, 48,5 nos centros universitários e 48,4 nas faculdades.

Os cursos de educação presencial apresentaram maior média (47,9) e maior desvio-padrão (15,9) em relação aos cursos a distância (45,8 e 14,8, respectivamente).

7.2 ANÁLISE DAS QUESTÕES OBJETIVAS

Esta seção apresenta estatísticas selecionadas e histogramas das questões objetivas de Formação Geral (7.2.1) e de Componente Específico (7.2.2). São, também, apresentadas e comparadas as médias das subpopulações caracterizadas por grande região.[12]

7.2.1 COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

Na Tabela 7.7, são apresentadas as estatísticas básicas relativas às oito questões objetivas do Componente da prova que abrange a Formação Geral dos estudantes.

Tabela 7.7 – Estatísticas básicas das notas das questões objetivas do Componente de Formação Geral, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	60,3	63,8	63,1	57,1	59,2	62,6
Erro-padrão da média	0,2	0,8	0,6	0,9	0,3	0,6
Desvio-padrão	21,3	20,7	20,3	21,3	21,6	20,5
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	62,5	62,5	62,5	62,5	62,5	62,5
Máxima	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados da Tabela 7.7, em relação ao Componente de Formação Geral, a média do Brasil foi 60,3. A menor média foi encontrada na região Norte (57,1), e a maior, na região Centro-Oeste (63,8). As demais médias foram: 63,1 na região Nordeste, 59,2 na região Sudeste e 62,6 na região Sul. O desvio-padrão do Brasil foi 21,3; sendo o maior desvio-padrão encontrado na região Sudeste (21,6), e o menor desvio-padrão encontrado na região Nordeste (20,3).

As medianas do Brasil, como um todo, e das cinco regiões (Sul, Nordeste, Centro-Oeste, Norte e Sudeste) foram iguais a 62,5. Quanto à nota máxima, 100,0 foi alcançada nas cinco Grandes Regiões. As notas mínimas (0,0) foram iguais para todas as regiões.

Na Tabela 7.8, exposta mais adiante, são apresentados o Índice de Facilidade e o Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial) para cada uma das questões objetivas do Componente de Formação Geral.

[12] As fórmulas utilizadas para o coeficiente de correlação Ponto-Bisserial e para o índice de facilidade estão apresentadas no Capítulo 2.

Tabela 7.8 – Valor e classificação dos Índices de Facilidade e de Discriminação (Ponto- Bisserial) das questões objetivas do Componente de Formação Geral, segundo o número da questão – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Questão	Índice de Facilidade		Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial)	
	Valor	Classificação	Valor	Classificação
1	0,34	Difícil	0,43	Muito bom
2	0,79	Fácil	0,48	Muito bom
3	0,87	Muito fácil	0,42	Muito bom
4	0,57	Médio	0,45	Muito bom
5	0,45	Médio	0,47	Muito bom
6	0,70	Fácil	0,52	Muito bom
7	0,40	Difícil	0,49	Muito bom
8	0,71	Fácil	0,51	Muito bom

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados da Tabela 7.8, as questões objetivas do Componente de Formação Geral, segundo o índice de facilidade, foram assim avaliadas: nenhuma teve o índice de facilidade classificado como “Muito Difícil”. Uma questão foi classificada como “Muito Fácil” no índice de facilidade com valor de 0,87. Três questões foram classificadas como “Fácil”, com valor de 0,70, 0,71 e 0,79. Duas questões foram classificadas como "Médio” por terem valores de 0,45 e 0,57. Duas questões foram classificadas na categoria “Difícil” com valores de 0,34 e 0,40. O índice de facilidade variou de 0,34 a 0,87.

Segundo o Índice de Discriminação, todas as questões foram classificadas como "Muito Bom”, variando de 0,42 a 0,52.

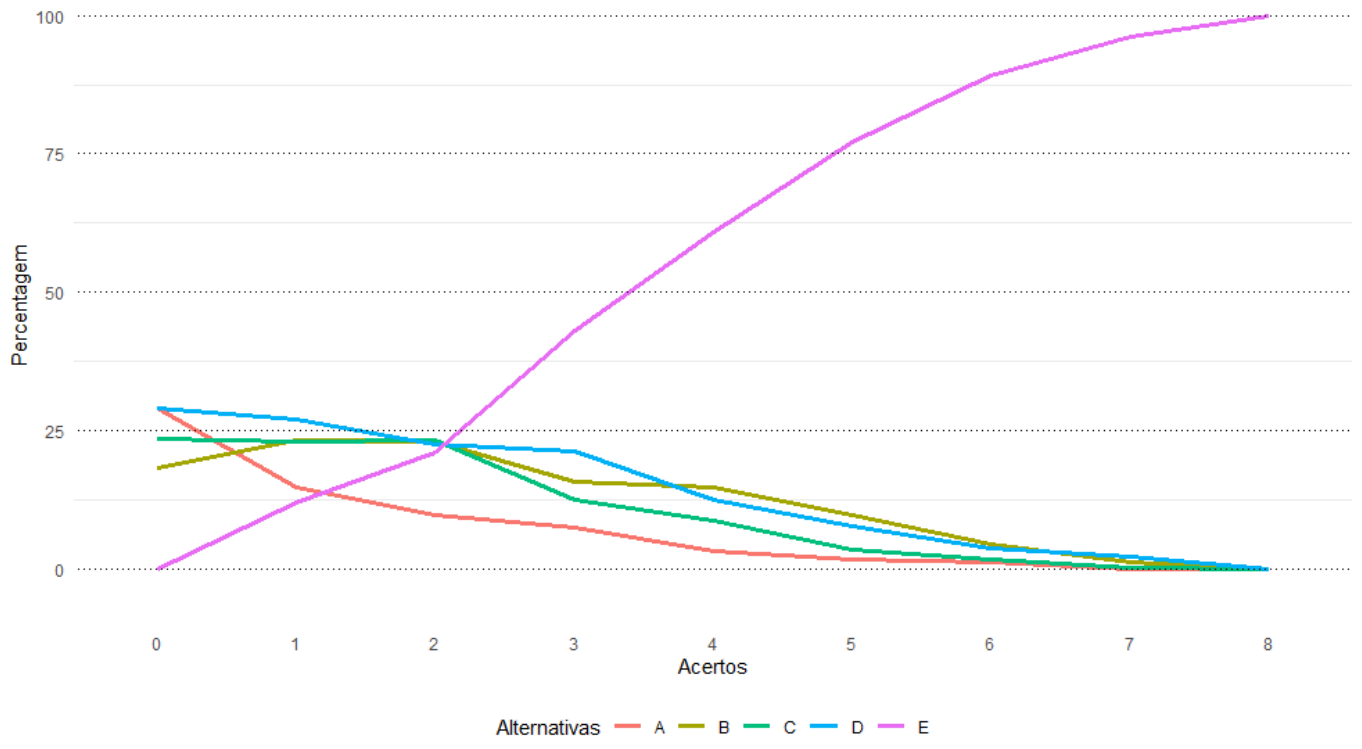
Na Tabela 7.9, é apresentada a distribuição das questões, levando-se em conta, simultaneamente, a classificação dos dois índices.

Tabela 7.9 – Número de questões objetivas do Componente de Formação Geral por Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial), segundo Índice de Facilidade – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial)			
Índice de Facilidade	**Fraco**	**Médio**	**Bom**	**Muito bom**
Muito difícil	-	-	-	0
Difícil	-	-	-	2
Médio	-	-	-	2
Fácil	-	-	-	3
Muito fácil	-	-	-	1

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 7.9 atestam que oito questões que tiveram Índice de Discriminação "Muito bom" figuraram em quatro níveis de dificuldade – "Muito Fácil, Fácil, Médio e Difícil": uma classificada na categoria "Muito Fácil", três classificadas na categoria "Fácil", duas classificadas na categoria "Médio" e duas, na categoria "Difícil'.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.4 – Análise Gráfica da Questão 6 [GABARITO = E] – de Formação Geral – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

No Gráfico 7.4, cada uma das cinco curvas representa o percentual de respostas em determinada alternativa da questão, em função do número de acertos dos estudantes nessa parte da prova (Formação Geral/Múltipla Escolha), antes de possíveis eliminações pelo critério Ponto-Bisserial. Os gráficos relativos às demais questões de Formação Geral constam do Anexo IV.

7.2.2 COMPONENTE ESPECÍFICO

Na Tabela 7.10, são apresentadas as estatísticas básicas em relação às questões objetivas do Componente Específico da prova de Publicidade e Propaganda por grande região.

Tabela 7.10 – Estatísticas básicas das notas das questões objetivas do Componente Específico, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	49,7	52,4	51,0	49,6	48,3	53,8
Erro-padrão da média	0,2	0,7	0,5	0,7	0,2	0,5
Desvio-padrão	17,1	16,0	16,7	16,1	17,4	16,5
Mínima	0,0	9,1	0,0	4,5	0,0	0,0
Mediana	50,0	54,5	50,0	50,0	50,0	54,5
Máxima	95,5	90,9	90,9	90,9	95,5	90,9

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como se verifica a partir dos dados da Tabela 7.10, a média do Brasil para o Componente Específico da prova foi 49,7. A menor média foi observada na região Sudeste (48,3), e a maior, na região Sul (53,8). O desvio-padrão de todo o Brasil foi 17,1, sendo o maior desvio-padrão encontrado nas regiões Sudeste (17,4), e o menor, na região Centro-Oeste (16,0).

A mediana de todo o Brasil foi 50,0, o mesmo valor da mediana encontrada em nas regiões Nordeste, Norte e Sudeste, e inferior às medianas das regiões Centro-Oeste e Sul (54,5). A nota Máxima da prova foi 95,5, obtida, nas questões objetivas do Componente Específico, por pelo menos um estudante da região Sudeste e, nas demais regiões, a nota máxima foi de 90,9. A maior nota mínima foi 9,1, obtida por pelo menos um estudante na região Centro-oeste.

Na Tabela 7.11, são apresentados os Índices de Facilidade e de Discriminação (Ponto-Bisserial) das Questões Objetivas do Componente Específico, para os estudantes de Publicidade e Propaganda. Para facilitar a diferenciação das questões, serão usadas as mesmas cores da Tabela 7.8, anteriormente apresentada, para as diferentes classificações dos Índices de Facilidade e de Discriminação.

Tabela 7.11 – Valor e classificação dos Índices de Facilidade e de Discriminação (Ponto-Bisserial) das questões objetivas do Componente Específico, segundo o número da questão – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Questão	Índice de Facilidade		Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial)	
	Valor	Classificação	Valor	Classificação
9	0,78	Fácil	0,29	Médio
10	0,22	Difícil	0,24	Médio
11	0,55	Médio	0,30	Bom
12	0,69	Fácil	0,38	Bom
13	0,57	Médio	0,37	Bom
14	0,28	Difícil	0,31	Bom
15	0,50	Médio	0,39	Bom
16	0,53	Médio	0,30	Bom
17	0,33	Difícil	0,24	Médio
18	0,47	Médio	0,42	Muito bom
19	0,17	Difícil	0,09	Fraco
20	0,79	Fácil	0,46	Muito bom
21	0,56	Médio	0,39	Bom
22	0,48	Médio	0,48	Muito bom
23	0,56	Médio	0,27	Médio
24	0,13	Muito difícil	0,01	Fraco
25	0,23	Difícil	0,15	Fraco
26	0,39	Difícil	0,33	Bom
27	0,45	Médio	0,43	Muito bom
28	0,50	Médio	0,28	Médio
29	0,17	Difícil	0,08	Fraco
30	0,47	Médio	0,30	Bom
31	0,71	Fácil	0,46	Muito bom
32	0,42	Médio	0,44	Muito bom
33	0,12	Muito difícil	0,00	Fraco
34	0,20	Difícil	0,19	Fraco
35	0,48	Médio	0,43	Muito bom

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

A partir do Índice de Facilidade obtido, apresentado na Tabela 7.11, pode-se concluir que, a maioria das questões objetivas da prova foram consideradas de nível médio (13). Oito questões foram consideradas "Difíceis". 4 questões foram consideradas "Fácil" e 2 questões foram consideradas "Muito difícil". O Índice de Facilidade variou de 0,12 a 0,79 e o de Discriminação, de 0,00 a 0,48.

Na Tabela 7.12, é apresentada a distribuição das questões levando-se em conta, simultaneamente, a classificação dos dois índices.

Tabela 7.12 – Número de questões objetivas do Componente Específico por Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial), segundo Índice de Facilidade – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

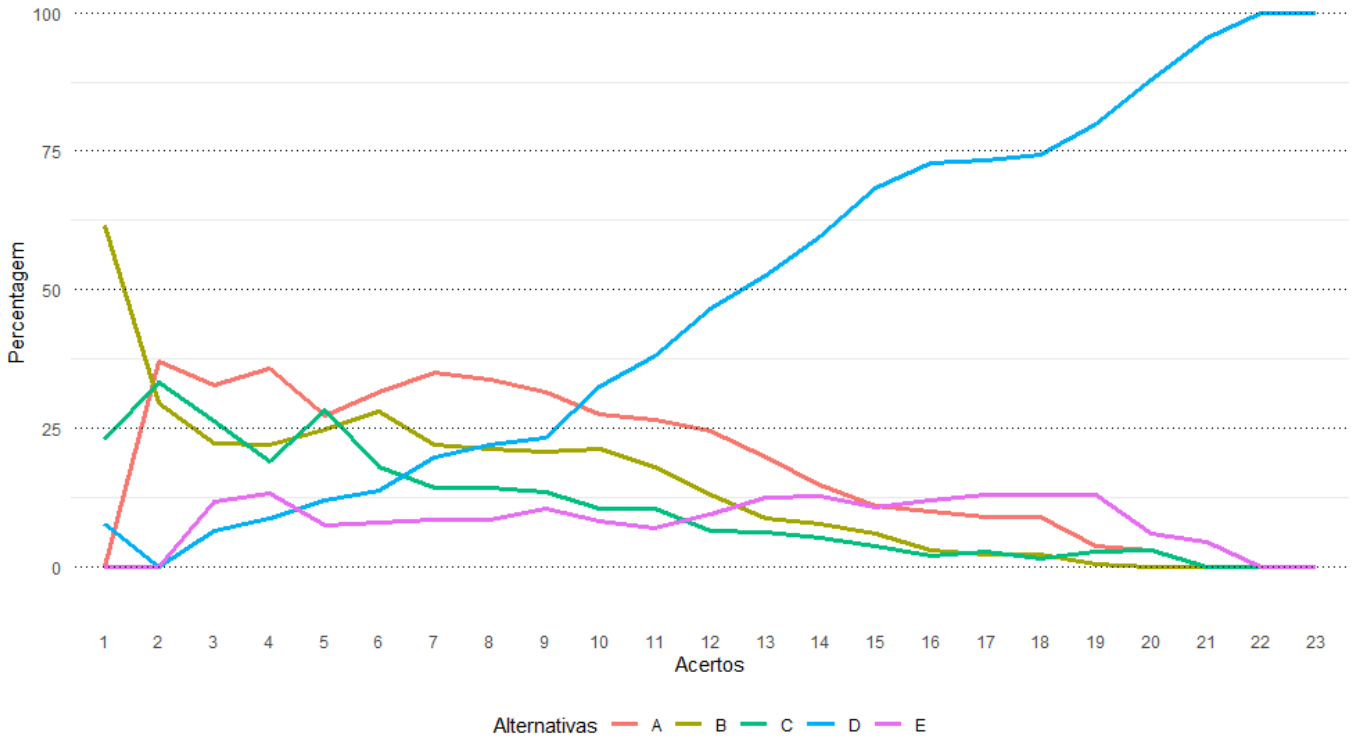
	Índice de Discriminação (Ponto-Bisserial)			
Índice de Facilidade	Fraco	Médio	Bom	Muito bom
Muito difícil	2	0	0	0
Difícil	4	2	2	0
Médio	0	2	6	5
Fácil	0	1	1	2
Muito fácil	0	0	0	0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 7.12 atestam que nove questões que tiveram Índice de Discriminação Bom figuraram em três níveis de dificuldade – "Fácil, Médio e Difícil": uma classificada na categoria "Fácil", seis classificadas na categoria "Médio" e duas na categoria "Difícil".

Todas as questões que tiveram o Índice de Discriminação Fraco se configuraram com índices de facilidade "Difícil" (quatro questões) ou "Muito Difícil" (duas questões).

A título de exemplo das análises do comportamento das questões objetivas, no Gráfico 7.5, analisa-se a Questão 33 do Componente Específico.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.5 – Análise gráfica da Questão 27 [GABARITO = D] – de Formação Específica – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

No Gráfico 7.5, cada uma das cinco curvas representa o percentual de respostas em determinada alternativa da questão, em função do número de acertos dos estudantes nessa parte da prova (Componente Específico), antes de possíveis eliminações pelo critério Ponto-Bisserial. Os gráficos relativos às demais questões do Componente Específico constam no Anexo IV.

7.3 ANÁLISE DAS QUESTÕES DISCURSIVAS

Esta seção apresenta estatísticas selecionadas e histogramas das questões discursivas de Formação Geral (7.3.1) e de Componente Específico (7.3.2). Expõe e compara, também, as médias de subpopulações, caracterizadas por grande região.

Cumpre notar que nem todas as questões passam pelo crivo dos corretores. As respostas depois de digitalizadas passam por um pré-processamento de identificação automático. Algumas destas questões são definidas como um "branco automático" (que não são enviadas para os professores para correção, a não ser que na segunda fase, a de inspeção visual, seja constatada uma resposta). O critério usado neste pré-processamento, é verificar para cada questão, a partir da quantidade de *pixels*, o que provavelmente, é uma resposta em branco. A partir da separação destes documentos que foram considerados em branco, eles são enviados para uma verificação visual, por uma equipe de colaboradores, devidamente capacitados. Deste modo, quaisquer erros, deste pré-processamento, são encontrados, e as questões preenchidas são enviadas para a correção dos professores.

Eventualmente, algumas respostas em branco não são detectadas nesse pré-processamento automático. A presença de pequenos riscos, ou manchas, pode fazer o programa não identificar uma questão como um possível branco. Estas são enviadas para a correção, mas são classificadas como "branco" pelos professores, quando da correção.

7.3.1 COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

As análises dos resultados de desempenho dos estudantes de Publicidade e Propaganda, nas duas questões discursivas relativas à Formação Geral, encontram-se na Tabela 7.13 e no Gráfico 7.6, cujos dados são analisados de forma sequenciada.

No caso da Tabela 7.13, analisa-se a média das notas de cada questão discursiva de Formação Geral que leva em conta as correções realizadas por duas bancas: uma que analisa e pontua aspectos relativos ao conteúdo das respostas, seguindo o padrão de respostas divulgado pelo Inep (ver Anexo IX); outra que avalia o desempenho linguístico expresso pela redação das respostas, seguindo um padrão de respostas específico da área de Língua Portuguesa, detalhado na seção 7.3.1.7 deste relatório.

A nota de cada questão é composta de 80% da nota da correção de conteúdo e 20% da nota de desempenho linguístico.

Tabela 7.13 – Estatísticas básicas das notas das questões discursivas do Componente de Formação Geral, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

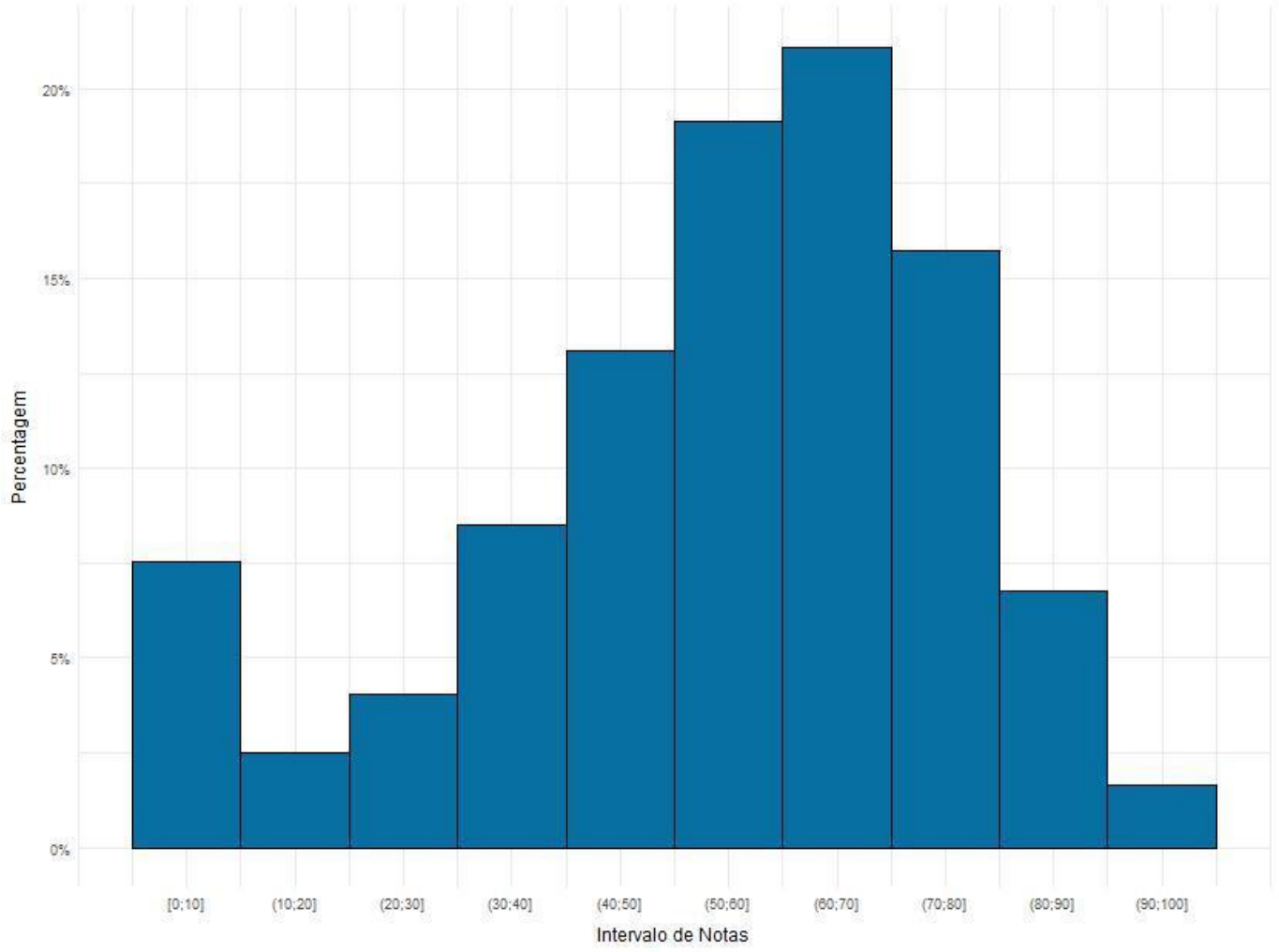
Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	53,7	52,8	51,9	52,2	53,7	55,9
Erro-padrão da média	0,2	0,9	0,7	1,0	0,3	0,6
Desvio-padrão	22,5	23,0	23,3	22,6	22,2	22,3
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	58,0	58,0	56,0	57,4	57,3	60,5
Máxima	100,0	98,8	96,5	95,5	100,0	97,8

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Na Tabela 7.13, observa-se que os estudantes de todo o Brasil obtiveram, em Formação Geral, média 53,7 nas questões discursivas. Pode-se notar, também, que o desvio-padrão nesse conjunto de questões foi de 22,5. A maior média foi obtida na região Sul (55,9) e a menor, na região Nordeste (51,9).

A mediana de todo o Brasil, neste componente, foi 58,0 e a maior mediana foi a da região Sul, de 60,5. A nota máxima (100) foi obtida por pelo menos um estudante da região Sudeste. A nota mínima (0,0) foi a mesma em todas as regiões do Brasil.

No Gráfico 7.6, está representada a distribuição das notas nas questões discursivas do Componente de Formação Geral.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.6 – Histograma das notas das questões discursivas do Componente de Formação Geral – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Como mostra o Gráfico 7.6, a moda da distribuição ocorre no intervalo (60; 70], com frequência de aproximadamente 22% dos participantes, sendo que, no intervalo [0; 10], inclui-se, além da nota zero, a frequência de estudantes que deixaram esse tipo de questão em branco.

Na sequência, os resultados verificados para cada uma das questões discursivas de Formação Geral serão apresentados, estabelecendo-se relações com os conteúdos abordados em cada uma delas. Os comentários das bancas de docentes corretores, a respeito do observado na correção das respostas dos estudantes, suas impressões e conclusões serão apresentados junto à análise de cada questão.

Cumpre esclarecer que, tendo em vista que as questões discursivas de Formação Geral são padronizadas, ou seja, constam de todas as provas, os comentários da Banca são os mesmos para todas as carreiras acadêmicas, sendo direcionados a todos os estudantes que participaram do Enade/2022.

A seguir, serão analisados o desempenho linguístico dos estudantes da área de Publicidade e Propaganda nas duas questões discursivas de Formação Geral do Enade/2022, apresentando-se os resultados obtidos e os comentários da banca de correção para cada questão.

7.3.1.1 ANÁLISE DE CONTEÚDO DA QUESTÃO DISCURSIVA 1 DO COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

Os dados de Publicidade e Propaganda obtidos a partir das respostas à Questão 1 do Componente de Formação Geral, encontram-se na Tabela 7.14 e no Gráfico 7.7, exposto após a apresentação dos dados da referida tabela.

Tabela 7.14 – Estatísticas básicas das notas de conteúdo da Questão Discursiva 1 do Componente de Formação Geral, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

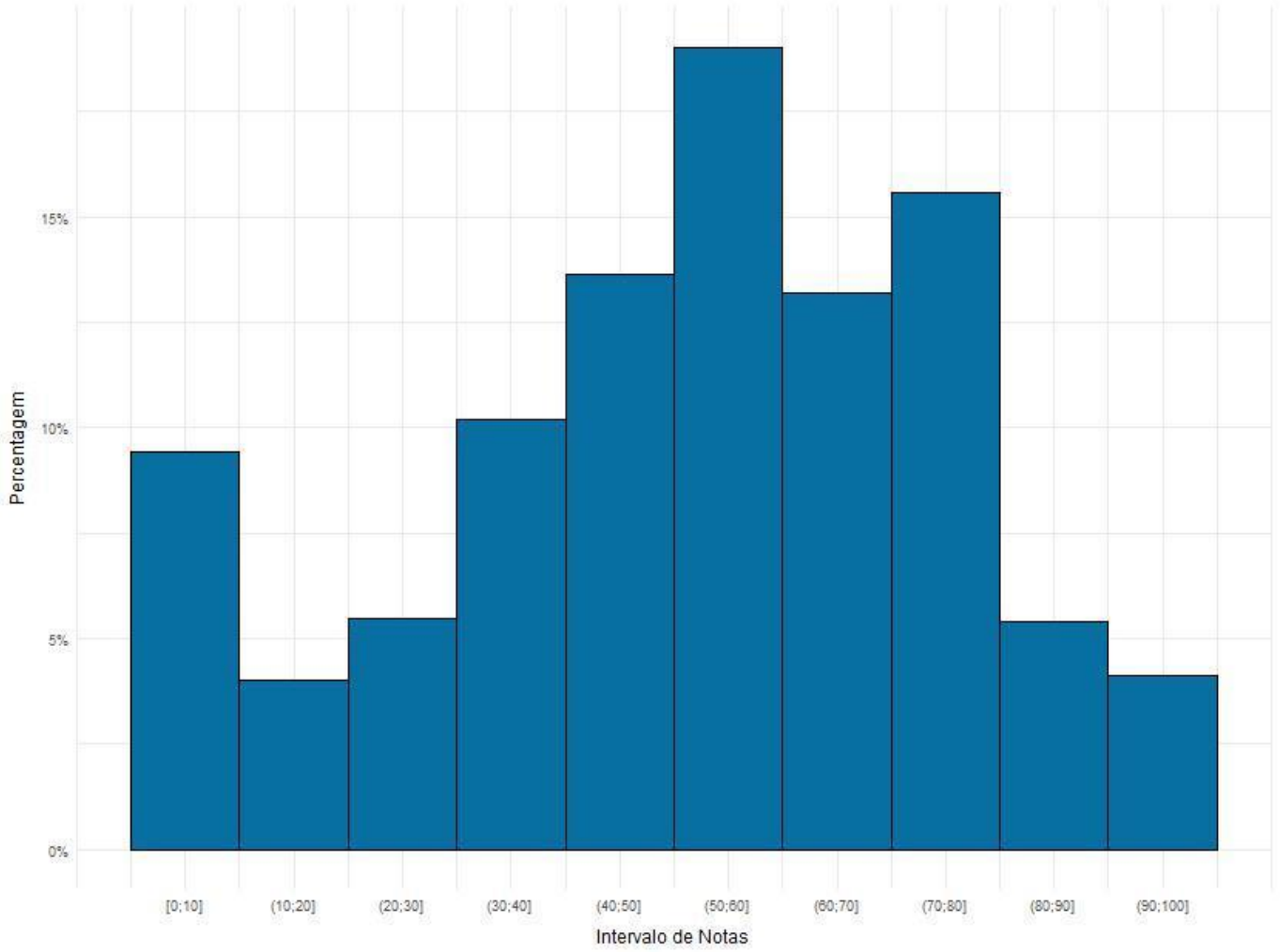
Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	50,9	50,2	49,5	49,6	51,0	52,7
Erro-padrão da média	0,3	1,0	0,8	1,1	0,3	0,7
Desvio-padrão	25,2	25,7	26,2	25,1	25,0	24,8
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	53,5	53,0	53,0	53,0	53,5	55,5
Máxima	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Verifica-se, a partir dos dados da Tabela 7.14, que na Questão 1 do Componente de Formação Geral – de desempenho abaixo ao da outra questão do mesmo componente –, os estudantes de todo o Brasil tiveram média 50,9. A maior média para a Questão 1 foi obtida na região Sul (52,7), e a menor, na região Nordeste (49,5). Quanto à variabilidade das notas, o desvio-padrão de todo o Brasil foi 25,2. O menor desvio-padrão foi obtido na região Sul (24,8), e o maior desvio-padrão foi obtido pela região Nordeste (26,2).

A mediana do Brasil, como um todo, foi igual a 53,5, sendo igual na região Sudeste e inferior à mediana da região Sul (55,5). A nota máxima da Questão Discursiva 1 foi 100,0, obtida por, pelo menos, um estudante em todas as regiões. Já a nota mínima para todas as regiões foi zero.

No Gráfico 7.7, apresenta-se a distribuição das notas na Questão Discursiva 1 do Componente de Formação Geral.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.7 – Histograma das notas dos conteúdos da Questão Discursiva 1 do Componente de Formação Geral – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

O Gráfico 7.7 mostra que mais de 8% dos participantes deixaram em branco a resposta à Questão Discursiva 1. A moda dessa distribuição ocorre no intervalo (50; 60] com uma frequência maior que 18% dos participantes.

7.3.1.2 COMENTÁRIOS SOBRE A CORREÇÃO DE CONTEÚDO DAS RESPOSTAS À QUESTÃO DISCURSIVA 1

A Questão 1 abordou um tema atual, com dois itens para os estudantes responderem: a) "discuta por que os investimentos em educação, ciência, tecnologia e inovação são estratégicos e contribuem para o desenvolvimento de um país"; b) "explique como o fomento público ao desenvolvimento científico pode atender à justiça social e à equidade, em contextos como o da pandemia de Covid-19". O tema contempla como os investimentos em educação, ciência, tecnologia e inovação (ECTI) cooperam para um país se desenvolver e como o fomento público, vinculado ao desenvolvimento científico, pode atender à justiça social, à equidade e à população em momentos de pandemia. Esse tema é atual, pois o mundo vivenciou recentemente uma pandemia que, somente no Brasil, deixou mais de 700 mil mortos, sendo exaustivamente comentada na televisão e nos meios digitais. Logo, almeja-se que os respondentes justifiquem a necessidade de investimentos em ECTI com foco em questões como: investimentos público em P&D por meio de universidades públicas; pesquisas realizadas em outros países que possibilitaram o acesso mais célere às vacinas e serviram de modelo para o que foi desenvolvido no Brasil; pesquisadores de universidade, tanto brasileiras quanto estrangeiras como protagonistas para orientar e informar a respeito da Covid-19 por meio dos canais de comunicação; desenvolvimento de equipamentos de segurança, como máscara de nariz ou de rosto, respiradores, que foram implementados e viabilizados por pesquisa e extensão em universidades e escolas técnicas.

Esperava-se que os candidatos soubessem o básico a respeito do tema, pois o assunto é bastante atual. Quanto ao item B, esperava-se que os candidatos abordassem questões como: o papel das universidades e dos centros de pesquisa para a justiça e a equidade; o investimento público em pesquisa, tecnologia e educação para garantir acesso igualitário da população aos recursos de saúde, podendo fazer um contraponto com os investimentos privados; a política de distribuição de vacinas gratuitas por meio do Sistema Único de Saúde, que possibilitou o acesso às vacinas no Brasil; e as questões econômicas mundiais que determinaram uma distribuição desigual de recursos de saúde em escala global, com os países mais ricos retendo a maior parte desses recursos.

Atualmente, é comprovado que os países dominantes são aqueles que se desenvolvem e dominam as ferramentas tecnológicas. As pesquisas mostram que os países que, mesmo em crise, investiram em ciência, tecnologia e inovação são os que conseguiram se reerguer mais rapidamente e sobressair-se aos demais países em crises pandêmicas. Portanto, a questão foi elaborada de maneira oportuna e adequada ao universo do estudante universitário brasileiro.

No item A, o estudante poderia focar em diversos argumentos, entre eles: como ocorreu o investimento público em pesquisa e desenvolvimento por meio de universidades públicas e institutos de pesquisa; como as pesquisas realizadas em outros países possibilitaram acesso mais rápido às vacinas e serviram de modelo para o que foi desenvolvido no Brasil; como o contingenciamento do Fundo Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (FNDCT) prejudicou e ainda prejudica o Brasil, entre diversos outros assuntos.

No item B, era esperado que o estudante explicasse como o fomento público ao desenvolvimento científico pode atender à justiça social e à equidade, em contextos como o da pandemia de Covid-19. Além disso, deveria abordar a importância das universidades com a justiça social; como os países que investem nessa área têm grandes vantagens em relação a outros países que não investem; a distribuição de vacina atende à justiça social por possibilitar que toda a população seja vacinada, independentemente de ser rico ou pobre, por exemplo.

O espaço disponível para a resposta dos dois itens foi adequado e a maioria das respostas ocupou parte das linhas, não utilizando todo o espaço. Algumas respostas não apresentaram a separação dos itens A e B.

A maioria dos estudantes respondeu de, modo semelhante, ao que constava do padrão de resposta. Foi recorrente a exposição do problema sem desenvolvê-lo com clareza, apenas de forma superficial. A abordagem do candidato sobre o tema tornou-se, em alguns casos, muito genérica.

As respostas consideradas boas atenderam ao que a banca esperava. Abordaram a importância de investir em CT&I para desenvolver o país, desdobrando os argumentos e citando como isso poderia ocorrer. No geral, as notas estavam abaixo do esperado.

Ficou evidente que a maioria dos estudantes possui um conhecimento sobre os dois itens apresentados. A Questão 1 visou avaliar o desenvolvimento da argumentação de um tema relevante para a sociedade brasileira vigente. Além disso, houve problemas estruturais nos textos, pois a grande maioria dos estudantes tem uma noção do assunto, mas muitos possuem dificuldade de construir um texto com coesão e coerência, ou seja, não conseguem concatenar os argumentos para defender um ponto de vista.

No geral, em relação à Questão 1, identificou-se que a principal deficiência na formação dos estudantes está relacionada ao aprofundamento do conteúdo e à capacidade de expressar, com clareza e coesão, sua opinião a respeito de determinado assunto.

7.3.1.3 ANÁLISE DE CONTEÚDO DA QUESTÃO DISCURSIVA 2 DO COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

A Tabela 7.15 apresenta dados estatísticos a respeito das notas de conteúdo da Questão Discursiva 2 do Componente de Formação Geral, organizados por grande região de funcionamento dos cursos, no país.

Tabela 7.15 – Estatísticas básicas das notas de conteúdo da Questão Discursiva 2 do Componente de Formação Geral, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

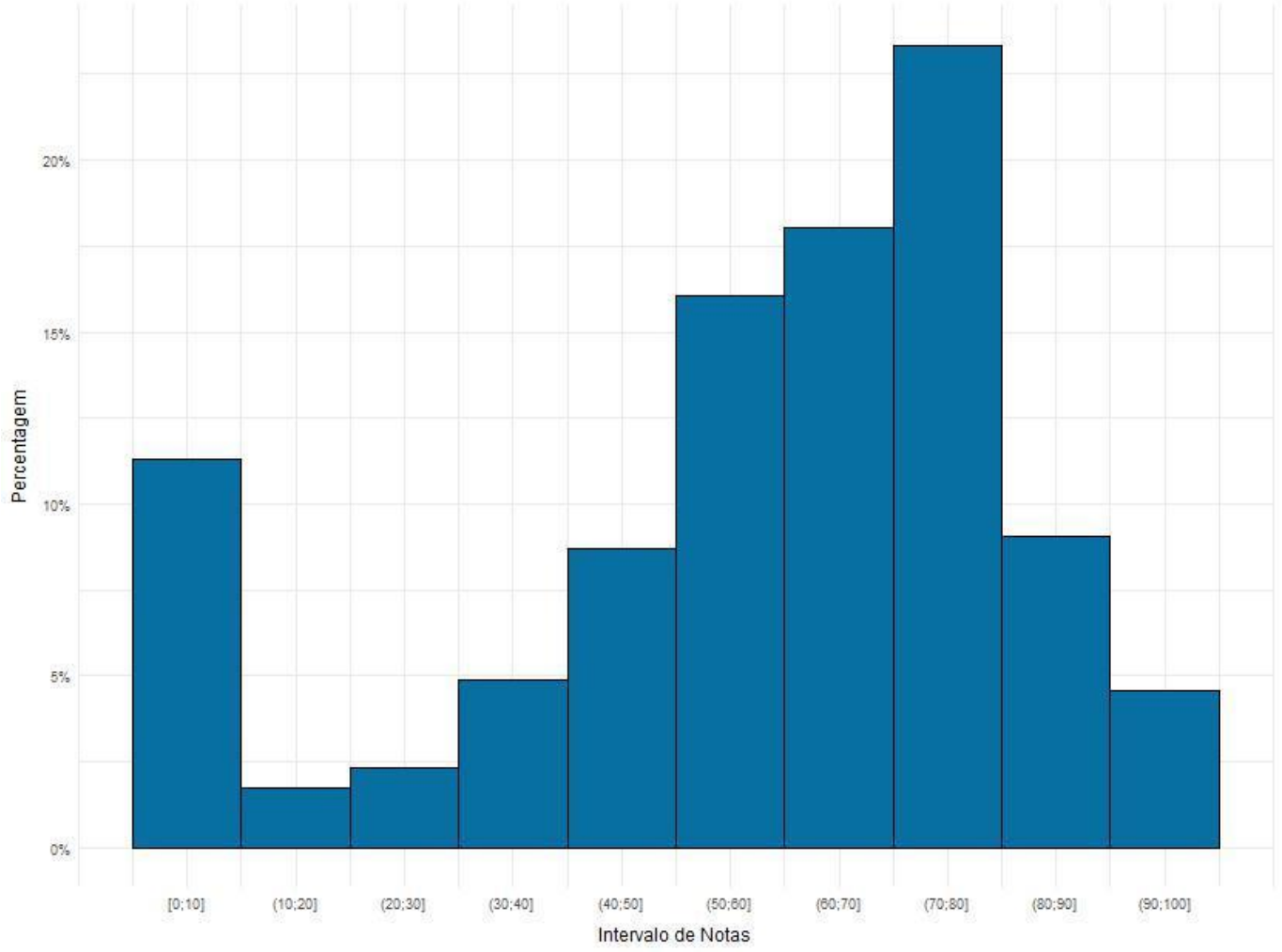
Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	56,4	55,4	54,3	54,8	56,5	59,2
Erro-padrão da média	0,3	1,1	0,8	1,1	0,3	0,7
Desvio-padrão	26,2	26,8	27,7	26,3	25,9	25,8
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	63,0	63,0	61,0	61,3	63,0	65,5
Máxima	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

A Tabela 7.15 mostra que o desempenho médio dos estudantes, na Questão Discursiva 2 (média 56,4), foi acima do obtido na Questão Discursiva 1 (média 50,9). A região Nordeste foi aquela cuja média foi menor (54,3), e a maior média foi na região Sul (59,2). Quanto à variabilidade das notas, o desvio-padrão de todo o Brasil foi 26,2; superior ao obtido na Questão Discursiva 1 (25,2). O maior desvio nessa questão foi obtido na região Nordeste (27,7), enquanto o menor foi obtido na região Sul (25,8).

A mediana de todo o Brasil foi igual a 63, a mesma de duas regiões (Centro-Oeste e Sudeste). As exceções foram as regiões Nordeste, Norte e Sul, que obtiveram mediana de 61, 61,3 e 65,5, respectivamente. A nota máxima da Questão Discursiva 2 foi 100,0, obtida por pelo menos um participante em todas as regiões. Já a nota mínima para todas as regiões foi zero.

No Gráfico 7.8, mostra-se a distribuição das notas na Questão Discursiva 2 do Componente de Formação Geral.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.8 – Histograma das notas dos conteúdos da Questão Discursiva 2 do Componente de Formação Geral – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

O Gráfico 7.8 mostra que quase 15% dos participantes compõem o intervalo [0;10], incluindo estudantes que não responderam a Questão Discursiva 2. A moda dessa distribuição ocorre no intervalo (70; 80] com um frequência maior que 22% dos participantes.

7.3.1.4 COMENTÁRIOS SOBRE A CORREÇÃO DE CONTEÚDO DAS RESPOSTAS À QUESTÃO DISCURSIVA 2

A Questão Discursiva 2 abordou um tema importante, com o objetivo de analisar conhecimentos gerais do aluno. O tema contemplou o conhecimento geral do patriarcado estrutural (dominação masculina), o qual é recorrente nos noticiários, e um infortúnio na vida dos brasileiros, pois trata-se de uma questão de violência contra as mulheres. É recorrente assistir ou ler notícias sobre o domínio masculino na sociedade brasileira. Questões como a participação da mulher na política; a paridade de salários entre profissionais de sexos diferentes; a desigualdade social e o tratamento hostil que é dado às mulheres, em diversas situações, tanto profissionais quanto familiares, devem ser de conhecimento geral do estudante. Não se objetiva tratar questões de ordem específica para a solução deste problema, mas, apenas, discorrer e argumentar sobre ele. Portanto, a questão foi elaborada de maneira oportuna e adequada para o universo do estudante universitário brasileiro.

A Questão está dividida em dois itens: A e B. No item A, esperava-se que o estudante abordasse o patriarcado – dominação masculina que gera a divisão sexual do trabalho, a desigualdade econômica e política, entre homens e mulheres, a sub-representação das mulheres na política e em cargos de poder. Esperava-se que o estudante ressaltasse, ainda, questões culturais, como a educação sexista e a mídia, que coisificam a imagem das mulheres e naturalizam a desigualdade entre os sexos, de forma a considerar os homens como dominantes, enquanto as mulheres são historicamente tidas como submissas e incapazes. No item B, era esperado que o estudante apresentasse a importância do papel do Estado na implementação de políticas públicas voltadas à proteção da mulher, tais como na área da saúde, na educação não sexista, na assistência social, na segurança pública – delegacias femininas, defensoria pública especializada, casa de abrigo, juizado especial etc., bem como ONGs que atuam no combate à violência contra a mulher e ao feminicídio.

O espaço disponível para a resposta dos dois itens foi adequado e grande parte das respostas ocupou parte das linhas, não contemplando o espaço completo.

Com relação à linguagem utilizada pelos estudantes, as respostas estavam dentro do esperado. Alguns estudantes utilizavam termos do jargão do cotidiano.

No item B, o estudante deveria propor duas ações do Estado para o enfrentamento da violência contra as mulheres. Os alunos deveriam apresentar propostas e desenvolvê-las. Muitos estudantes responderam apenas por meio da apresentação de ações do Estado, mas sem desenvolvê-las ou argumentá-las. Em geral, os alunos apenas expuseram ações – algumas vezes, uma, duas e, até mesmo, três ações –, mas sem fazer relações entre elas ou sem desenvolvê-las.

As respostas dos estudantes demonstraram que a maioria apresenta um conhecimento geral a respeito do patriarcado estrutural e da trágica desigualdade que esta impõe aos homens sobre as mulheres, bem como de possíveis ações do Estado para a proteção delas. A questão visou avaliar o desenvolvimento da argumentação de um tema relevante para a sociedade brasileira vigente.

7.3.1.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE A CORREÇÃO DE CONTEÚDO DAS QUESTÕES DISCURSIVAS DO COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

As questões discursivas da área de Formação Geral abordaram temas atuais e proporcionaram a avaliação de competências importantes dentre as previstas pelas suas Diretrizes Curriculares.

A análise das respostas revelou, principalmente, dificuldade dos estudantes em relação à seleção de argumentos sólidos para discorrer sobre o tema – que pode ser fruto de desinteresse ou de desconhecimento mais profundo do contexto.

Esses fatos parecem ter sido os principais responsáveis pelo resultado aquém do esperado em termos de avaliação quantitativa. Mesmo os estudantes que responderam em conformidade com o padrão demonstraram um universo de argumentação muito limitado, pobre em vocabulário, com o recurso frequente de procurar nos textos introdutórios os elementos para a construção de suas frases. Encadear e relacionar argumentos foi uma deficiência percebida. As razões eram apresentadas de forma confusa, sem fluência e sem constituir unidade, utilizando termos genéricos e vagos.

7.3.1.6 ANÁLISE DE LÍNGUA PORTUGUESA DAS QUESTÕES DISCURSIVAS DO COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

Os dados de Publicidade e Propaganda obtidos a partir das respostas às questões discursivas do Componente de Formação Geral, no que tange à Língua Portuguesa, são apresentados na Tabela 7.16.

Tabela 7.16 – Estatísticas básicas das notas de Língua Portuguesa das questões discursivas do Componente de Formação Geral, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

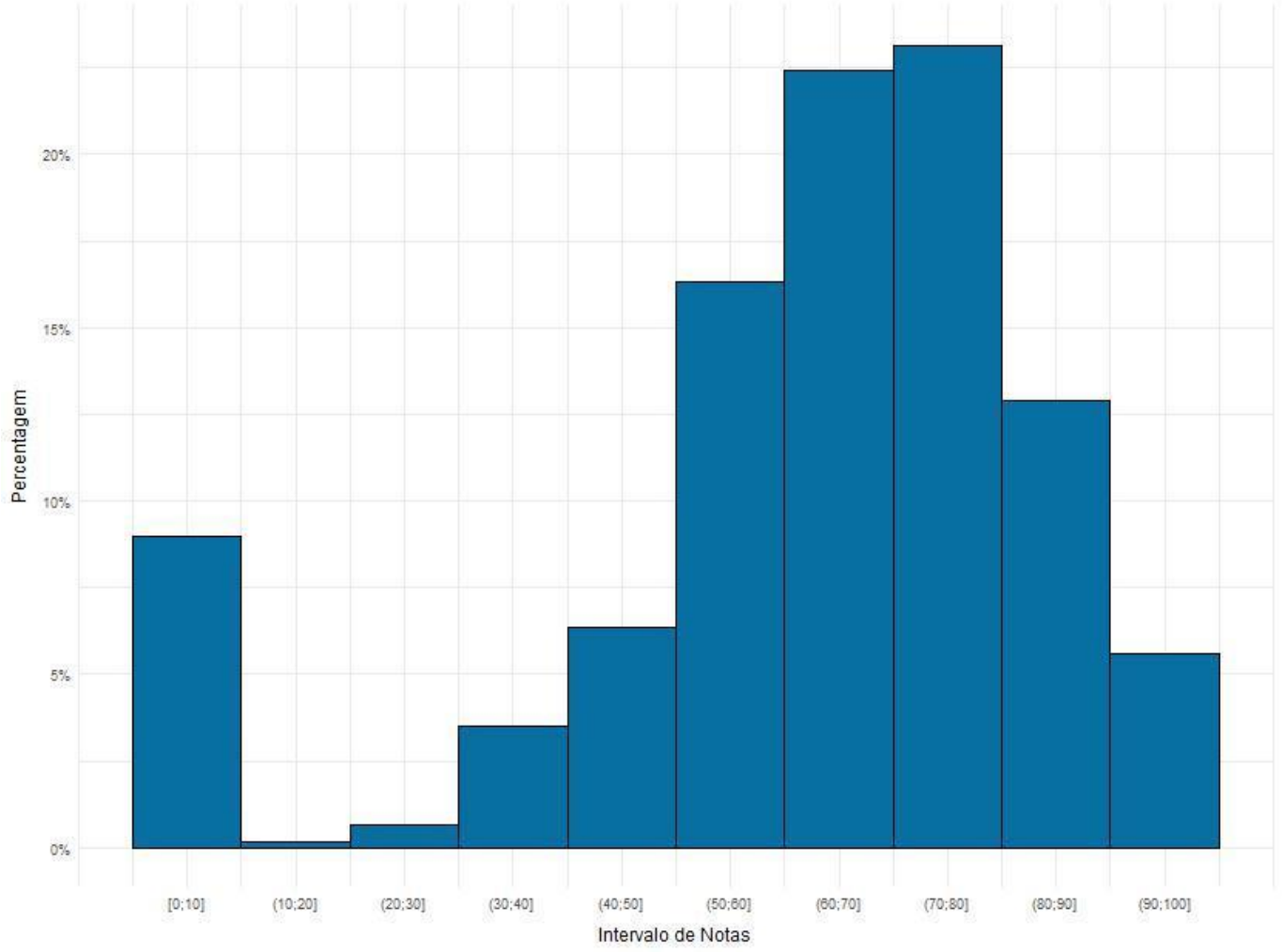
Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	62,8	62,4	61,7	61,7	62,8	65,0
Erro-padrão da média	0,3	1,1	0,8	1,1	0,3	0,7
Desvio-padrão	25,4	26,0	27,3	25,6	25,0	24,6
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	67,5	67,5	67,5	65,0	67,5	67,5
Máxima	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 7.16 mostram que, em relação ao quesito Língua Portuguesa, os estudantes, de todo o Brasil, obtiveram média 62,8. A maior média em relação à Língua Portuguesa foi obtida na região Sul (65,0), e a menor, nas regiões Nordeste e Norte (61,7). Quanto à variabilidade das notas, o desvio-padrão de todo o Brasil foi 25,4. O menor desvio-padrão foi obtido na região Sul (24,6), e o maior desvio-padrão foi obtido na região Nordeste (27,3).

A mediana das notas de Língua Portuguesa foi 67,5 para o Brasil, como um todo, a mesma obtida em todas as regiões, exceto no Norte (65,0). A nota máxima para todo o Brasil foi 100, com, pelo menos, um estudante tirando essa nota em todas as regiões. A nota mínima foi zero em todas as regiões do país.

No Gráfico 7.9, mostra-se a distribuição das notas de Língua Portuguesa do Componente de Formação Geral.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.9 – Histograma das notas de Língua Portuguesa das questões discursivas do Componente de Formação Geral – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

O Gráfico 7.9 mostra que mais de 7,5% dos participantes correspondem ao intervalo [0:10]. A moda dessa distribuição ocorre no intervalo (70; 80] com uma frequência maior que 22% dos participantes.

7.3.1.7 COMENTÁRIOS SOBRE A CORREÇÃO DE LÍNGUA PORTUGUESA DAS RESPOSTAS ÀS QUESTÕES DISCURSIVAS

Os comentários feitos neste item a respeito da correção de Língua Portuguesa das respostas emitidas para as questões discursivas do Componente de Formação Geral estão agrupados em três eixos: avaliação de desempenho linguístico; padrão de resposta utilizado na avaliação e análise das respostas dadas pelos estudantes.

a) O padrão de resposta utilizado na avaliação

Em relação a este eixo de análise, foram considerados, no padrão de resposta, as seguintes competências: (1) estruturação textual; (2) respeito às convenções ortográficas da norma-padrão da Língua Portuguesa; (3) domínio dos diferentes aspectos morfossintáticos próprios da modalidade escrita formal da norma-padrão da Língua Portuguesa; e (4) seleção vocabular adequada à modalidade escrita formal da Língua Portuguesa, exigida pela situação comunicativa. A seguir, são apresentados os aspectos avaliados associados a cada uma destas competências.

(1) Estruturação textual condizente com o gênero textual solicitado e o modo de organização textual adequado ao gênero (argumentativo ou expositivo). Esta competência envolve:

- estruturação sintática condizente com o padrão da modalidade escrita formal da Língua Portuguesa, de modo a garantir a clareza e a coerência necessárias;

- distribuição do conteúdo do texto em parágrafos, de modo a garantir a sua organização temática;

- distribuição das ideias em períodos que mantenham uma estruturação sintática condizente com a modalidade formal da língua (evitando-se frases fragmentadas, sequência justaposta de ideias sem encaixamentos sintáticos e presença de oração subordinada sem oração principal que reflitam hábitos da oralidade e comprometam a estrutura lógico-gramatical do texto);

- utilização de operadores discursivos que contribuam para a progressão temática do texto, estabelecendo relações lógicas entre as ideias apresentadas, tanto do ponto de vista intrafrasal, como interfrasal: preposições, conjunções, pronomes relativos, advérbios e locuções adverbiais de tempo e lugar;

- utilização de procedimentos de referenciação lexical e pronominal que permitam a retomada de referentes textuais, como pronomes, advérbios e artigos; além de elementos lexicais, como sinônimos, hiperônimos, hipônimos, expressões metafóricas e expressões resumitivas);

- emprego adequado dos pronomes relativos “cujo(a)” e “onde”, responsáveis por encaixamentos sintáticos no período composto;

- utilização adequada de sinais de pontuação que contribuam para a organização lógica da frase e do texto;

- inteligibilidade relacionada ao atendimento das exigências de estruturação textual.

A expectativa, portanto, era de que o participante recorresse a procedimentos linguístico-discursivos para organizar seu texto, permitindo o encadeamento lógico entre suas partes de forma a garantir a progressão e a coerência textuais, com estruturação que não reproduzisse hábitos da oralidade e sim atendesse à norma-padrão da Língua Portuguesa.

(2) Respeito às convenções ortográficas da norma-padrão da Língua Portuguesa. Esta competência envolve o respeito às convenções estabelecidas pela legislação em vigor e consubstanciadas no Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa, editado pela Academia Brasileira de Letras e avaliam-se:

- domínio das regras de acentuação gráfica;

- domínio da grafia padrão das palavras (com ausência de abreviaturas próprias da linguagem da internet).

Assim, esperava-se que o participante: grafasse corretamente as palavras; respeitasse as regras de acentuação gráfica; empregasse maiúsculas em início de frase, em nomes próprios de pessoas, lugares ou instituições; grafasse as siglas com letras maiúsculas ou apenas com a primeira letra maiúscula quando formarem uma palavra; evitasse abreviações como p/, vc, tb, pq, tá, né, usadas muitas vezes em escrita informal e na internet; obedecesse às regras de separação de sílabas no final da linha; atendesse aos padrões de segmentação vocabular da norma-padrão.

(3) Domínio dos diferentes aspectos morfossintáticos próprios da modalidade escrita formal da norma-padrão da Língua Portuguesa. Esta competência envolve o domínio das convenções próprias da norma padrão da Língua Portuguesa relativas aos seguintes aspectos: concordância nominal; concordância verbal; regência nominal; regência verbal; flexão nominal; flexão verbal; correlação entre os tempos verbais; colocação pronominal.

(4) Assim, esperava-se que o participante:

- flexionasse o verbo para estabelecer concordância de número com o sujeito da frase;
- flexionasse o artigo, o adjetivo e o pronome para concordar em número e em gênero com o substantivo a que cada um se refere;
- observasse a regência nominal e a verbal, utilizando a preposição adequada depois de um substantivo, um verbo ou um adjetivo;
- empregasse adequadamente o acento grave indicador da crase que expresse a contração entre uma preposição e um artigo, de acordo com as exigências de regência nominal ou verbal;
- obedecesse às regras de colocação pronominal (próclise e ênclise), distintas dos hábitos da oralidade ou da escrita informal;
- flexionasse adequadamente verbos, substantivos, adjetivos e pronomes, no que diz respeito à expressão das categorias gramaticais;
- flexionasse os verbos para expressar a correlação de modo e de tempo nas estruturas subordinadas.

Com base nesses critérios, alguns desvios ortográficos foram considerados como desvios de caráter morfossintático porque interferem na classificação dos vocábulos de base morfológica e funcional:

- eliminação da marca de infinitivo (-r-) e substituição por acento agudo ou ausência total de marca do infinitivo, causando ambiguidade entre distintas classes de palavras;
- confusão entre as terminações “ão” e “am”, utilizadas para marcar diferentes tempos verbais;
- emprego indevido da forma verbal de "haver" <“há”> no lugar da preposição ou do artigo <“a”>, e vice-versa;
- emprego de hífen para separar pronome átono – tanto uso indevido quanto omissão (ex: “esperasse”, em lugar de “espera-se”; “falar-mos”, no lugar de “falarmos”);
- emprego de “esta” no lugar de “está”, provocando ambiguidade devido à confluência gráfica entre o pronome demonstrativo e a forma do verbo "estar", pela ausência da acentuação gráfica;
- emprego da conjunção aditiva "e" no lugar da forma verbal “é”, provocando ambiguidade devido à confluência gráfica por ausência da acentuação gráfica;

- emprego do advérbio “mais” no lugar da conjunção adversativa “mas”, reproduzindo confluência fônica da oralidade;
- registro da terceira pessoa do plural dos verbos “ter” e “vir” sem o acento circunflexo, causando desvio de concordância verbal;
- emprego inadequado do relativo “onde” deslocado do seu sentido locativo, reproduzindo tendência da oralidade;
- emprego do pronome relativo “que” sem a necessária preposição (desvio de regência);
- ausência do acento grave obrigatório para marcar a crase.

(5) Seleção vocabular adequada à modalidade escrita formal da Língua Portuguesa, exigida pela situação comunicativa. Esta competência envolve:

- precisão na seleção/utilização do vocabulário relacionado à temática solicitada pela questão;
- diversificação e adequação vocabular;
- coerência na combinação vocabular;
- ausência de marcas da oralidade, como termos de sentido muito genérico (“coisa”, “negócio”, “você”) e termos de registros mais informais (como gírias, jargões, frases feitas, ditados populares, termos regionais).

Assim, esperava-se que o participante: respeitasse a adequação vocabular, não empregando gírias ou expressões coloquiais; apresentasse repertório vocabular diversificado e preciso; evitasse repetição desnecessária de palavras; utilizasse um vocabulário mais formal, como solicitado por um texto dissertativo.

Essas quatro competências foram reunidas em três itens de avaliação, atendendo aos aspectos explicitados anteriormente:

I. - **Aspectos Ortográficos** (30%): domínio das convenções ortográficas: grafia de vogais e consoantes, uso de maiúsculas e minúsculas, emprego do hífen e da acentuação gráfica, segmentação de palavras;

II. - **Aspectos Textuais** (20%): domínio dos procedimentos de estruturação textual: organização interna dos períodos, emprego de conectores para a articulação lógica entre os períodos e entre os parágrafos, emprego de marcas de referenciação lexical e

pronominal; utilização dos sinais de pontuação que contribuem para a organização lógica da frase;

III. - **Aspectos Morfossintáticos e Vocabulares** (50%): domínio das regras de caráter morfossintático estabelecidas como modelares do ponto de vista da modalidade escrita formal da norma-padrão da Língua Portuguesa: concordância nominal e verbal, regência nominal e verbal, colocação pronominal, flexão nominal e verbal, correlação entre tempos e modos verbais, ausência de marcas de oralidade. Outra competência combinada a esta na análise das respostas é a seleção vocabular adequada à modalidade escrita formal da Língua Portuguesa, tendo em vista a intersecção entre as duas do ponto de vista das exigências do registro formal da modalidade escrita da norma-padrão.

b) Análise das respostas dadas pelos estudantes

A Questão 1 propiciou a oportunidade de maior desenvolvimento do tema solicitado, gerando consequências na estruturação textual das respostas, já que os textos foram mais expositivos, mais elaborados e fluentes, inclusive, um dos textos era uma tabela. Já a Questão 2 teve um comportamento distinto, devido ao seu caráter mais opinativo, o texto foi mais curto e o vocabulário mais limitado. Observaram-se, nas duas questões, alguns casos de comprometimento de autoria, com textos muito próximos a paráfrases dos textos motivadores e sem marcas de repertório sociocultural produtivo.

Apresentam-se, a seguir, algumas observações sobre o desempenho dos participantes:

I – **Aspectos Ortográficos**: o desempenho dos participantes revelou uma diferença muito grande nos dois aspectos analisados, como já foi observado nos relatórios dos anos anteriores: baixo índice de desvios da grafia padrão e grande índice de desvios de acentuação. Em vários casos, ocorre ausência quase completa de acentuação gráfica.

Vale ressaltar que muitos participantes apresentaram uma caligrafia quase ininteligível. Ainda nesse aspecto, ocorreu a omissão inadequada de cedilha, de til e do traço do T em algumas respostas. Houve, inclusive, respostas com ausência total de cedilha ou til.

Os casos mais sistemáticos de eliminação do acento indicador da sílaba tônica foram: palavras proparoxítonas (“politica”, “pratica”, “publica”, "policia"); palavras paroxítonas terminadas em ditongo crescente (“necessario”, "historia", "propria", “violencia”); palavras oxítonas (“tambem”, "populacao", “pais”).

Por outro lado, destaca-se o uso indevido do acento gráfico em palavras como “investímento” e “pátriarcado”, por exemplo.

Quanto aos desvios de grafia, observam-se os seguintes exemplos: emprego inadequado de maiúscula: “Leis”; ou de minúscula: "constituição" “Ministério publico”; confusão entre "ss", "sc", "c" e "ç": “nessessaria", “agreção”, “conciencia”, “comecam”, “cocientização”, “pacos”; eliminação de grafemas: “mostando”, "deveriamo";

- desvios de segmentação: “des de", “des igualdade”, “pre conceito"; troca de grafema: “órgam” (por “órgão”), “escravido” (por “escravidão”).

II – **Aspectos Textuais**: a estruturação textual foi a competência que apresentou o maior número de desvios, sendo responsável, em alguns textos, pela falta de clareza e pela desorganização. No conjunto dos textos analisados, observaram-se diferentes níveis de domínio dos recursos de estruturação e organização textual. No entanto, os participantes podem ser agrupados em três faixas descritas a seguir:

- os que possuem grande domínio dos recursos de estruturação textual, com produção de textos que atendem às exigências de clareza e coerência, com progressão temática bem direcionada e utilização produtiva de operadores argumentativos;

- os que apresentam um domínio regular dos recursos de estruturação textual, com desvios na organização do texto e ausência de paragrafação, além de uso insuficiente de operadores argumentativos e processos de encaixamento sintático;

- os que apresentam baixo domínio dos recursos de estruturação textual, com muitos desvios que retomam hábitos da oralidade e que comprometem a coerência do texto: ocorrência de sequência justaposta de ideias sem encaixamentos sintáticos; redução de estruturas subordinadas, ao lado do aumento na frequência de estruturas coordenadas e absolutas; redução no uso de conectores para expressar relações lógicas essenciais à construção do texto; emprego equivocado de operadores que não estabelecem relações lógicas coerentes entre ideias do texto; fragmentação frasal que compromete a estrutura lógico-gramatical.

Uma estrutura que vem se ampliando na escrita dos participantes, refletindo hábitos da oralidade, é a duplicação de um dos elementos da frase, ou seja, a retomada anafórica de um elemento topicalizado, como por exemplo: "Elas precisam saber o verdadeiro papel DELAS na sociedade“, A desigualdade ELA vem de uma cultura machista...”; “Homem e mulher, ELES são iguais”.

Também em relação ao emprego dos sinais de pontuação, observaram-se distintos tipos de desempenho: participantes que dominam a funcionalidade da pontuação para a construção de textos fluentes e coesos, por um lado, e um grande número de participantes que apresentam precariedade em sua utilização, chegando ao ponto de elaborar parágrafos sem qualquer marca interna de pontuação para separar os períodos. São os seguintes os tipos de desvios encontrados:

- emprego de vírgula para separar o sujeito e o predicado: “A mulher, sofre violência” (no lugar de “A mulher sofre violência”); "O correto seria, ter um canal de denúncia” (no lugar de “o correto seria ter um canal de denúncia”);
- ocorrência de apenas uma das vírgulas para separar uma palavra, uma expressão ou uma oração encaixada: “O homem, por sua vez não aceita que uma mulher seja sua chefa” (no lugar de “O homem, por sua vez, não aceita que uma mulher seja sua chefa”);
- emprego de ponto no lugar de vírgula para separar orações de um mesmo período: “A todo custo as mulheres são atacadas na política. Sexualmente também.” (no lugar de “A todo custo as mulheres são atacadas na política, sexualmente também.”);
- ausência de vírgula ou conjunção para separar elementos de uma enumeração: "... conquistas como voto equidade salarial direito de estudar e reconhecimento ..." (no lugar de ""... conquistas como voto, equidade salarial, direito de estudar e reconhecimento ...");
- ausência de vírgula para separar oração adjetiva explicativa ou utilização inadequada para separar oração adjetiva restritiva: “ As mulheres, que são iguais aos homens devem ser igualmente protegidas por lei." (no lugar de “As mulheres, que são iguais aos homens, devem ser igualmente protegidas por lei.");
- emprego indevido do sinal de dois pontos: “Mulheres são julgadas: pelas simples roupas que usam.” (no lugar de “Mulheres são julgadas pelas simples roupas que usam.”);
- ausência de pronome no processo de referenciação: “julga a mulher ou até agride” (no lugar de “julga a mulher ou até a agride””);
- emprego de vírgula em lugar do ponto-final: “O patriarcado estrutural é formado por elementos históricos e religiosos, há pouquíssimo tempo, as mulheres passaram a votar.” (no lugar de “O patriarcado estrutural é formado por elementos históricos e religiosos. Há pouquíssimo tempo, as mulheres passaram a votar.”).

III – **Aspectos Morfossintáticos e Vocabulares**: o domínio das convenções morfossintáticas apresentou resultados que evidenciam, claramente, alguns aspectos problemáticos no desempenho dos participantes. Assim como na análise dos desvios textuais, pode-se observar uma distinção entre três grupos de participantes: o grupo que revela domínio das convenções morfossintáticas; o grupo que apresenta um domínio regular, com desvios pontuais; e o grupo que revela domínio precário dessas convenções.

Pode-se destacar a regência, tanto verbal quanto nominal, como o aspecto com maior número de desvios:

a) Regência nominal e verbal:

Na maioria dos textos, destacam-se os desvios relacionados à noção de "regência", ou seja, à relação de subordinação que se estabelece entre as palavras por meio, ou não, de preposições, refletindo uma tendência na modalidade escrita da língua.

O desvio mais frequente foi a falta do sinal indicativo da crase, em contextos em que seria obrigatória, ou, ao contrário, um uso indevido em contextos em que o princípio não se aplica. Os dois tipos de desvios revelam que o usuário não tem consciência de que, sob a forma do termo “a”, se pressupõe a presença de uma preposição “a”, exigida pela regência do termo anterior.

Exemplos: “diferentes tipos de agressão a mulher” (no lugar de “diferentes tipos de agressão à mulher”); “Desenvolverem práticas econômicas e sociais as novas gerações" (no lugar de “Desenvolverem práticas econômicas e sociais às novas gerações"); “Além de proteger à mulher ...” (no lugar de “Além de proteger a mulher...”).

Outro desvio relacionado à regência verbal e à nominal, encontrado frequentemente nas questões, é a ausência de preposição antes de pronome relativo, refletindo um processo generalizado na modalidade oral da língua, em situações de registro informal.

Exemplo: "outra forma é oferecer apoio psicológico quem sofreu qualquer tipo de abuso..." (no lugar de : "outra forma é oferecer apoio psicológico a quem sofreu qualquer tipo de abuso...")

b) Concordância nominal e verbal:

Os desvios relativos à aplicação das regras de concordância verbal e nominal correspondem a fatos que têm sido amplamente estudados na modalidade oral da Língua Portuguesa.

Quanto à concordância de número, observou-se ausência de marca (com sujeito anteposto ou posposto), como por exemplo a ausência de acento circunflexo na forma plural do presente do indicativo do verbo “ter”, considerada como um desvio na concordância verbal e não na acentuação gráfica.

Exemplo: "as mulheres ainda tem como obrigação" (no lugar de "as mulheres têm como obrigação"); “as leis em vigor tem que ser cumpridas” (no lugar de “as leis em vigor têm que ser cumpridas”).

Outro desvio na aplicação da regra da concordância de número foi o aparecimento da marca de plural em verbos ou adjetivos relacionados a núcleos substantivos no singular, devido à presença de modificadores no plural, evidenciando um processo de hipercorreção. Esse processo tem se ampliado nas situações de oralidade, caracterizando uma tendência de variação da Língua Portuguesa.

Exemplos: "Mudança nas leis que aumentem a pena do agressor" (no lugar de " Mudança nas leis que aumente a pena do agressor "); "o aumento dos feminicídios devem ser combatidos” (no lugar de " o aumento dos feminicídios deve ser combatidos”).

Quanto à concordância de gênero, vários casos foram observados, normalmente no âmbito de sintagmas nominais longos, em que o adjetivo está afastado do substantivo, conforme apontam as pesquisas sobre a modalidade oral.

Exemplo: “E as leis sobre as mulheres que sofrem violência ser mais rigorosos” (no lugar de “E as leis sobre as mulheres que sofrem violência ser mais rigorosas”);

Registro da forma verbal “é” sem acento, provocando ambiguidade na leitura pela confluência com a conjunção aditiva "e".

Exemplo: “A desvantagem entre salários, poderes e entre a violência física e moral e crescente por demais...” (no lugar de “A desvantagem entre salários, poderes e entre a violência física e moral é crescente por demais”.

c) Emprego do pronome relativo “onde” como relativo universal, típica marca da oralidade, em que esse pronome não é mais utilizado apenas em sua função locativa "lugar onde se realiza a ação".

Exemplo: "Existe a desigualdade de gênero, onde homem ganha mais do que as mulheres"; “há falta de informação e conhecimento onde”; “O patriarcado está estruturado em nossa sociedade há séculos, onde o sexo masculino...”

d) Falta de artigo definido antes de substantivo, comprometendo o paralelismo em enumerações:

Exemplo: "seja em oportunidade de emprego, salário" (no lugar de " seja em oportunidade de emprego, de salário ").

e) Desvios relacionados à flexão verbal:

Exemplos: emprego indevido do tempo ou do modo verbal: “promovido” por “promovendo”; eliminação de marca de infinitivo: “colocar” por “coloca”, “ta” por “estar”, “está” por “estar”, “esta” por “estar”; “estás” por “estas”; utilização de construção de “estar” + gerúndio como marca de oralidade: “a sociedade cada vez mais tá evoluindo”; segmentação indevida da desinência de número e pessoa de verbos: “denunciar-mos”.

Assim como nas demais competências avaliadas, há diferenças entre os participantes em relação à seleção e ao emprego do vocabulário. Foram encontrados textos com alto padrão de domínio vocabular, chegando até ao emprego de vocabulário técnico das áreas do saber abordadas nas questões.

Por outro lado, na maioria dos textos, foram observados vários tipos de inadequação na seleção e na utilização do vocabulário, sendo que o principal deles foi a excessiva repetição de certas palavras, revelando limitação de repertório vocabular. Além disso, observou-se a ocorrência de expressões da oralidade, revelando falta de domínio de vocabulário mais abstrato e de maior complexidade, essencial ao desenvolvimento do texto de base dissertativa.

Exemplos: seleção vocabular indevida: “Em pleno século 21 é de emplena importância...”; emprego inadequado do verbo “ter” no lugar de “haver”: “Durante a história, teve muito machismo”; imprecisão vocabular: “Mas a cabeça, o corpo, há mesma igualdade para desenvolvermos igualmente as coisas”, “Em alguns anos atrás, as coisas eram mais complicadas nas questões de desigualdade no trabalho.”

A imprecisão vocabular, como o uso da palavra “coisa” em vários textos, demonstra o domínio precário da norma-padrão da Língua Portuguesa, com presença constante de traços de oralidade.

7.3.1.8 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE A CORREÇÃO DE LÍNGUA PORTUGUESA DAS RESPOSTAS ÀS QUESTÕES DISCURSIVAS DO COMPONENTE DE FORMAÇÃO GERAL

O conjunto de textos analisados no Enade 2022 permite traçar um perfil bem detalhado do desempenho linguístico do estudante brasileiro de graduação.

Conforme ficou comprovado nos comentários dos exemplos de respostas apresentados neste relatório, uma parcela significativa dos participantes revela lacunas importantes em sua formação, principalmente no que diz respeito à estruturação e à organização de textos. Como esta é uma competência essencial à produção escrita, que deve ser construída ao longo dos anos de escolaridade (do Ensino Fundamental à educação), sua recuperação é trabalhosa e depende de um esforço intenso de exposição a textos e de reflexão sobre os requisitos que garantem a clareza e o encadeamento das ideias.

A competência relacionada ao domínio do vocabulário, que deve ser diversificado e apropriado ao padrão formal da língua, também apresentou um desempenho insatisfatório pela maioria dos participantes, que se limitam ao senso comum, com vocabulário genérico e vago, o que é inadequado para atender ao perfil de um graduando.

As outras duas competências avaliadas (convenções ortográficas, convenções morfossintáticas) apresentam desvios pontuais e são de mais fácil recuperação, com exceção dos desvios morfossintáticos que já estão incorporados na modalidade oral informal da Língua Portuguesa, configurando processos de variação linguística e, talvez, antecipando futuras mudanças no padrão da modalidade escrita.

Com base na avaliação do desempenho linguístico aqui relatada, conclui-se que é preciso aperfeiçoar a formação superior, oportunizando aos estudantes mais acesso às ferramentas necessárias para que sejam bem-sucedidos nas diferentes situações de sua vida cidadã – profissional, cultural e política. Essa é uma contribuição efetiva que os resultados do Enade podem oferecer às IES do país.

Para finalizar, vale observar que as duas questões discursivas atenderam às exigências de avaliação tanto do domínio discursivo dos estudantes quanto do seu conhecimento sobre temas relacionados ao conhecimento acadêmico, o que pode ser extremamente útil para que os cursos superiores possam contribuir na formação de seus graduandos.

7.3.2 COMPONENTE ESPECÍFICO

A Tabela 7.17 apresenta dados sobre questões discursivas do Componente Específico.

Tabela 7.17 – Estatísticas básicas das notas das questões discursivas do Componente Específico, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

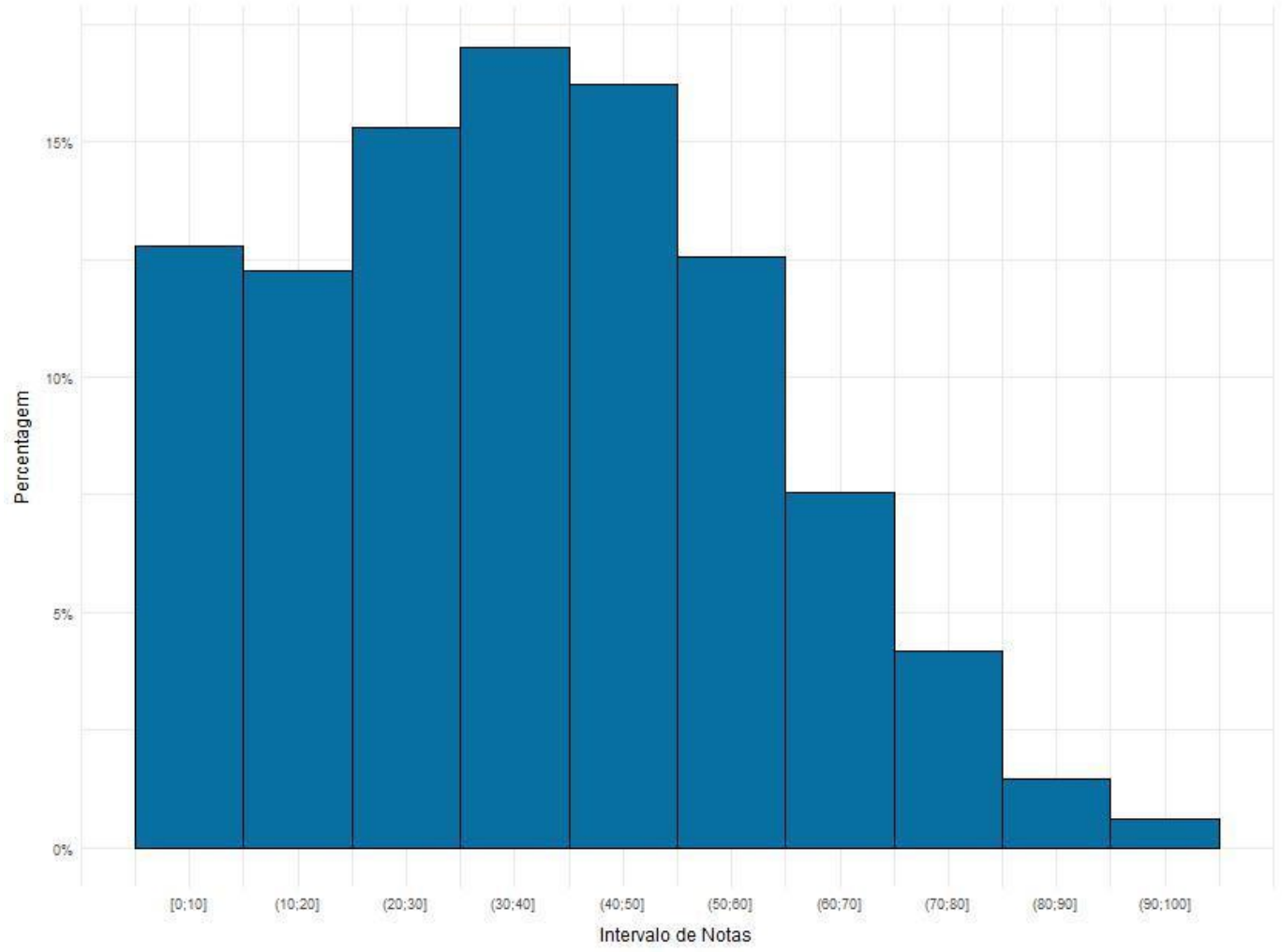
Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	36,8	35,9	34,2	35,0	36,9	39,8
Erro-padrão da média	0,2	0,9	0,7	0,9	0,3	0,6
Desvio-padrão	21,4	21,6	21,5	20,9	21,3	21,6
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	36,7	35,0	33,3	35,0	36,7	38,3
Máxima	100,0	91,7	91,7	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

A partir dos dados registrados na Tabela 17.7, observa-se que a média foi mais baixa do que para as questões discursivas do Componente de Formação Geral. Enquanto, no Componente de Formação Geral, a média para estudantes de Publicidade e Propaganda de todo o Brasil foi 62,8; na parte de Componente Específico, a média foi 36,8. A maior média deste componente foi obtida pelos estudantes da região Sul (39,8), e a menor, pelos da região Nordeste (34,2). Quanto à variabilidade das notas, o desvio-padrão de todo o Brasil foi 21,4. O maior desvio-padrão foi encontrado na região Sul e Centro-Oeste (21,6), e o menor, na região Norte (20,9).

A nota máxima obtida foi de 100,0 para três regiões (Norte, Sudeste e Sul) e de 91,7 para Centro-Oeste e Nordeste. Todas as regiões tiveram nota mínima de 0,0.

No Gráfico 7.10, apresenta-se a distribuição das notas nas questões discursivas no Componente Específico.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.10 – Histograma das notas das questões discursivas do Componente Específico – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

À luz dos dados do Gráfico 7.10, verifica-se que a moda da distribuição das notas nas questões discursivas no Componente Específico ocorre no intervalo [30; 40], com mais de 16% do total de participantes. Observa-se um valor considerável no intervalo [0;10], com mais de 12,5% dos participantes, entretanto, vale ressaltar que, nesse intervalo, são contabilizados também as questões deixadas em branco.

A análise de cada uma destas questões será feita a seguir.

7.3.2.1 ANÁLISE DA QUESTÃO DISCURSIVA 3 DO COMPONENTE ESPECÍFICO

Os resultados da Questão Discursiva 3 do Componente Específico são descritos na Tabela 7.18 e comentados na sequência.

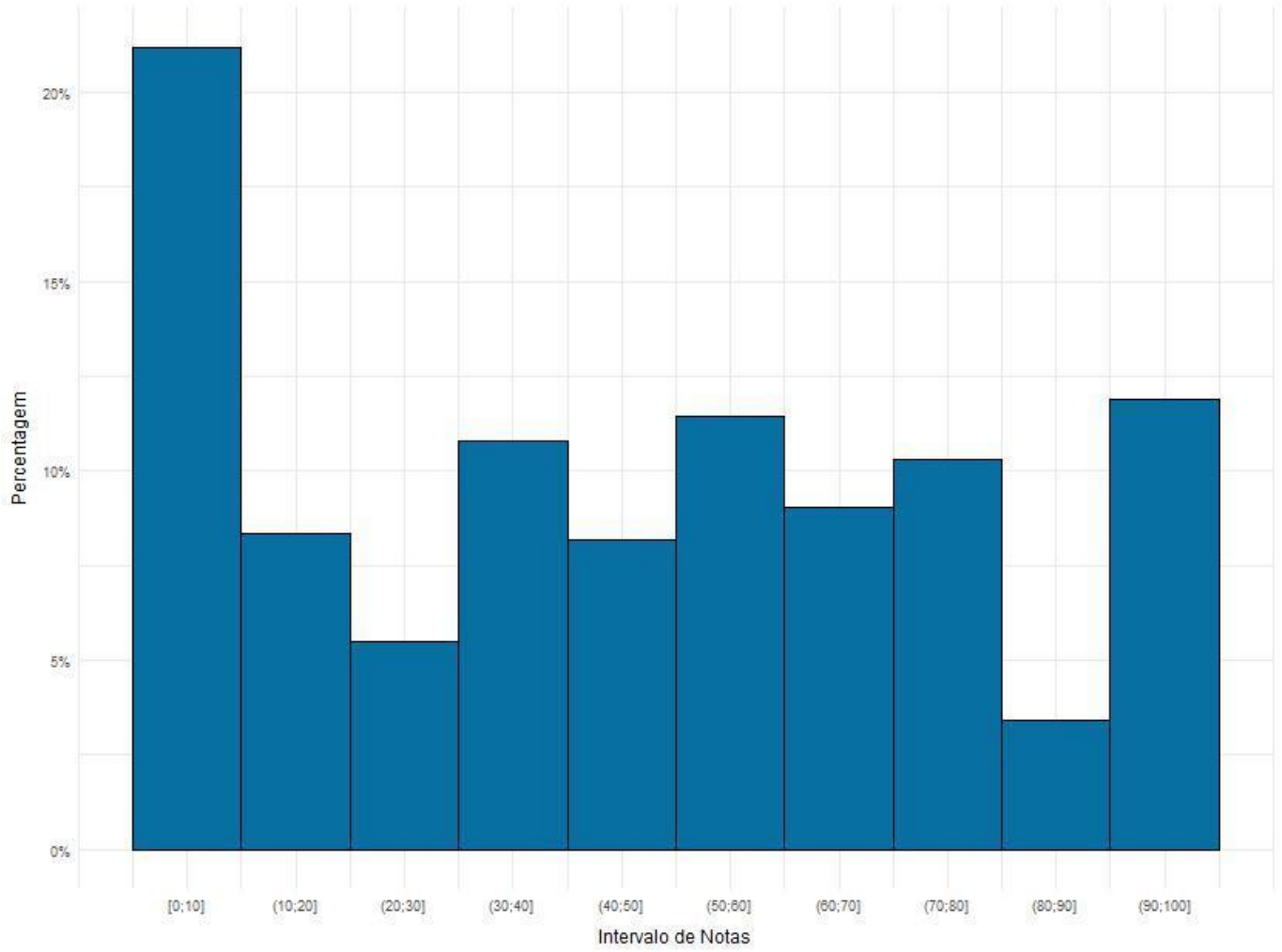
Tabela 7.18 – Estatísticas básicas das notas da Questão Discursiva 3 do Componente Específico, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	48,9	49,0	46,5	47,0	49,0	51,6
Erro-padrão da média	0,3	1,3	1,0	1,4	0,4	0,9
Desvio-padrão	32,4	32,4	33,5	32,5	32,1	32,9
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0	50,0
Máxima	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostrado na Tabela 7.18, na Questão 3, a média dos estudantes de todo o Brasil foi 48,9. A maior média na questão, em evidência, foi obtida pelos estudantes da região Sul (51,6), enquanto a menor média foi obtida na região Nordeste (46,5). Quanto à variabilidade das notas, o desvio-padrão de todo o Brasil foi 32,4. O maior desvio-padrão foi obtido na região Nordeste (33,5), enquanto o menor foi obtido na região Sudeste (32,1).

A nota máxima, 100,0 pontos, foi alcançada por, pelo menos, um estudante em cada região. A mediana do Brasil foi 50, para todas as regiões e a nota mínima zero foi a mesma em todas as regiões do Brasil.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.11 – Histograma das notas na Questão Discursiva 3 do Componente Específico – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Destaca-se, com base nos dados do Gráfico 7.11, que mais de 20% dos estudantes deixaram a resposta à questão em branco ou receberam nota abaixo de 10,0, como apresentado no intervalo [0;10]. O segundo intervalo mais frequente foi [90; 100], com aproximadamente 12% do total de participantes. Vale ressaltar uma semelhança entre os intervalos, ou seja, muitos deles apresentaram valores próximos de 10% do total de participantes.

7.3.2.2 COMENTÁRIOS SOBRE AS RESPOSTAS À QUESTÃO DISCURSIVA 3

A questão abordou um tema importante para a estratégia de Comunicação em campanhas publicitárias em ambientes digitais. O tema está em alta há alguns anos, desde que as redes sociais se tornaram populosas. Esses novos ambientes trouxeram figuras (perfis) que continham um grande número de seguidores. Esses perfis propiciaram uma diferente abordagem do público-alvo de um anunciante, pois criam uma proximidade com seus seguidores, fazendo deles influenciadores digitais, o que se tornou muito mais efetivo do que uma simples propaganda na televisão. Portanto, essa é uma modalidade de estratégia de *marketing* de influência, visto que consiste em uma abordagem de *marketing* que pratica ações, em plataforma digitais, focadas em indivíduos que exerçam influência ou liderança sobre potenciais clientes de uma marca.

Com os questionamentos sobre o assunto, esperava-se do estudante um conhecimento básico sobre características importantes que um influenciador deve ter e que devem ser analisadas pelas agências ou marcas contratantes, a fim de proporcionar um resultado positivo, sem desgastes de imagem e com maior alcance e conversão possível. Além disso, esperava-se que fossem pontuadas características do público-alvo da campanha, itens de muita importância para que a estratégia atinja pessoas com real interesse em conversão.

As duas perguntas da questão possibilitavam que o estudante, simplificadamente, demonstrasse o conhecimento de como deve ocorrer o estudo para contratação de um influenciador digital e as características que garantem o sucesso dessa contratação.

A minoria dos estudantes respondeu de forma semelhante ao que constava no padrão de resposta. No item A, um comportamento muito recorrente foi que os estudantes repetiram alguma ideia que já estava no enunciado da questão, acabaram se prendendo apenas à ideia de avaliação do histórico dos influenciadores, por conta do texto 2, que citava caso de influenciadores que proferiram atitudes ou falas preconceituosas. A grande maioria não citou as outas características do padrão de resposta. A menos citada foi a do item 4 – plataformas em que o influenciador está presente. Com isso, as notas ficaram baixas, pois a maioria dos estudantes citou apenas uma característica ou citou mais de uma, sem descrevê-las.

No item B, os estudantes usaram mais de uma característica do item 1 e as empregaram como se fossem as duas características solicitadas no enunciado. Quanto ao item 2, as respostas raramente traziam alguma inferência que pudesse ser avaliada positivamente.

Com relação à linguagem utilizada pelos estudantes, as respostas foram, em sua maioria, genéricas. Trouxeram conceitos superficiais de senso comum e não aprofundaram os conceitos teóricos. Muitos textos apresentaram pobreza de vocabulário e diversos erros de Português.

Em relação ao item A da questão, a maioria dos estudantes focou apenas na possibilidade da resposta sobre histórico e reputação do influenciador. Muitos deles usaram a linha de raciocínio do texto 2 para embasar a resposta, citando racismo, homofobia e aspectos semelhantes. Poucos estudantes demonstraram firmeza para explicar o aspecto de conteúdo – em geral, eram mais sucintos, citando apenas que era necessário checar as postagens antigas do influenciador. Já em relação ao engajamento, foi difícil encontrar respostas que abordassem a ideia, exemplificando e sem citar apenas o alcance do influenciador. O aspecto sobre as plataformas em que o influenciador está presente quase não foi elencado e muito menos exemplificado, alguns estudantes usaram esse mesmo argumento para característica do público-alvo, zerando, assim, a nota no quesito.

Quanto ao item B da questão, os estudantes entenderam que o perfil psicossocial e demográfico teria dois aspectos (por exemplo: faixa etária e região era a resposta), diferentes dos apresentados no padrão de resposta. Portanto, poucos obtiveram nota para os dois aspectos. Já no aspecto 2, poucos desenvolveram o tema de forma clara.

A maioria dos estudantes respondeu à Questão 3, no entanto, o desempenho foi baixo. As respostas demonstraram que os estudantes, por senso comum, sabiam o que era um influenciador, sabiam da importância de características, como reputação, mas não conseguiram argumentar com base teórica o funcionamento da escolha deles em uma campanha de *marketing* de influência.

A maior dificuldade foi encontrada no item B, que exigia do estudante analisar apenas o público-alvo separadamente. Houve muita confusão em relação aos atores de cada item e dificuldades de aprofundamento da explicação de cada característica. Poucos estudantes obtiveram notas altas.

Ficou evidente que os estudantes tinham o conhecimento do que é um influenciador digital e a sua importância para o marketing de influência, porém a grande maioria não tinha embasamento teórico sobre os aspectos que devem ser levados em conta em um planejamento de campanha. O item B foi mais desafiador para os candidatos, que não conseguiram, de forma geral, elencar os aspectos e explicar cada um deles. A explicação sobre a persona de compra, em sua maioria, foi muito superficial.

7.3.2.3 ANÁLISE DA QUESTÃO DISCURSIVA 4 DO COMPONENTE ESPECÍFICO

Na Tabela 7.19, constam as informações relativas à Questão 4 do conjunto de Questões do Componente Específico.

Tabela 7.19 – Estatísticas básicas das notas da Questão Discursiva 4 do Componente Específico, por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

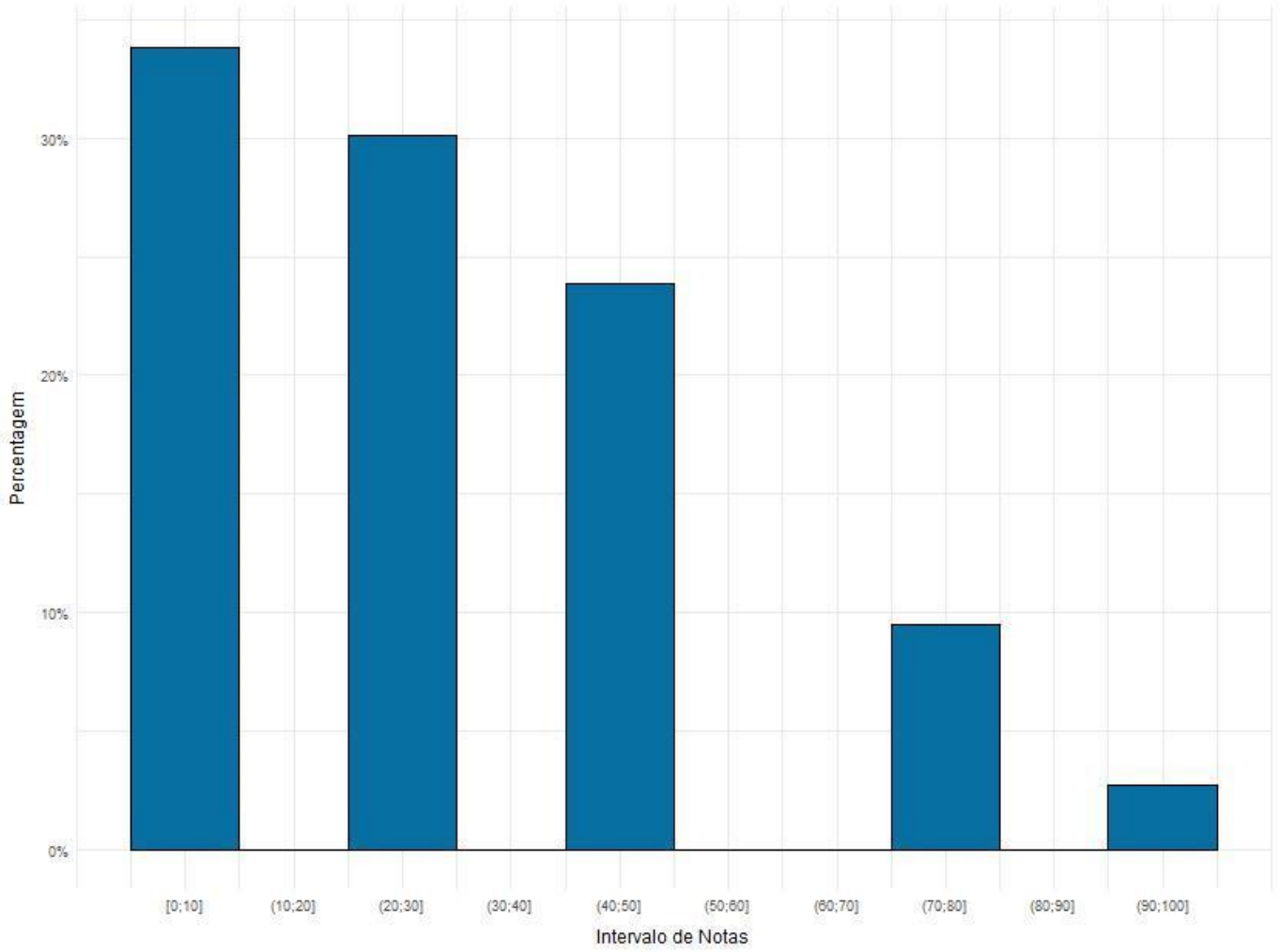
Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	29,3	28,9	27,1	27,5	29,4	31,5
Erro-padrão da média	0,3	1,1	0,8	1,1	0,3	0,8
Desvio-padrão	27,1	27,6	27,4	26,8	26,9	27,2
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0
Máxima	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como se observa, a partir dos dados da Tabela 7.19, a média geral do Brasil foi 29,3, sendo a maior média registrada na região Sul (31,5), e a menor, na região Nordeste (27,1). Quanto à variabilidade das notas, o desvio-padrão geral do Brasil foi 27,1; sendo o maior desvio-padrão registrado na região Centro-Oeste (27,6), e o menor, na região Norte (26,8).

A nota máxima (100,0) foi atingida por, pelo menos, um concluinte em todas as regiões. A mediana em todo o Brasil foi 25,0; o mesmo valor foi obtido em todas as regiões. Já a nota mínima zero foi igual em todas as regiões.

No Gráfico 7.12, está representada a distribuição de notas da Questão Discursiva 4, do Componente Específico.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.12 – Histograma das notas de Conteúdo da Questão Discursivas 4 do Componente Específico – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

A distribuição mostrada no Gráfico 7.12, excetuando-se o intervalo que é composto pelas notas de estudantes que não responderam ou tiraram nota inferior a 10, tem moda no intervalo [20; 30] com 30% do total de participantes. Chama a atenção que mais de 30% dos participantes deixaram essa questão em branco ou receberam notas inferiores a 10,0.

7.3.2.4 COMENTÁRIOS SOBRE AS RESPOSTAS À QUESTÃO DISCURSIVA 4

A questão aborda o tema da mídia programática dentro do campo da mídia digital e provoca uma reflexão sobre a relação dos anunciantes que utilizam este tipo de mídia com a propagação de *fake news*. A mídia programática é um tema atual e amplamente utilizado pelos anunciantes em busca de Visibilidade e *performance*, portanto, de grande relevância para a formação do profissional de Publicidade e fundamental para a reflexão sobre a relação das *fake news* com o desenvolvimento sustentável da Publicidade digital.

A questão apresenta dois textos de suporte que contribuem para que o aluno tenha embasamento sobre os temas abordados no enunciado. O primeiro apresenta o conceito de *fake news*, permitindo que o aluno tenha clareza sobre o assunto; o segundo aborda sobre a questão da mídia programática permitir que a publicidade das empresas sejam direcionadas para veículos que divulgam *fake news* ou outros conteúdos que não sejam apropriados para associação com a marca, reforçando a necessidade das empresas anunciantes buscarem alguma forma de tomar conhecimento e avaliarem o conteúdo veiculado nos sites em que suas marcas são anunciadas. O segundo texto contribui para que o aluno compreenda que a mídia programática faz a escolha dos veículos de forma mecânica, considerando apenas o perfil dos usuários e outras métricas quantitativas, sem considerar o conteúdo dos *sites* – o que permite que o aluno possa fazer uma reflexão sobre a responsabilidade dos anunciantes que utilizam este tipo de mídia, conforme solicitado no enunciado da questão. Dessa forma, considera-se que o enunciado está claro e que os textos abrigam informações que permitem a reflexão e a articulação dos temas por parte dos estudantes.

A maioria dos estudantes não respondeu de forma semelhante ao que constava no padrão de resposta. A grande maioria não considerou a necessidade de abordar o motivo pelo qual a mídia programática pode contribuir para a propagação de *fake new*s e, principalmente, a necessidade de aprofundar o funcionamento desta mídia para justificar que ela apenas utiliza métricas quantitativas para a definição dos *sites*, não permitindo aos anunciantes conhecerem quais os conteúdos veiculados e associados a suas marcas. Os alunos detiveram-se a discorrer sobre o papel da Publicidade, associando a questão ética e o impacto disso para a sociedade, além de refletirem sobre a responsabilidade dos anunciantes quanto à propagação de *fake news*, mas sem associar isto ao fato da falta de controle das empresas sobre o conteúdo dos *sites* utilizados pela publicidade programática para veiculação de seus anúncios e também não associando ao fato de que as empresas remuneram *sites* que veiculam *fake News* – fator que contribui para sua propagação.

Alguns estudantes repetiram alguma ideia que constava no texto de suporte e algumas respostas não abordaram nenhum aspecto em relação à mídia programática, somente se referindo ao papel da Publicidade e dos anunciantes. Outros discorreram apenas sobre *fake news*, estabelecendo uma relação equivocada, quando correlacionada com a Publicidade, sem sustentar o raciocínio de que a mídia programática pode contribuir com a propagação das *fake news*.

No geral, a maioria dos estudantes não construiu um raciocínio de forma organizada que deixasse clara a relação da mídia programática e a responsabilidade dos anunciantes com a propagação das *fake news*.

Os estudantes responderam, com maior frequência, sobre o papel da Publicidade, associando-o à ética da atividade e à responsabilidade das empresas anunciantes na propagação da *fake news*, não mencionando a relação com a mídia programática. A maioria dos estudantes, quando abordavam a relação do sistema publicitário com a propagação de *fake news*, não mencionavam o fato de a mídia programática funcionar por meio de automação de compra de anúncios. Além disso, muitas respostas abordaram sobre a própria Publicidade utilizar conteúdos falsos, trazendo uma abordagem equivocada, que demonstra que confundiram *fake news* com propaganda enganosa.

As respostas que abordaram os temas de forma completa e indicaram a articulação da existência de *fake news* com a publicidade programática, construindo um raciocínio que também abordou a responsabilidade dos anunciantes na propagação das *fake news* por meio da mídia programática, via financiamento de *sites* que divulgam conteúdos falsos, foram minoria.

A questão do uso das *fake news* para a elaboração de propaganda enganosa foi citada por um número significativo de estudantes, porém não fazia parte do padrão de resposta da questão. Além disso, foram encontradas respostas com os conteúdos referentes a outros temas abordados por outras questões da prova, não condizendo com o solicitado no enunciado da Questão 4.

A maioria dos estudantes abordou de forma superficial o tema, não adentrando na especificidade da questão, no que diz respeito à mídia programática. No geral, os estudantes não abordaram todos os aspectos relacionados no padrão de resposta e desconsideraram a reflexão trazida no texto 2, principalmente por não mencionarem nada a respeito da necessidade de as empresas anunciantes buscarem se inteirar sobre quais *sites* estão recebendo seus investimentos para entender se sua marca estava associada a algum conteúdo inapropriado. Uma boa parte das respostas se limitou a abordar o combate das *fake news* e como a Publicidade pode contribuir para minimizar o

impacto delas na sociedade, o que não foi solicitado no comando. Ainda houve respostas com uma abordagem sobre a publicidade de anúncios com conteúdo enganoso, colocando a Publicidade como a construtora das *fake news*, confundindo-as com propaganda enganosa.

Dessa forma, avalia-se que muitos estudantes não possuem entendimento suficiente sobre o conceito de mídia programática, pois, conforme o padrão de resposta, a abordagem da questão deveria ser conduzida com base neste tema. Sendo assim, apesar do elevado número de respostas, considera-se o desempenho geral fraco.

As respostas consideradas fracas foram aquelas respondidas erroneamente (conceito 0) ou parcialmente (conceito 1). As respostas consideradas medianas foram as que articularam a existência de *fake news* com o sistema publicitário (mesmo sem abordar a questão da mídia programática não considerar o conteúdo dos *sites*) e/ou que refletiram sobre a responsabilidade dos anunciantes que remuneram *sites* que veiculem *fake news* ao utilizar a mídia programática. Além disso, ponderaram sobre os danos que a associação com *fake news* pode gerar para a imagem das marcas.

As respostas consideradas boas (conceito 3) foram aquelas em que os estudantes articularam a existência de *fake news* com o sistema publicitário em ambiente digital, abordaram a questão da mídia programática e mencionaram o fato das empresas não considerarem o conteúdo dos locais em que seus anúncios são veiculados, apenas as métricas de acesso e engajamento (mesmo sem mencionarem sobre os danos que a associação com *fake news* pode gerar para a imagem das marcas).

Nas respostas consideradas completas (conceito 4 – máximo), o estudante, além de articular a existência de *fake news* com o sistema publicitário em ambiente digital, refletiu sobre a responsabilidade de anunciantes que remuneram *sites* que veiculam *fake news* ao utilizar mídia programática, mencionando a questão dos anunciantes considerarem apenas métricas de acesso e engajamento, sem analisar o conteúdo dos *sites*, e ponderou sobre os danos que a associação a *fake news* pode gerar para a imagem das marcas.

A resposta exigia que o estudante tivesse algum conhecimento de publicidade digital e ficou evidente que os estudantes não possuem conhecimento básico de mídia digital – mais especificamente sobre o funcionamento da mídia programática – para que, a partir disso, pudessem fazer a reflexão sobre o papel dos anunciantes que utilizam este tipo de mídia e a relação com as *fake news*.

Praticamente os estudantes não utilizaram termos técnicos ao responderem a questão, além disso, também observou-se que os estudantes têm dificuldade em interpretar a questão e os textos de suporte para que possam construir um raciocínio que estabeleça articulação sobre os temas, de forma a refletirem sobre o papel da Publicidade e a responsabilidade dos anunciantes que utilizam a mídia programática na propagação de *fake news*, conforme solicitado no enunciado da questão, de modo objetivo e organizado.

7.3.2.5 ANÁLISE DA QUESTÃO DISCURSIVA 5 DO COMPONENTE ESPECÍFICO

Na Tabela 7.20, constam as informações relativas à Questão 5 do conjunto do Componente Específico.

Tabela 7.20 – Estatísticas básicas das notas da Questão Discursiva 5 do Componente Específico por grande região – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

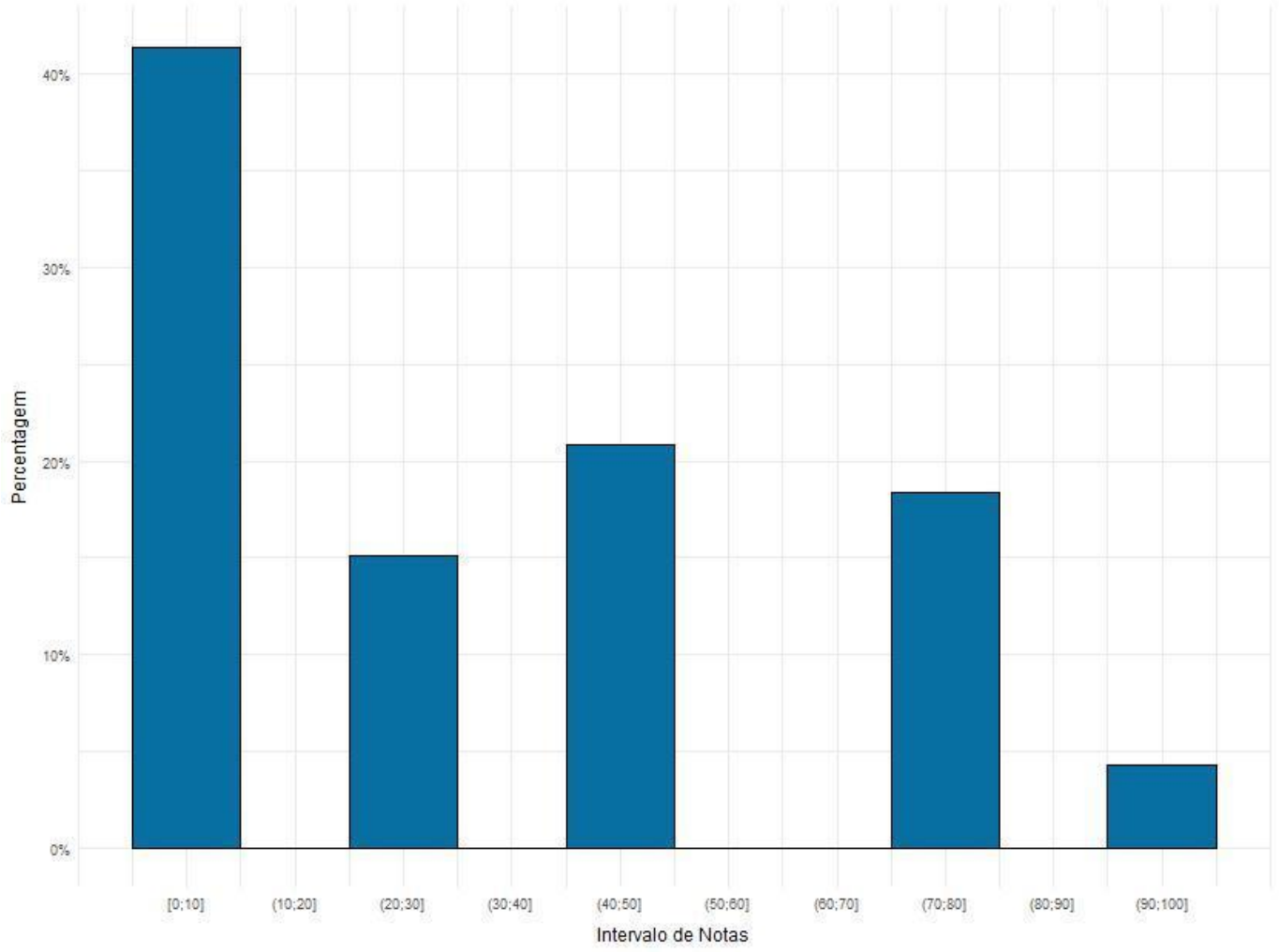
Estatísticas Básicas	Brasil	CO	NE	NO	SE	SUL
Média	32,3	29,9	29,2	30,5	32,4	36,2
Erro-padrão da média	0,3	1,3	1,0	1,4	0,4	0,9
Desvio-padrão	32,2	32,3	31,8	32,3	31,9	33,6
Mínima	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Mediana	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0	25,0
Máxima	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como revelam os dados da Tabela 7.20, A nota média dos estudantes de todo o Brasil foi 32,3. A maior média foi registrada na região Sul (36,2), enquanto a menor média foi registrada na região Nordeste (29,2). Quanto à variabilidade das notas, o desvio-padrão dos estudantes do Brasil, como um todo, foi 32,2. Enquanto o maior desvio foi encontrado na região Sul (33,6), o menor foi encontrado na região Nordeste (31,8).

A mediana para o Brasil e para todas as regiões foi de 25,0. Para o conjunto de estudantes de Publicidade e Propaganda do Brasil, a nota máxima foi 100,0, obtida por, pelo menos, um estudante em cada região. A nota mínima do Brasil foi zero, o mesmo valor encontrado em todas as regiões.

No Gráfico 7.13, é representada a distribuição das notas da Questão Discursiva 5 do Componente Específico.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 7.13 – Histograma das notas de conteúdo da Questão Discursiva 5 do Componente Específico – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

A distribuição mostrada no Gráfico 7.13 tem moda no intervalo [0; 10], com mais de 40% do total de estudantes deixaram sem resposta ou receberam notas entre 0,0 e 10,0.

7.3.2.6 COMENTÁRIOS SOBRE AS RESPOSTAS À QUESTÃO DISCURSIVA 5

A questão aborda o tema do uso de dados pessoais nas práticas publicitárias e nas relações de consumo, especialmente as transformações necessárias diante da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). De modo geral, uma boa escolha de tema para uma questão discursiva específica da área. Trata-se de tema atual e importante na formação em Publicidade e Propaganda, relevante para a compreensão do desenvolvimento da área e para o exercício profissional com responsabilidade. O trabalho com dados é uma atividade central da Publicidade contemporânea, uma das competências específicas do egresso, expressa em suas novas Diretrizes Curriculares Nacionais (DCN), que precisa ser exercida de forma legal e responsável. A recente implantação da LGPD a inclui no conjunto de mecanismos legais aos quais a atividade publicitária está sujeita. Ela estabelece direitos sobre dados pessoais e limites a serem seguidos por publicitários, agências e organizações nas interações entre as marcas e os seus públicos e/ou consumidores. A LGPD provocou transformações no campo da Publicidade – na teoria, na técnica e na prática. Essas transformações desenvolveram-se no mesmo período do ciclo de formação dos estudantes respondentes. A questão contribui, assim, para avaliar o grau de apropriação dos estudantes da área sobre o tema.

A questão apresenta o fragmento de um artigo sobre requisitos definidos na LGPD para o processamento de dados pessoais. O texto enfatiza o consentimento como a primeira base legal. A seguir, o comando da questão, em quesito único, solicita ao estudante a redação de um texto sobre as transformações provocadas nas práticas publicitárias e nas relações de consumo a partir da implantação da LGPD. Exige-se do estudante, assim, além da capacidade de produção textual, a capacidade de articular conhecimentos teórico-práticos sobre atividades permitidas ou estabelecidas anteriormente à LGPD e as práticas atuais, adequadas às novas regras.

Considerou-se o padrão de resposta satisfatório. Ele determina, objetivamente, a necessidade do estudante "estabelecer comparativo entre as práticas publicitárias e/ou as relações de consumo antes e depois da implantação da LGPD". Significa que as "[...] transformações geradas pela referida lei nas práticas [...]" (expresso no comando da questão) devem ser apresentadas em termos de antes e depois. Apenas a descrição de práticas atuais (posteriores à implantação da Lei), adequadas à LGPD, são consideradas incompletas, pois atendem parcialmente ao padrão de resposta. Da mesma forma, a resposta está incompleta se relacionar apenas práticas anteriores à implantação da LGPD, sem mencionar como essas foram transformadas.

O padrão de resposta descreve aspectos da LGPD que podem ser abordados na resposta: consentimento; armazenamento de *cookies*; compartilhamento de dados pessoais; ou uma das dez

bases legais para tratamento dos dados pessoais. Apesar da redação do padrão de resposta utilizar termos como “uma das opções” e “pode ser abordada como exemplo”, considera-se obrigatório que a resposta articule um desses aspectos da LGPD com as transformações nas práticas da área. Assim, fica estabelecida uma gradação a ser refletida nos critérios de avaliação: abordar corretamente aspectos da LGPD; mencionar transformações nas práticas publicitárias e/ou relações de consumo provocadas pela LGPD; explicar tais transformações; e apresentar transformações e comparar tais práticas e/ou relações, antes e depois da implantação da LGPD.

A maioria das respostas não abordou o quesito solicitado no comando da questão, fugindo ao tema, tangenciando-o de forma insuficiente ou, menos frequente, abordando-o de forma equivocada. Entre as respostas que abordaram o quesito, a maioria limitou-se a relacionar algum aspecto da LGPD, especialmente o consentimento do usuário (citado no enunciado da questão) e as restrições ao compartilhamento ou vazamento de dados (compartilhamento indevido ou ilegal).

Pouquíssimos estudantes responderam à questão como requerido pelo padrão de resposta, na forma de uma comparação, entre práticas publicitárias e/ou relações de consumo, antes e depois da implantação da LGPD. Alguns descreveram práticas e relações adequadas à LGPD, mas não descreveram como elas eram antes da Lei. Exceto alguns casos, as respostas não distinguiram práticas publicitárias de relações de consumo. Além do consentimento, as outras bases legais, referidas no padrão de resposta, não foram abordadas e, em raros casos, mencionadas. Já os exemplos de práticas publicitárias e/ou relações de consumo transformadas pela LGPD constituíram as boas respostas.

As respostas mais frequentes estão em branco ou não abordaram o comando da questão e os quesitos de avaliação, como mencionar aspectos da LGPD e consequentes transformações de sua implantação nos campos da Publicidade e do consumo. Nessas respostas não foram localizados aspectos objetivos da LGPD (características, como as mencionadas no texto da questão) ou sequer citadas transformações nas práticas publicitárias e/ou relações de consumo. Frequentemente essas respostas fogem do tema, tangenciam o assunto, limitam-se a considerações superficiais e genéricas sobre a Lei (que a “lei protege os dados”, por exemplo) e o uso de dados na comunicação (se a LGPD é boa ou ruim). Com essas características também foram encontradas respostas que: utilizaram inadequadamente o tempo verbal, apontando genericamente mudanças futuras, ao invés de práticas já transformadas; discorreram sobre a insuficiência da LGPD diante das práticas contemporâneas (mas não relacionaram seus aspectos ou suas transformações); apresentaram frágeis relações de causa e efeitos subjetivos da Lei (como sentimentos de segurança ou insegurança); atribuíram, erroneamente, à Lei o surgimento de recursos associados à captura de dados, como *cookies*, por exemplo;

reproduziram a questão mobilizadora, limitando-se a expressar a necessidade ou o desejo de que "a partir da lei as agências e marcas precisam se adaptar" (mas sem especificar aspectos ou transformações); relacionaram o uso de dados à publicidade programática e, esta, com *fake news*, com frases e reflexões importadas da questão anterior (Questão 4), desviando-se do comando da questão; ou, confundiram LGPD com LGBT, explicitando a não leitura do texto da questão.

Foram encontradas, frequentemente, respostas sobre situações de uso indevido de dados pessoais ou o risco da exposição de dados sensíveis, como venda de banco de dados, insegurança, vulnerabilidade, roubo de dados ou desconhecimento sobre seu processamento. Algumas dessas respostas não relacionaram tais situações com a LGPD, limitando-se a descrever exemplos genéricos, pessoais ou notícias. Contudo, muitos estudantes tomaram essas situações como ponto de partida de suas respostas, relacionando aspectos da Lei ou transformações nas práticas publicitárias ou relações de consumo.

As respostas que contemplaram algum dos conceitos do critério de avaliação abordaram com frequência o aspecto do consentimento do público/usuário/consumidor/cidadão no tratamento de dados pessoais. Em sua maioria, o consentimento foi relacionado com situações cotidianas da navegação na *web*, como a concordância na captura de dados e no uso de *cookies*. Também foram encontradas abordagens sobre: ampliação de responsabilidades legais que agências/marcas/organizações passam a ter com a segurança de dados pessoais dos seus públicos/clientes; imposição e regulação de limites ao acesso, tratamento e compartilhamento de dados; requisitos burocráticos de documentação do tratamento de dados; revogação de consentimento e exclusão de dados pessoais de banco de dados.

As respostas com melhores pontuações conseguiram explicitar relações entre os aspectos da LGPD com transformações em práticas publicitárias e/ou relações de consumo, antes e depois da implantação da Lei, como adequações de sistemas de CRM, *e-mail marketing*, *inbound marketing*, composição de banco de dados e publicidade programática.

Observou-se a recorrência de frases extraídas do enunciado da questão e de expressões como "os dados são o novo petróleo" e de que a "internet era uma terra sem lei" antes da LGPD. Raras respostas mencionaram que a LGPD regula todos os dados pessoais, não apenas aqueles em formato digital, sugerindo um possível desconhecimento de sua amplitude.

As respostas consideradas fracas limitaram-se a relacionar aspectos da LGPD (muitos dos quais apresentados no texto do enunciado da questão) e do cotidiano de usuários da internet diante de

mecanismos que captam e tratam dados. A maior dificuldade foi articular esses aspectos às práticas na área da Publicidade e do consumo. Já as respostas medianas, em sua maioria, mencionaram transformações nas práticas publicitárias e/ou nas relações de consumo a partir da implantação da LGPD, mas não explicaram tais mudanças. As respostas consideradas boas foram aquelas em que os estudantes estabeleceram relações entre algum aspecto da LGPD com mudanças na prática publicitária ou nas relações de consumo, provocadas desde a implementação da Lei, explicando-as corretamente. Enquanto algumas boas respostas apresentaram apenas práticas pós-implementação da Lei (adequadas à LGPD), outras compararam as transformações, distinguindo práticas estabelecidas antes e depois da LGPD, conforme solicitado no padrão de resposta.

A Lei Geral de Proteção de Dados é um importante mecanismo legal que contribui para a atuação profissional ética e responsável no contexto contemporâneo de protagonismo da Publicidade orientada por dados. É verdade que também é uma lei nova, implantada no decorrer da formação dos estudantes avaliados. Contudo, as respostas encontradas indicam o predomínio de conhecimentos superficiais sobre a LGPD e, em geral, pouca familiaridade com as transformações provocadas por ela nas práticas publicitárias e nas relações de consumo.

As respostas boas, que são menos frequentes, apresentaram relatos práticos e domínio de termos de comunicação e *marketing* digital, o que pode indicar conhecimentos adquiridos em ambiente formal de ensino (graduação) ou, dada a novidade do tema, diretamente em possível atuação na área (estágio ou ocupação profissional). Ou seja, respostas boas parecem revelar maior grau de familiaridade do estudante com a LGPD e suas implicações na Publicidade e Propaganda.

O desempenho dos estudantes, entre outros fatores, também pode estar relacionado à presença/ausência do tema da LGPD e da regulação do uso de dados, ao longo das oportunidades formativas na área de Publicidade e Propaganda. Assim, o baixo grau de apropriação do tema, predominante nas respostas encontradas, revela que o conteúdo foi abordado de modo insuficiente ao longo da formação dos estudantes avaliados.

7.3.2.7 CONSIDERAÇÕES FINAIS SOBRE AS QUESTÕES DISCURSIVAS DO COMPONENTE ESPECÍFICO

Foi identificado, na Questão 3, que a principal deficiência na formação dos estudantes estava relacionada ao conteúdo e à capacidade de expressar, de forma clara, as explicações que implicavam cada aspecto. Por ser um tema atual e que está em voga no dia a dia dos estudantes, principalmente, vivendo nas redes sociais, aparentam levar consigo o conhecimento relatado nas próprias mídias, como no caso de escândalos e engajamento, que são citados corriqueiramente em razão das diversas campanhas que acontecem nesse âmbito.

A Questão 4 abordou um tema atual e relevante para o profissional de Publicidade, tanto para aqueles que pretendem trabalhar em agências como, também, para os que irão trabalhar em empresas anunciantes, visto que a mídia programada é amplamente utilizada pelas marcas na busca de obtenção de *performance*. As respostas que consideraram aspectos de mídia programática, na maioria das vezes, foram superficiais.

O tema da LGPD (Questão 5), especialmente seus desdobramentos nas práticas publicitárias e relações de consumo, não é familiar aos estudantes – ou estes apropriaram-se de modo superficial do tema, ou tiveram pouco ou nenhum contato com o tema ao longo de sua formação. A atualidade e a "novidade" do tema – em comparação aos conteúdos consolidadas na área –, ao mesmo tempo que pode ser responsável pela dificuldade da formação em contemplar a LGPD, também pode configurar-se como oportunidade à formação, pela atenção que o tema tem recebido na área.

CAPÍTULO 8
ASPECTOS DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM IMPACTADOS PELA PANDEMIA

Desde dezembro de 2019, quando foram tornados públicos os primeiros casos da Covid-19, na China, e mais intensivamente, quando a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou a pandemia do novo coronavírus, o campo educativo passou a sofrer grandes impactos. Este cenário impôs às IES a necessidade de criarem medidas de enfrentamento ao quadro pandêmico e de adaptação de sua dinâmica aos desafios decorrentes da nova realidade, como possibilidades de continuar desenvolvendo os processos formativos dos estudantes.

Considerando o cenário descrito é o fato de que nele as IES vivenciaram desafios. Neste capítulo, são apresentados os resultados obtidos a partir das respostas emitidas para as questões 69 a 79 introduzidas ao final do "Questionário do Estudante" (Anexo I), na seção "Aspectos do Processo de Aprendizagem Impactados pela Pandemia", e do "Questionário do Coordenador de Curso" (Anexo II), focalizando possíveis repercussões da pandemia da Covid-19 no processo formativo dos estudantes. No caso dos coordenadores, as questões numeradas de 1 a 10 foram inseridas em seção com o mesmo nome, dando ênfase nas estratégias adotadas pelas IES para se adaptarem, visando atender as necessidades dos estudantes e minimizar impactos decorrentes da pandemia na aprendizagem destes.

Na primeira seção, inicialmente, são apresentados os referenciais da metodologia adotada na exposição dos dados, ao longo do capítulo, e, na sequência, os resultados do ponto de vista dos estudantes sobre aspectos do processo de aprendizagem deles impactados pela pandemia. Na segunda, são apresentados os resultados do ponto de vista dos coordenadores de curso, focalizando as estratégias anteriormente mencionadas. Na última sessão, procedeu-se à comparação dos níveis de discordância/concordância de coordenadores e estudantes a respeito de questões comuns.

8.1 PONTO DE VISTA DOS ESTUDANTES

Os anos de 2020, 2021 e 2022 foram marcados pela pandemia da Covid-19, com profundos impactos em toda a sociedade. Na presente edição do "Questionário do Estudante", foram inseridas, ao final, as Questões 69 a 79 (Anexo I), que abordam especificamente algumas das possíveis repercussões da pandemia em seu processo formativo. Essas respostas ajudaram a contextualizar os resultados da prova do Enade frente a esse cenário educacional singular, mas não foram utilizadas para fins de avaliação dos cursos e das instituições.

Essas questões eram na forma de assertivas sobre os aspectos do processo de aprendizagem impactados pela pandemia, e os estudantes deveriam explicitar, numa escala Likert, algum grau de concordância/discordância segundo uma escala que variava de 1 (discordância total) a 6 (concordância total). Duas outras categorias, *Não sei responder* e *Não se aplica*, completavam o elenco de alternativas de resposta. Essas duas Categorias não foram consideradas nas análises apresentadas nessa seção, sendo tratadas como *missing* (ausentes). Para efeito de apresentação e análise, o grau de concordância/discordância dos estudantes para cada uma das 11 assertivas é desagregado pela categoria administrativa da IES e pela Faixa de renda familiar do estudante. Como consequência dessa operação, a análise dos resultados específicos de cada uma das 11 assertivas se apoiou em duas tabelas – cada qual correspondente a uma das duas dimensões de segmentação dos dados, antes mencionadas.

Como forma de facilitar a interpretação dos dados, cada tabela é acompanhada por um gráfico, cujas cores identificam graus de concordância/discordância distintos. Áreas em tons de verde correspondem aos níveis de concordância com a assertiva, num gradiente em que as regiões mais escuras indicam um grau maior de concordância. Por sua vez, áreas em tons de bege/vermelho correspondem aos níveis de discordância com a assertiva, num gradiente em que as regiões com tonalidades mais intensas representam um maior grau de discordância com a assertiva. As mesmas tabelas, mas em valores absolutos, podem ser encontradas no Anexo VII.

A Tabela 8.1 apresenta os resultados colhidos junto aos estudantes, em relação à assertiva "Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais".

Tabela 8.1 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais", segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	20,7%	15,3%	18,4%	13,9%	10,4%	21,4%	100,0%
Pública Estadual	25,3%	15,8%	15,8%	13,7%	8,4%	21,1%	100,0%
Pública Municipal	2,4%	3,5%	3,5%	8,2%	10,6%	71,8%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	1,3%	1,3%	3,9%	6,1%	9,9%	77,5%	100,0%
Privada com fins lucrativos	2,8%	2,4%	6,0%	7,5%	12,9%	68,4%	100,0%
Total	4,0%	3,2%	6,3%	7,5%	11,3%	67,8%	100,0%

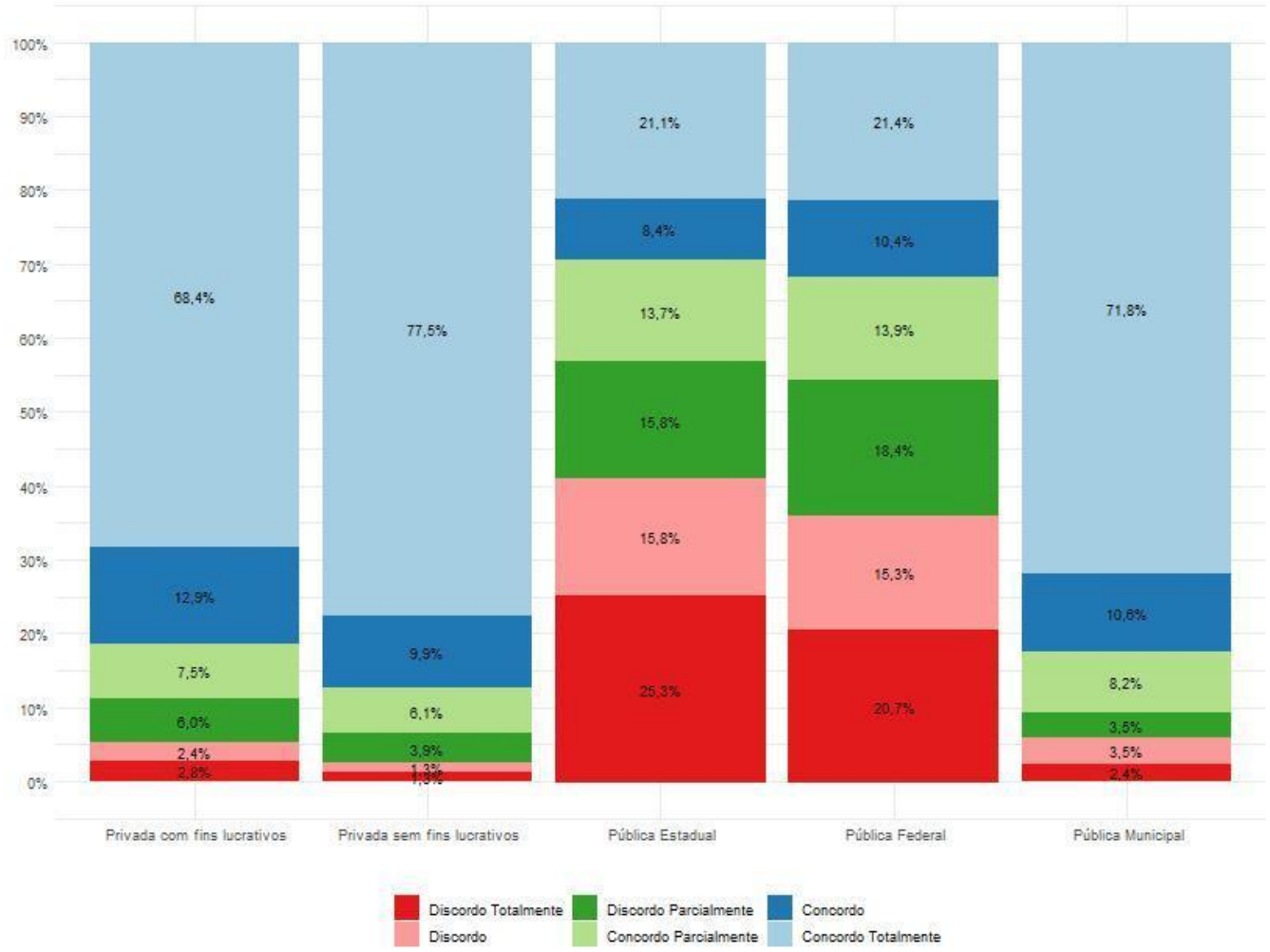
Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Em relação à assertiva "Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais", os dados da Tabela 8.1 revelam que a concordância plena com tal assertiva foi a

alternativa modal para as IES de quase todas as categorias administrativas, com exceção das públicas estaduais, que tiveram sua alternativa modal no outro extremo (discordância plena). As IES pública estadual e pública federal apresentaram comportamento oposto às demais, com altas porcentagens nos níveis de discordância. Como se observa na referida Tabela 8.1 – e no Gráfico 8.1, apresentado mais adiante – concordaram totalmente com a assertiva 68,4% dos estudantes de IES privadas com fins lucrativos; 77,5% dos estudantes de IES privadas sem fins lucrativos; 71,8% dos estudantes de IES públicas municipais; 21,1% dos estudantes de IES públicas estaduais e 21,4% das IES públicas federais.

Em referência às categorias administrativas (exceto públicas estaduais e públicas federais), observa-se que existe um gradiente entre as respostas: depois da classe modal, há uma queda nas frequências referentes aos demais níveis de concordância/discordância, que ocorre na medida em que estes se distanciam do nível de concordância máxima. A exceção é a categoria “Discordo totalmente”, na qual há uma pequena elevação do percentual comparando-o com o da categoria imediatamente anterior. O comportamento das públicas estaduais e públicas federais não apresentou a mesma característica, com valores distribuídos entre todos os níveis.

O Gráfico 8.1 apresenta os resultados das demonstrações de concordância, em relação à assertiva anteriormente mencionada.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.1 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Como revelam os resultados do Gráfico 8.1, as maiores demonstrações de concordância, se deram entre as IES privadas sem fins lucrativos (93,5%). Já as maiores demonstrações de discordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES públicas estaduais (soma de 56,9%) seguido das IES públicas federais (soma de 54,4%).

Ainda em relação à assertiva "Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais", também foram explorados dados sobre as faixas de renda mensal familiar do estudante, sendo os resultados a respeito apresentados na Tabela 8.2.

Tabela 8.2 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais", segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

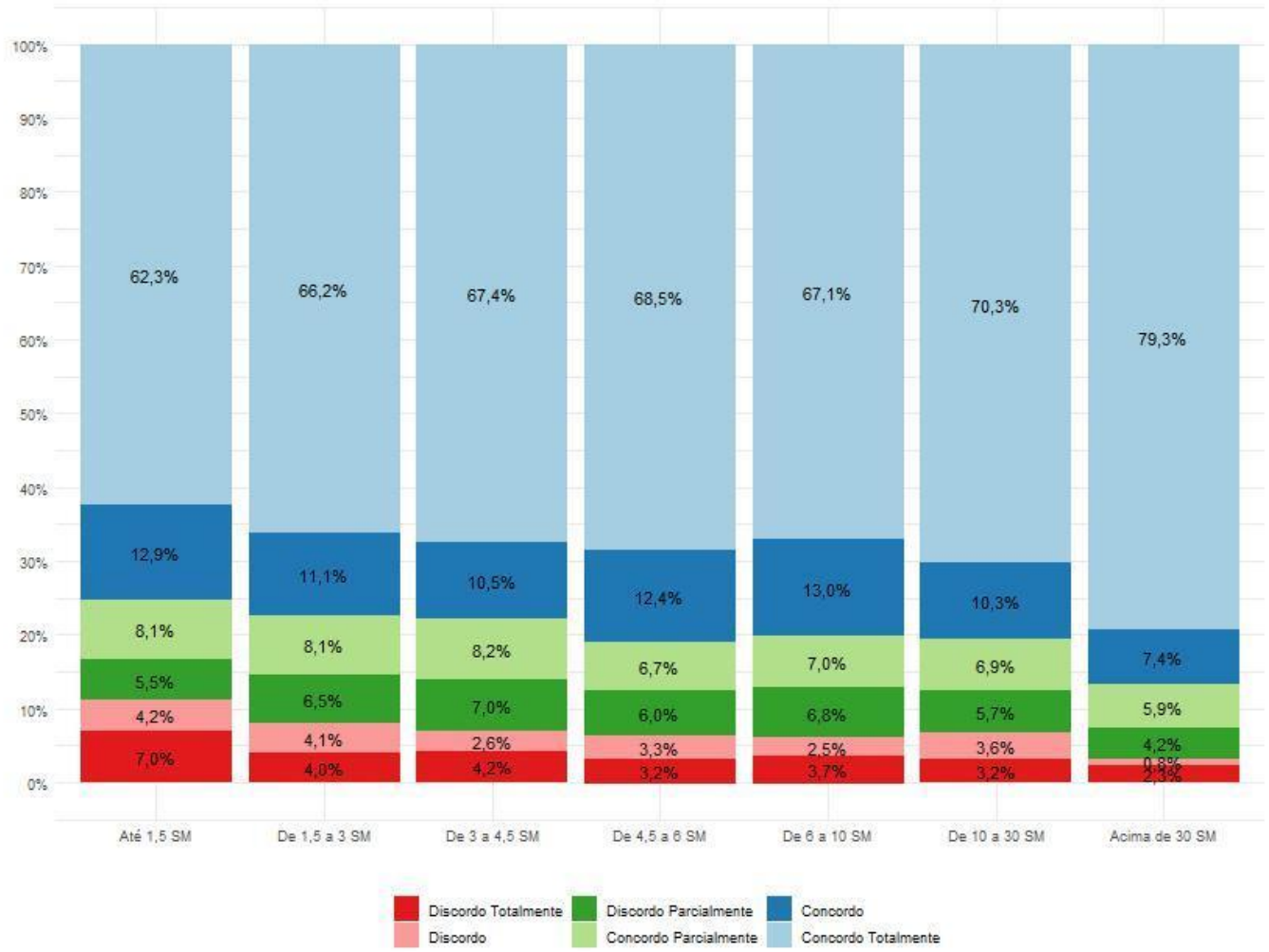
Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	7,0%	4,2%	5,5%	8,1%	12,9%	62,3%	100,0%
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	4,0%	4,1%	6,5%	8,1%	11,1%	66,2%	100,0%
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	4,2%	2,6%	7,0%	8,2%	10,5%	67,4%	100,0%
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	3,2%	3,3%	6,0%	6,7%	12,4%	68,5%	100,0%
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	3,7%	2,5%	6,8%	7,0%	13,0%	67,1%	100,0%
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	3,2%	3,6%	5,7%	6,9%	10,3%	70,3%	100,0%
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	2,3%	0,8%	4,2%	5,9%	7,4%	79,3%	100,0%
Total	4,0%	3,2%	6,3%	7,5%	11,3%	67,8%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostram os dados da Tabela 8.2, a alternativa modal em todas as faixas de renda mensal familiar do estudante foi o nível mais alto de concordância, Concordo totalmente (ver Tabela 8.2 e Gráfico 8.2). Na faixa mais baixa, de Até 1,5 SM, essa proporção foi de 62,3%. Na faixa seguinte, De 1,5 a 3 SM, a proporção de concordância plena com a assertiva foi de 66,2%. Nas quatro faixas seguintes – De 3 a 4,5 SM, De 4,5 a 6 SM, De 6 a 10 SM e De 10 a 30 SM –, as proporções dos estudantes que concordaram totalmente com a assertiva foram, respectivamente, de 67,4%, 68,5%, 67,1%, e 70,3%. Na Faixa de renda mais elevada, Acima de 30 SM, a proporção dos estudantes que manifestaram concordância total com a assertiva foi de 79,3%.

À luz dos dados apresentados, pode-se constatar uma tendência de elevação da proporção de concordância máxima, à medida que a faixa de renda mensal familiar também se eleva.

O Gráfico 8.2 apresenta os resultados das demonstrações de concordância, em relação à assertiva anteriormente mencionada.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.2 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

A estratificação gráfica denota o aumento da taxa de concordância plena com a assertiva seguindo o aumento da faixa de renda familiar mensal até o valor de 10 a 30 SM. O somatório de todas as demonstrações discordantes "Discordo Totalmente, Discordo e Discordo Parcialmente" da faixa de renda mensal de até 1,5 SM, foi de 16,7% configurando a maior entre as faixas estudadas.

Tabela 8.3 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Sua instituição ofereceu suporte para os estudantes superarem dificuldades tecnológicas de acesso às atividades não presenciais", segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

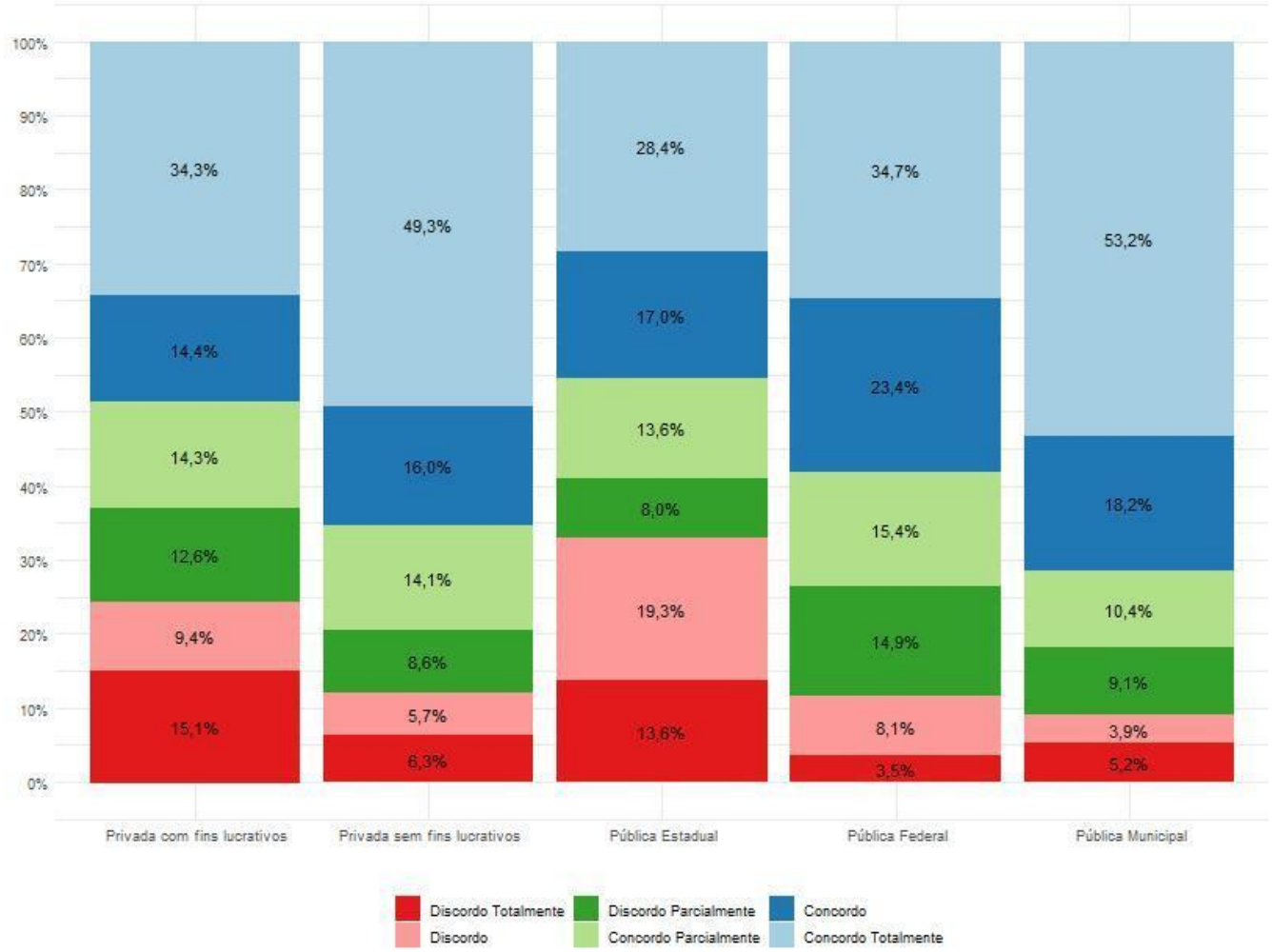
Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	3,5%	8,1%	14,9%	15,4%	23,4%	34,7%	100,0%
Pública Estadual	13,6%	19,3%	8,0%	13,6%	17,0%	28,4%	100,0%
Pública Municipal	5,2%	3,9%	9,1%	10,4%	18,2%	53,2%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	6,3%	5,7%	8,6%	14,1%	16,0%	49,3%	100,0%
Privada com fins lucrativos	15,1%	9,4%	12,6%	14,3%	14,4%	34,3%	100,0%
Total	10,2%	7,7%	10,9%	14,3%	15,9%	41,0%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Com base nos dados da Tabela 8.3, nota-se que o nível de concordância máxima com a assertiva constituiu a parcela modal para todos os tipos de IES. De fato, a proporção dos estudantes que manifestaram concordância plena com a assertiva não foi superada por qualquer outra proporção associada a cada uma das demais alternativas de concordância/discordância. Nas IES Públicas Municipais – categoria administrativa que registrou a maior proporção de concordância plena com a assertiva – a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes foi: 53,2% "Concordo totalmente"; 18,2% "Concordo"; 10,4% "Concordo parcialmente"; 9,1% "Discordo parcialmente"; 3,9% "Discordo" e 5,2% "Discordo totalmente".

Nota-se que, em termos gerais, depois da classe modal, há uma queda nas frequências referentes aos demais níveis de concordância/discordância, que ocorre na medida em que estes se distanciam do nível de concordância máxima.

O Gráfico 8.3 apresenta os resultados das demonstrações de concordância, em relação à assertiva anteriormente mencionada.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.3 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Sua instituição ofereceu suporte para os estudantes superarem dificuldades tecnológicas de acesso às atividades não presenciais", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Como mostra o Gráfico 8.3, as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES públicas municipais (soma de 81,8%).

De modo análogo, realizou-se a mesma operação quanto aos estudantes que optaram por algum nível de discordância "Discordo totalmente, Discordo e Discordo parcialmente" com a asserção. As maiores demonstrações de discordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES públicas estaduais (40,9%). Tais dados podem ser observados na Tabela 8.3 e no Gráfico 8.3, ambos mostrados antes.

Ainda em relação à assertiva "Sua instituição ofereceu suporte para os estudantes superarem dificuldades tecnológicas de acesso às atividades não presenciais", outros resultados obtidos, a partir das respostas dos estudantes, estão apresentados na Tabela 8.4.

Tabela 8.4 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Sua instituição ofereceu suporte para os estudantes superarem dificuldades tecnológicas de acesso às atividades não presenciais", segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

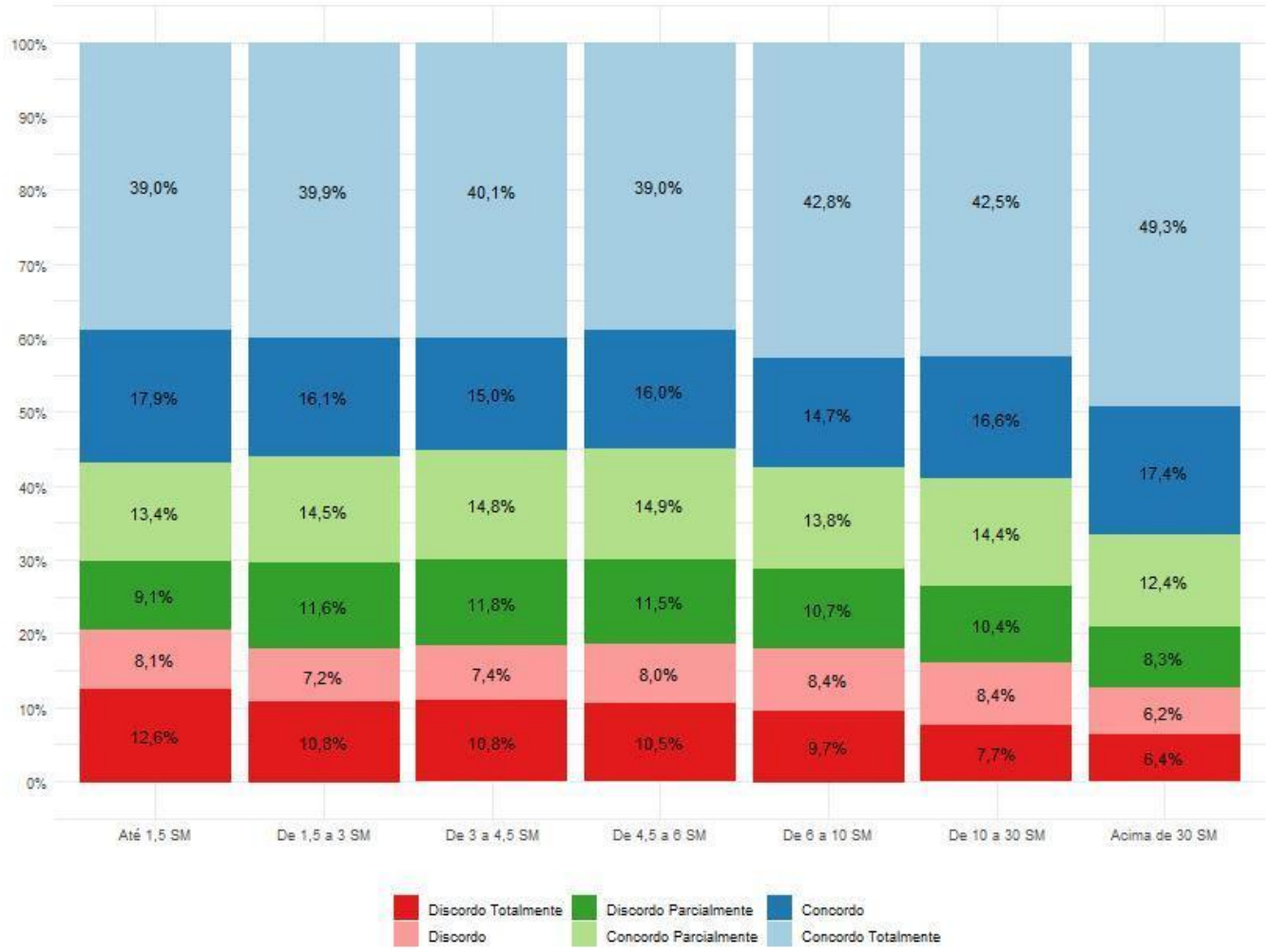
Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	12,6%	8,1%	9,1%	13,4%	17,9%	39,0%	100,0%
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	10,8%	7,2%	11,6%	14,5%	16,1%	39,9%	100,0%
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	10,8%	7,4%	11,8%	14,8%	15,0%	40,1%	100,0%
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	10,5%	8,0%	11,5%	14,9%	16,0%	39,0%	100,0%
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	9,7%	8,4%	10,7%	13,8%	14,7%	42,8%	100,0%
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	7,7%	8,4%	10,4%	14,4%	16,6%	42,5%	100,0%
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	6,4%	6,2%	8,3%	12,4%	17,4%	49,3%	100,0%
Total	10,2%	7,7%	10,9%	14,3%	15,9%	41,0%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como mostram os dados da Tabela 8.4, a alternativa modal em todas as Faixas de renda mensal familiar do estudante foi o nível mais alto de concordância, Concordo totalmente (ver também Gráfico 8.4, apresentado mais adiante). Na faixa mais baixa, de Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00), essa proporção foi de 39,0%. Na faixa seguinte, De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00), a proporção de concordância plena com a assertiva foi de 39,9%. Nas quatro faixas seguintes – De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00), De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00), De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00) e De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00) –, as proporções dos estudantes que concordaram totalmente com a assertiva foram, respectivamente, de 40,1%, 39,0%, 42,8% e 42,5%. Na Faixa de renda mais elevada, Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00), a proporção dos estudantes que manifestaram concordância total com a assertiva foi de 49,3%, o valor mais elevado da série.

A análise dos dados permite, também, identificar um padrão na distribuição das escolhas das diferentes alternativas de concordância/discordância em relação à assertiva, o qual se repete, com pequenas variações, em todas as faixas de renda: depois da classe modal, há uma queda nas proporções correspondentes às demais escolhas, queda que se torna mais nítida, à medida que as escolhas se distanciam do nível de concordância plena, com um ligeiro aumento na categoria de discordância plena.

O Gráfico 8.4 apresenta os resultados das demonstrações de concordância, em relação à assertiva anteriormente mencionada.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.4 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Sua instituição ofereceu suporte para os estudantes superarem dificuldades tecnológicas de acesso às atividades não presenciais", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Como mostram os dados do gráfico 8.4, os valores mais elevados de discordância plena com a assertiva se apresentaram nas faixas de renda mensal mais reduzidas, sendo 12,6% dos estudantes com renda familiar mensal até 1,5 SM, também, e cerca de 10,8% dos estudantes para as rendas entre 1,5 a 3 SM. Nota-se, também, que a maior somatória de manifestações concordantes com a assertiva, em seus variados níveis, foi de 79,1% por parte dos estudantes com renda familiar mensal acima de 30 SM e as menores somatórias de manifestações concordantes foi 69,9% por parte dos estudantes com renda familiar de 3 a 4,5 SM, igualmente a porcentagem dos estudantes de renda de 4,5 a 6 SM.

Os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância dos estudantes, com respeito à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", segundo a categoria administrativa da IES, estão apresentados na Tabela 8.5.

Tabela 8.5 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	1,4%	3,8%	7,0%	12,9%	21,6%	53,2%	100,0%
Pública Estadual	1,1%	3,3%	8,8%	15,4%	17,6%	53,8%	100,0%
Pública Municipal	4,9%	3,7%	4,9%	9,8%	20,7%	56,1%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	1,6%	2,4%	5,7%	11,0%	16,0%	63,3%	100,0%
Privada com fins lucrativos	3,9%	4,2%	9,7%	15,5%	17,2%	49,5%	100,0%
Total	2,7%	3,4%	7,6%	13,2%	17,1%	56,0%	100,0%

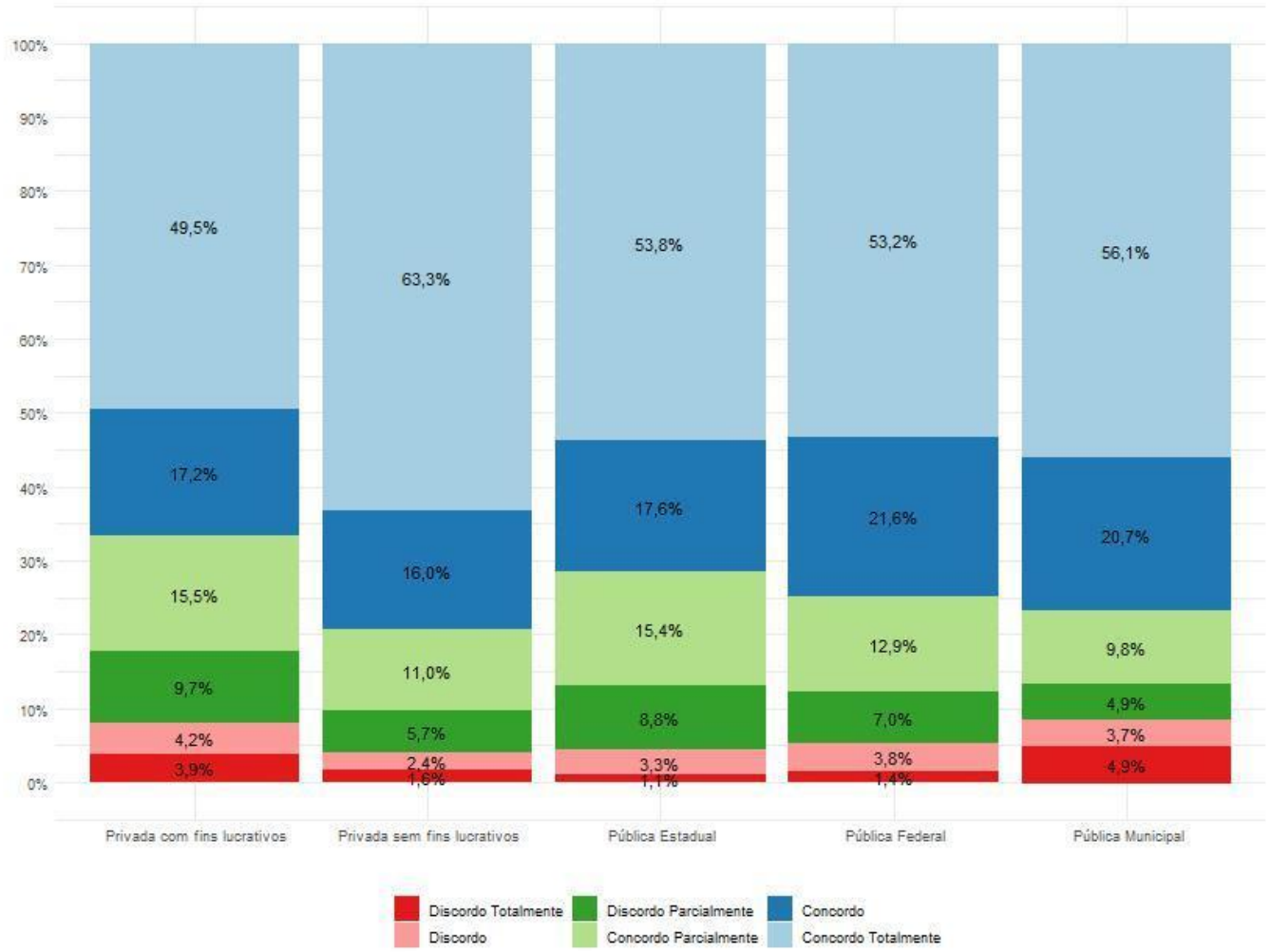
Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os dados da Tabela 8.5, nota-se que o nível de concordância máxima com a assertiva constituiu a parcela modal para as IES de todas as categorias administrativas. De fato, a proporção dos estudantes que manifestaram concordância plena com a assertiva não foi superada por qualquer outra proporção associada a cada uma das demais alternativas de concordância/discordância para todas as IES.

Nas IES privada sem fins lucrativos – categoria administrativa que registrou a maior proporção de concordância plena com a assertiva –, a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes foi: 63,3% "Concordo totalmente"; 16,0% "Concordo"; 11,0% "Concordo parcialmente", 5,7% "Discordo parcialmente"; 2,4% "Discordo" e 1,6% "Discordo totalmente". O conjunto de IES que registrou a segunda maior proporção de concordância plena com a assertiva foi o incluído na categoria administrativa pública municipal, cujo quadro geral de distribuição foi: 56,1% (Concordo totalmente); 20,7% "Concordo"; 9,8% "Concordo parcialmente"; 4,9% "Discordo parcialmente"; 3,7% "Discordo" e 4,9% "Discordo totalmente".

Note-se que, depois da classe modal, há uma queda nas frequências referentes aos demais níveis de concordância/discordância, que ocorre, mais nitidamente, à medida em que estes se distanciam do nível de concordância máxima.

O Gráfico 8.5 apresenta os resultados das demonstrações de concordância, em relação à assertiva anteriormente mencionada.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.5 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.5 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES privada sem fins lucrativos (soma 90,3%) e entre as IES pública federal (soma de 87,7%).

De modo análogo, realizou-se a mesma operação quanto aos estudantes que optaram por algum nível de discordância com a asserção. A maior soma de percentual dos diversos níveis de discordância

ocorreu entre as Privadas com fins lucrativos (17,8%). Tais dados podem ser observados na Tabela 8.5 e no Gráfico 8.5.

Ainda em relação à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos), necessárias às aulas, continuaram acessíveis após o início da pandemia", outros resultados estão apresentados na Tabela 8.6.

Tabela 8.6 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	3,7%	4,2%	6,9%	14,2%	18,0%	53,0%	100,0 %
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	3,0%	3,0%	8,6%	14,0%	16,5%	54,8%	100,0 %
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	2,6%	4,1%	7,7%	13,6%	17,4%	54,6%	100,0 %
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	1,7%	2,7%	9,3%	13,0%	18,5%	54,8%	100,0 %
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	2,9%	3,6%	7,0%	14,0%	17,2%	55,4%	100,0 %
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	2,6%	3,1%	6,4%	11,2%	17,1%	59,6%	100,0 %
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	2,0%	2,4%	4,6%	9,8%	13,2%	68,1%	100,0 %
Total	2,7%	3,4%	7,6%	13,2%	17,1%	56,0%	100,0 %

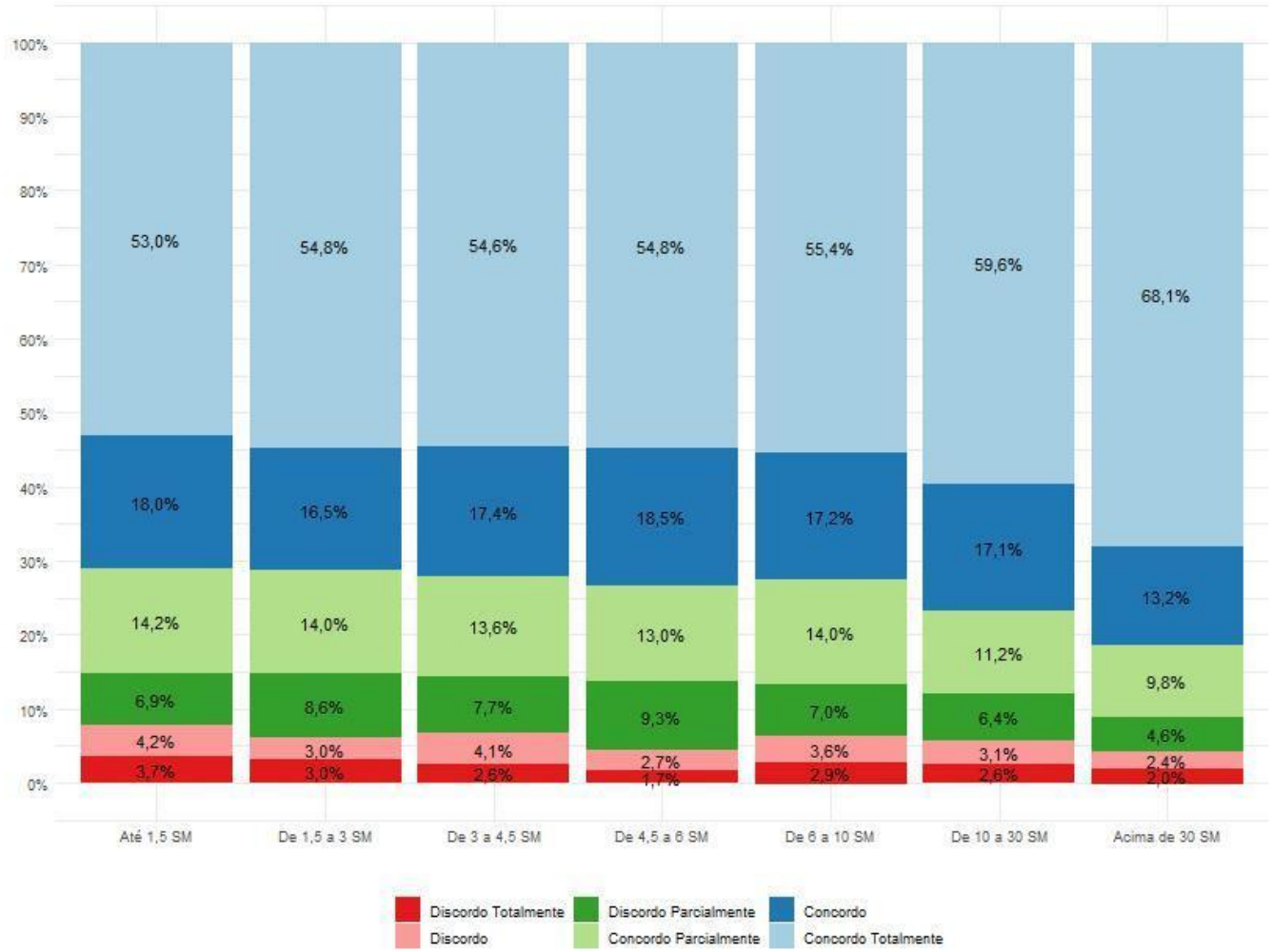
Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.6, a alternativa modal em todas as Faixas de renda mensal familiar do estudante foi o nível mais alto de concordância, Concordo totalmente (ver também Gráfico 8.6). Na faixa mais baixa, de Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00) essa proporção foi de 53,0%. Na faixa seguinte, De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00), a proporção de concordância plena com a assertiva foi de 54,8%. Nas quatro faixas seguintes – De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00), De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00), De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00) e De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00) –, as proporções dos estudantes que concordaram totalmente com a assertiva foram, respectivamente, de 54,6%, 54,8%, 55,4% e 59,6%. Na Faixa de renda mais elevada, Acima de 30 SM (mais

de R$ 36.360,00), a proporção dos estudantes que manifestaram concordância total com a assertiva foi de 68,1%, o valor mais elevado da série.

A análise dos dados permite, também, identificar um padrão na distribuição das escolhas das diferentes alternativas de concordância/discordância em relação à assertiva, o qual se repete, com pequenas variações, em todas as faixas de renda: *grosso modo*, depois da classe modal, há uma queda nas proporções correspondentes às demais escolhas, queda que se torna mais nítida, à medida que as escolhas se distanciam do nível de concordância plena.

Dando sequência à análise dos dados, procedeu-se à soma dos estudantes que optaram por algum nível de concordância "Concordo totalmente, Concordo e Concordo parcialmente" com a asserção, sendo os resultados obtidos apresentados no Gráfico 8.6.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.6 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Como mostrado no Gráfico 8.6, não existem grandes diferenças nas demonstrações de discordância “Discordo, Discordo totalmente e Discordo parcialmente” ao se comparar as escolhas dos estudantes das diversas faixas de renda familiar mensal.

A menor porcentagem de manifestação de discordância ocorreu na faixa superior de renda familiar (Acima de 30 SM), não superando 9,0%.

Os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância dos estudantes, com respeito à assertiva “As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas”, segundo a categoria administrativa da IES, estão apresentados na Tabela 8.7.

Tabela 8.7 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva “As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	1,9%	6,7%	9,6%	15,7%	22,2%	43,8%	100,0 %
Pública Estadual	6,1%	6,1%	7,6%	13,6%	19,7%	47,0%	100,0 %
Pública Municipal	8,6%	2,9%	7,1%	12,9%	21,4%	47,1%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	4,3%	3,6%	7,5%	11,5%	16,3%	56,8%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	8,7%	6,0%	11,1%	14,8%	15,0%	44,3%	100,0 %
Total	6,3%	5,0%	9,4%	13,4%	16,2%	49,8%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

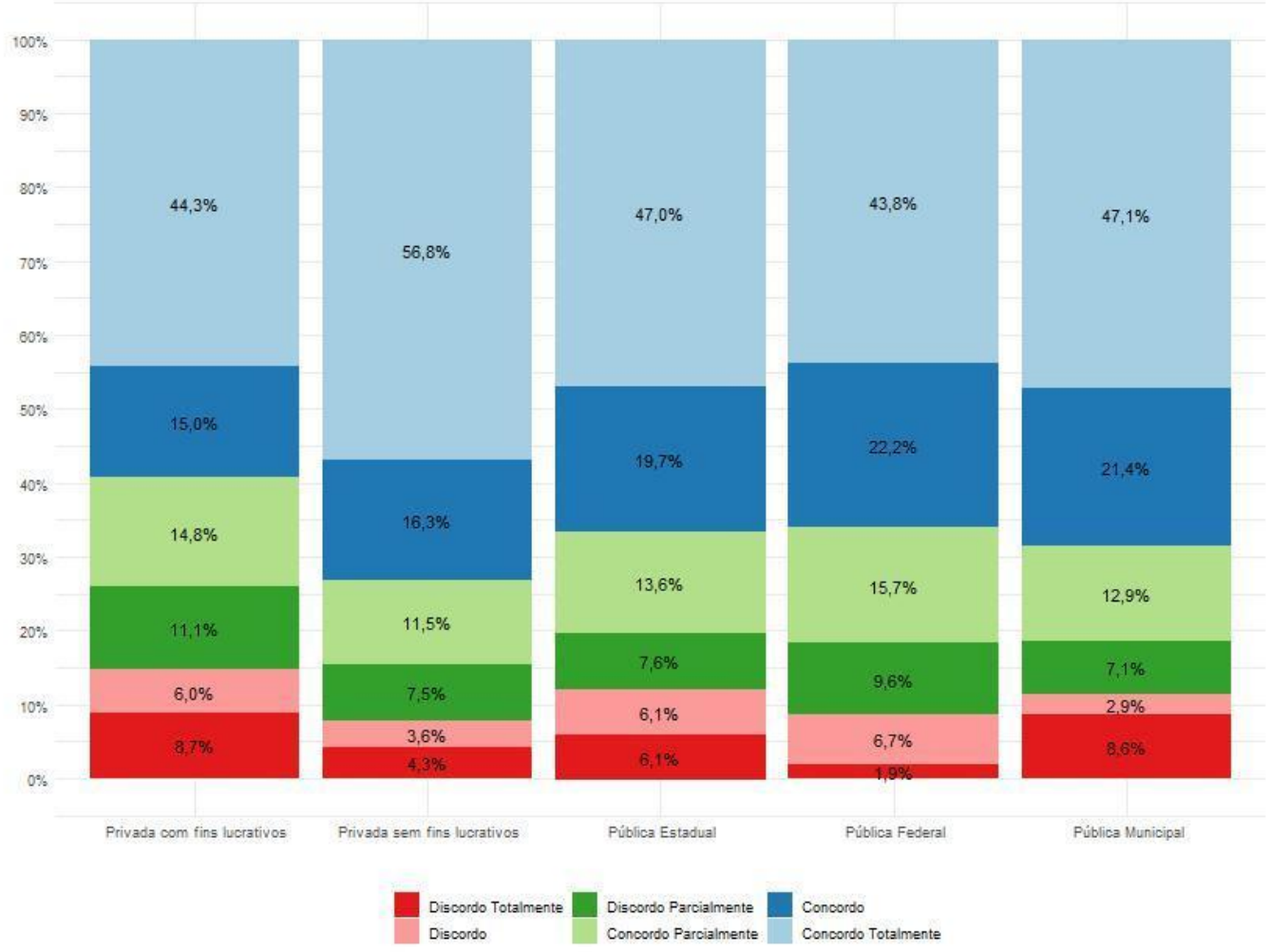
Com base nos dados da Tabela 8.7, nota-se que o nível de concordância máxima com a assertiva constituiu a alternativa modal para todas as cinco categorias de IES. De fato, a proporção dos estudantes que manifestaram concordância plena com a assertiva não foi superada por qualquer outra proporção associada a cada uma das demais alternativas de concordância/discordância.

Nas IES privada sem fins lucrativos – categoria administrativa que registrou a maior proporção de concordância plena com a assertiva –, a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes foi: 56,8% “Concordo totalmente”; 16,3% “Concordo”; 11,5% “Concordo parcialmente”; 7,5% “Discordo parcialmente”; 3,6% “Discordo” e 4,3% “Discordo totalmente”. A categoria que registrou a segunda maior proporção de concordância plena com a assertiva foi a Pública municipal, cujo quadro

geral de distribuição foi: 47,1% “Concordo totalmente”; 21,4% “Concordo”; 12,9% “Concordo parcialmente”; 7,1% “Discordo parcialmente”; 2,9% “Discordo” e 8,6% “Discordo totalmente”.

Note-se que, para todas as Categorias Administrativas, em termos gerais, depois da classe modal, há uma queda nas frequências referentes aos demais níveis de concordância/discordância, que ocorre, mais nitidamente, à medida que estes se distanciam do nível de concordância máxima. Particularmente, no que diz respeito ao nível de discordância máxima, “discordo totalmente”, observa-se um ligeiro incremento em relação ao nível de discordância que lhe precede.

O Gráfico 8.7 apresenta os resultados das demonstrações de concordância, em relação à assertiva anteriormente mencionada.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.7 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva “As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas”, por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Como revelam os resultados do Gráfico 8.7, as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES privadas sem fins lucrativos (soma de 84,6%). Por outro lado, as maiores demonstrações de discordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES Privadas com fins lucrativos (25,8%). Tais dados podem ser observados na Tabela 8.7 e no Gráfico 8.7, ambos mostrados antes.

Ainda em relação à assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas", a Tabela 8.8 apresenta mais resultados relativos às respostas obtidas.

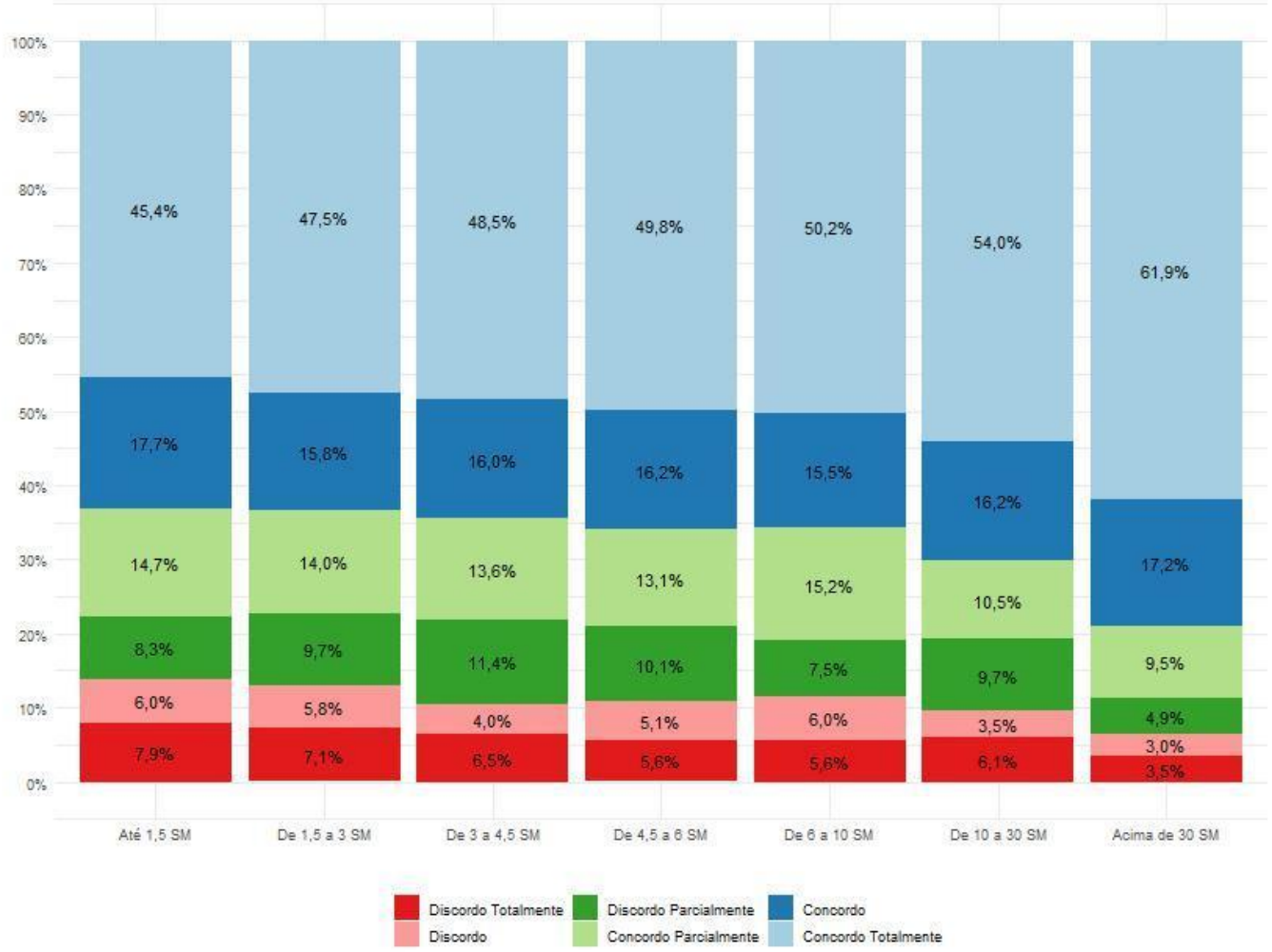
Tabela 8.8 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas", segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	7,9%	6,0%	8,3%	14,7%	17,7%	45,4%	100,0 %
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	7,1%	5,8%	9,7%	14,0%	15,8%	47,5%	100,0 %
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	6,5%	4,0%	11,4%	13,6%	16,0%	48,5%	100,0 %
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	5,6%	5,1%	10,1%	13,1%	16,2%	49,8%	100,0 %
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	5,6%	6,0%	7,5%	15,2%	15,5%	50,2%	100,0 %
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	6,1%	3,5%	9,7%	10,5%	16,2%	54,0%	100,0 %
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	3,5%	3,0%	4,9%	9,5%	17,2%	61,9%	100,0 %
Total	6,3%	5,0%	9,4%	13,4%	16,2%	49,8%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 8.8 mostram que a alternativa modal em todas as Faixas de renda mensal familiar do estudante foi o nível mais alto de concordância, Concordo totalmente (ver também Gráfico 8.8). Na faixa mais baixa, essa proporção foi de 45,4%. Na Faixa de renda mais elevada, Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00), a proporção dos estudantes que manifestaram concordância total com a assertiva foi de 61,9%, o valor mais elevado da série.

A análise dos dados permite, também, identificar um padrão na distribuição das escolhas das diferentes alternativas de concordância/discordância em relação à assertiva “As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas”, como retratado no Gráfico 8.8.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.8 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva “As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas”, por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Como mostram os dados do Gráfico 8.8, não existem grandes diferenças nas demonstrações de discordância “Discordo, Discordo totalmente e Discordo parcialmente” ao se comparar as escolhas dos estudantes das diversas faixas de renda familiar mensal, exceto para os estudantes com renda familiar mensal *Acima de 30* SM que demonstraram a menor proporção de discordância, em seus diversos níveis somados, de 11,4%.

Os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância dos estudantes, com respeito à assertiva “As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia”, segundo a categoria administrativa da IES, estão apresentados na Tabela 8.9.

Tabela 8.9 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva “As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	5,7%	3,8%	5,7%	9,5%	20,2%	55,0%	100,0 %
Pública Estadual	9,2%	4,6%	6,2%	10,8%	10,8%	58,5%	100,0 %
Pública Municipal	5,2%	1,7%	1,7%	8,6%	15,5%	67,2%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	5,2%	2,5%	5,0%	9,1%	14,3%	64,0%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	8,5%	5,2%	7,8%	11,8%	15,5%	51,2%	100,0 %
Total	6,7%	3,8%	6,3%	10,3%	15,2%	57,7%	100,0 %

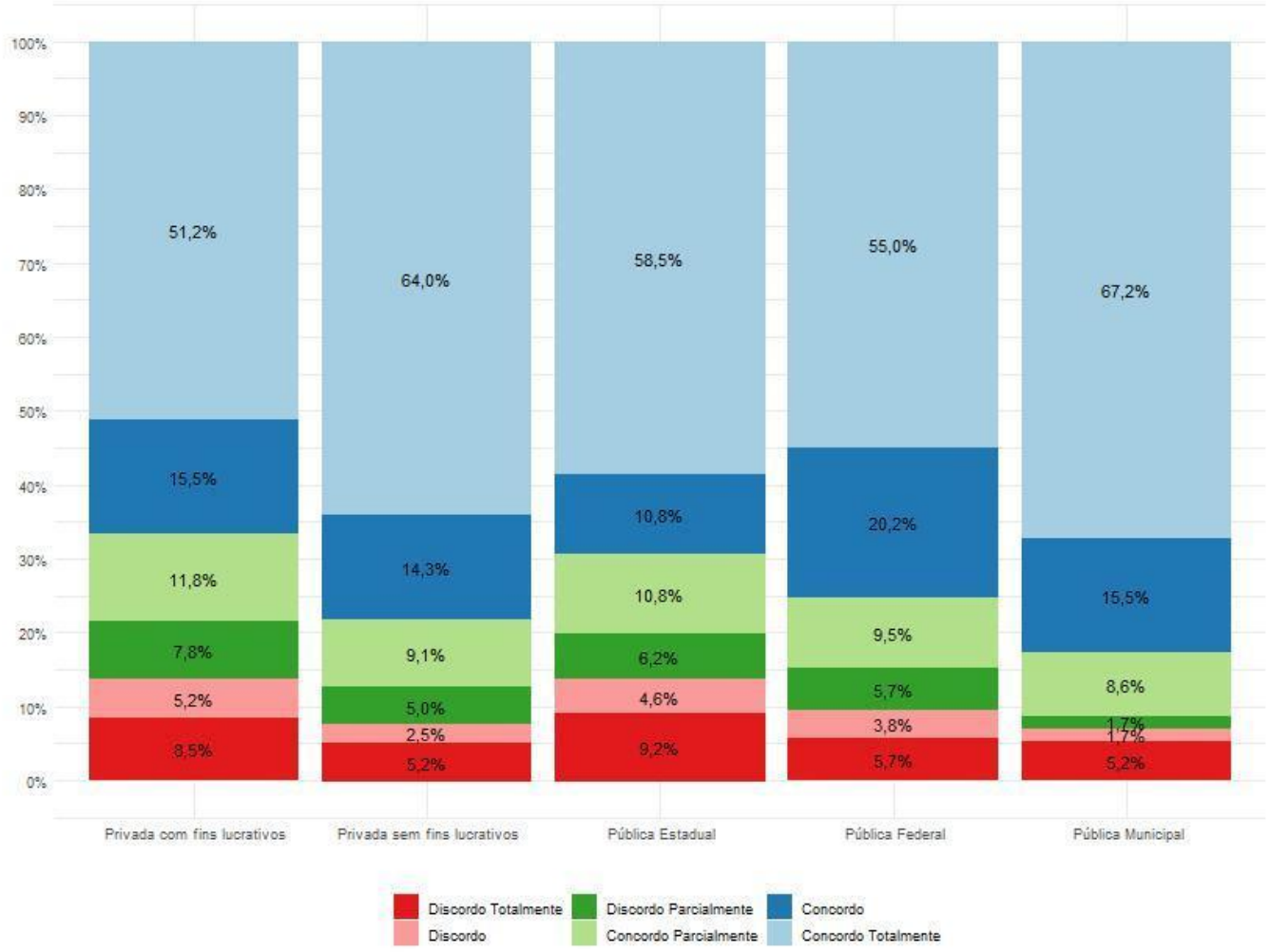
Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 8.9 permitem notar que o nível de concordância máxima com a assertiva constituiu a parcela modal para todas as cinco categorias.

Nas IES públicas municipais – categoria administrativa que registrou a maior proporção de concordância plena com a assertiva – a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes foi: 67,2% “Concordo totalmente”; 15,5% “Concordo”; 8,6% “Concordo parcialmente”; 1,7% “Discordo parcialmente”; 1,7% “Discordo” e 5,2% “Discordo totalmente”. O conjunto de IES que registrou a segunda maior proporção de concordância plena com a assertiva foi o incluído na categoria administrativa Privada sem fins lucrativos, cujo quadro geral de distribuição foi: 64,0% “Concordo totalmente”; 14,3% “Concordo”; 9,1% “Concordo parcialmente”; 5,0% “Discordo parcialmente”; 2,5% “Discordo” e 5,2% “Discordo totalmente”.

Note-se que, para todas as Categorias Administrativas e para o total, em termos gerais, depois da classe modal, há uma queda nas frequências referentes aos demais níveis de concordância/discordância, que ocorre mais nitidamente, à medida que estes se distanciam do nível de concordância máxima.

O Gráfico 8.9 expõe resultados que permitem ampliar as análises já apresentadas.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.9 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.9 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES públicas municipais (soma de 91,3%) e as de discordância, se deram entre as privadas com fins lucrativos (soma de 21,5%).

Ainda em relação à mesma assertiva, mas considerando as faixas de renda do estudante, a Tabela 8.10 apresenta outros resultados.

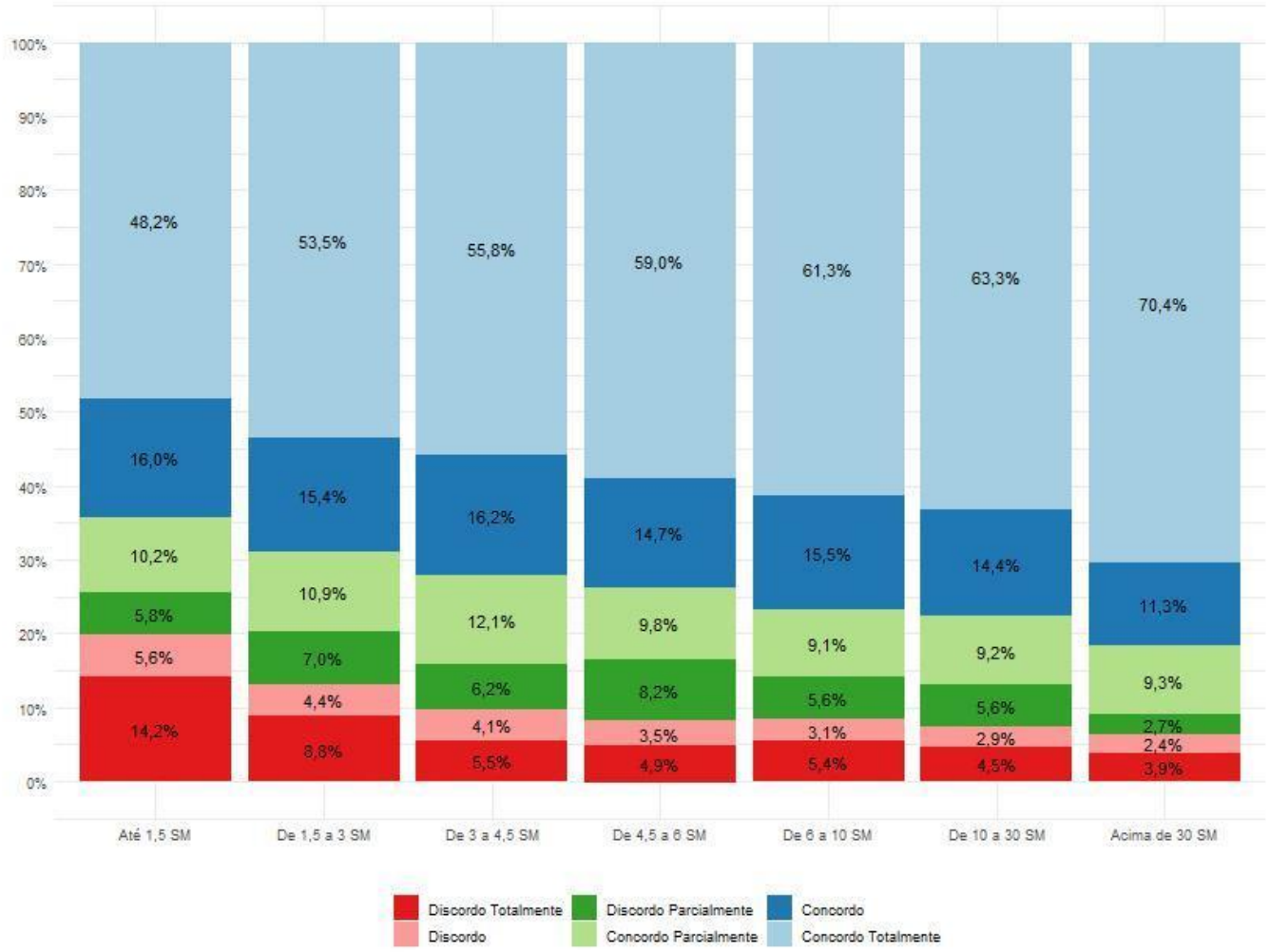
Tabela 8.10 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia", segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	14,2%	5,6%	5,8%	10,2%	16,0%	48,2%	100,0 %
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	8,8%	4,4%	7,0%	10,9%	15,4%	53,5%	100,0 %
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	5,5%	4,1%	6,2%	12,1%	16,2%	55,8%	100,0 %
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	4,9%	3,5%	8,2%	9,8%	14,7%	59,0%	100,0 %
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	5,4%	3,1%	5,6%	9,1%	15,5%	61,3%	100,0 %
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	4,5%	2,9%	5,6%	9,2%	14,4%	63,3%	100,0 %
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	3,9%	2,4%	2,7%	9,3%	11,3%	70,4%	100,0 %
Total	6,7%	3,8%	6,3%	10,3%	15,2%	57,7%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como atestam os dados da Tabela 8.10, a alternativa modal em todas as faixas foi o nível mais alto de concordância, "Concordo totalmente" (ver também Gráfico 8.10). Na faixa mais baixa, essa proporção foi de 48,2%. Na faixa seguinte (De 1,5 SM a 3 SM), a proporção de concordância plena com a assertiva foi de 53,5%. Na Faixa de renda mais elevada, a proporção dos estudantes que manifestaram concordância total com a assertiva foi de 70,4%, o valor mais elevado da série.

O Gráfico 8.10 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.10 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados expostos no Gráfico 8.10 permitem constatar que não existem grandes diferenças nas demonstrações de discordância "Discordo, Discordo totalmente e Discordo parcialmente" ao se comparar as escolhas dos estudantes das diversas faixas de renda familiar mensal, mas é possível observar que, de forma geral, o nível de discordância reduz à medida que a renda familiar mensal se eleva.

Os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância dos estudantes, com respeito à assertiva "Os professores demonstraram domínio dos recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", segundo a categoria administrativa da IES, estão apresentados na Tabela 8.11.

Tabela 8.11 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Os professores demonstraram domínio dos recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

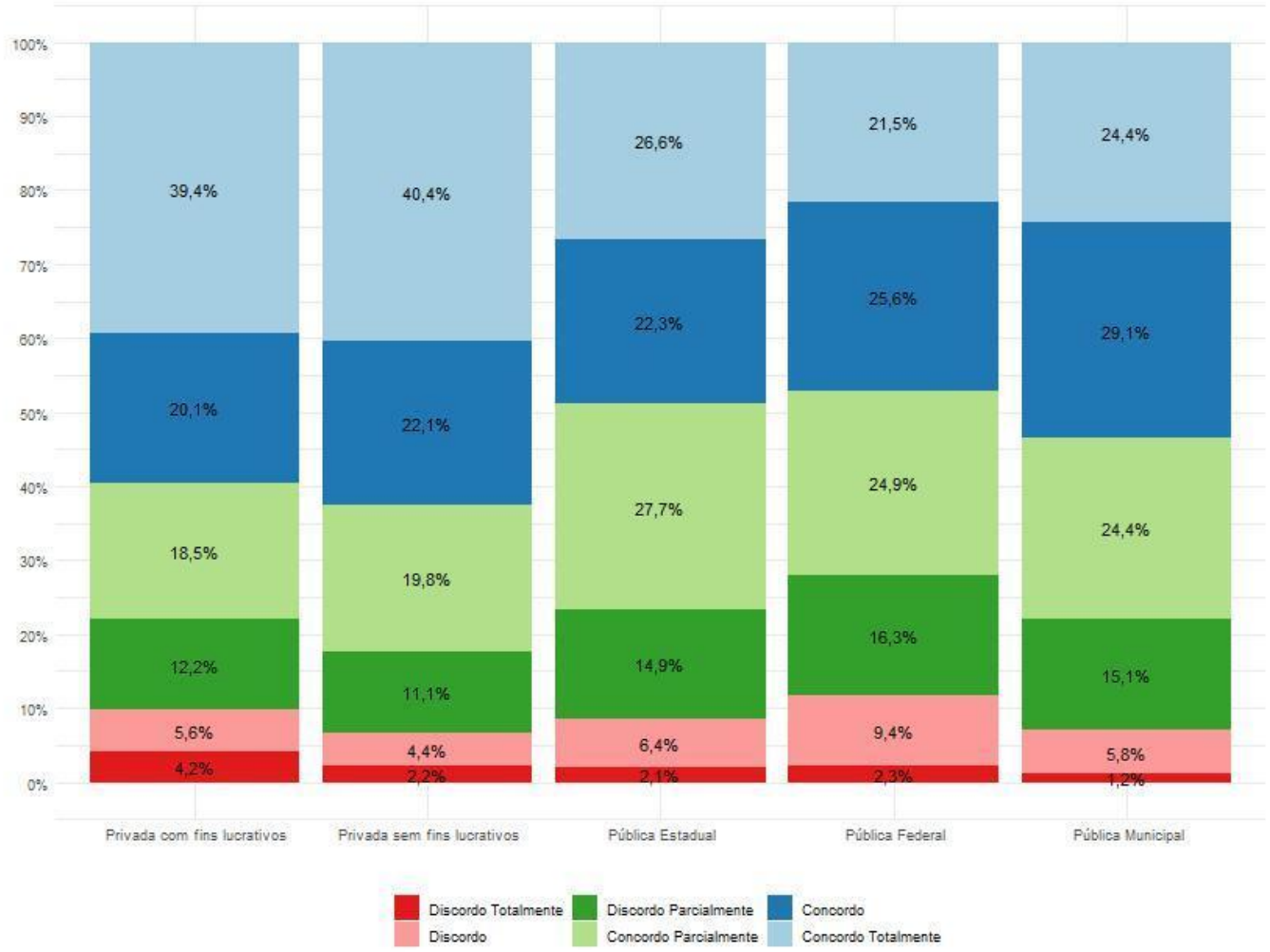
Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	2,3%	9,4%	16,3%	24,9%	25,6%	21,5%	100,0 %
Pública Estadual	2,1%	6,4%	14,9%	27,7%	22,3%	26,6%	100,0 %
Pública Municipal	1,2%	5,8%	15,1%	24,4%	29,1%	24,4%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	2,2%	4,4%	11,1%	19,8%	22,1%	40,4%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	4,2%	5,6%	12,2%	18,5%	20,1%	39,4%	100,0 %
Total	3,1%	5,4%	12,2%	19,8%	21,5%	38,0%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 8.11 permitem notar que o nível de concordância máxima com a assertiva constituiu a parcela modal para o conjunto de IES em apenas duas categorias (Privada sem fins lucrativos e Privadas com fins lucrativos). Para a categoria Pública federal, a alternativa "Concordo parcialmente"(27,7%), e, para as IES públicas municipais, alternativa "Concordo" (29,1%).

Nas IES privadas sem fins lucrativos – categoria administrativa que registrou a maior proporção de concordância plena com a assertiva –, a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes de maior grau de concordância até o maior de discordância foi: 40,4%; 22,1%; 19,8%; 11,1%; 4,4% e 2,2%.

O Gráfico 8.11 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.11 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Os professores demonstraram domínio dos recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.11 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES privadas sem fins lucrativos (soma de 82,3%) e as de discordância, se deram entre as públicas federais (soma de 28,0%).

Ainda em relação à mesma assertiva, “Os professores demonstraram domínio dos recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais”, mas considerando as faixas de renda dos estudantes, a Tabela 8.12 apresenta outros resultados.

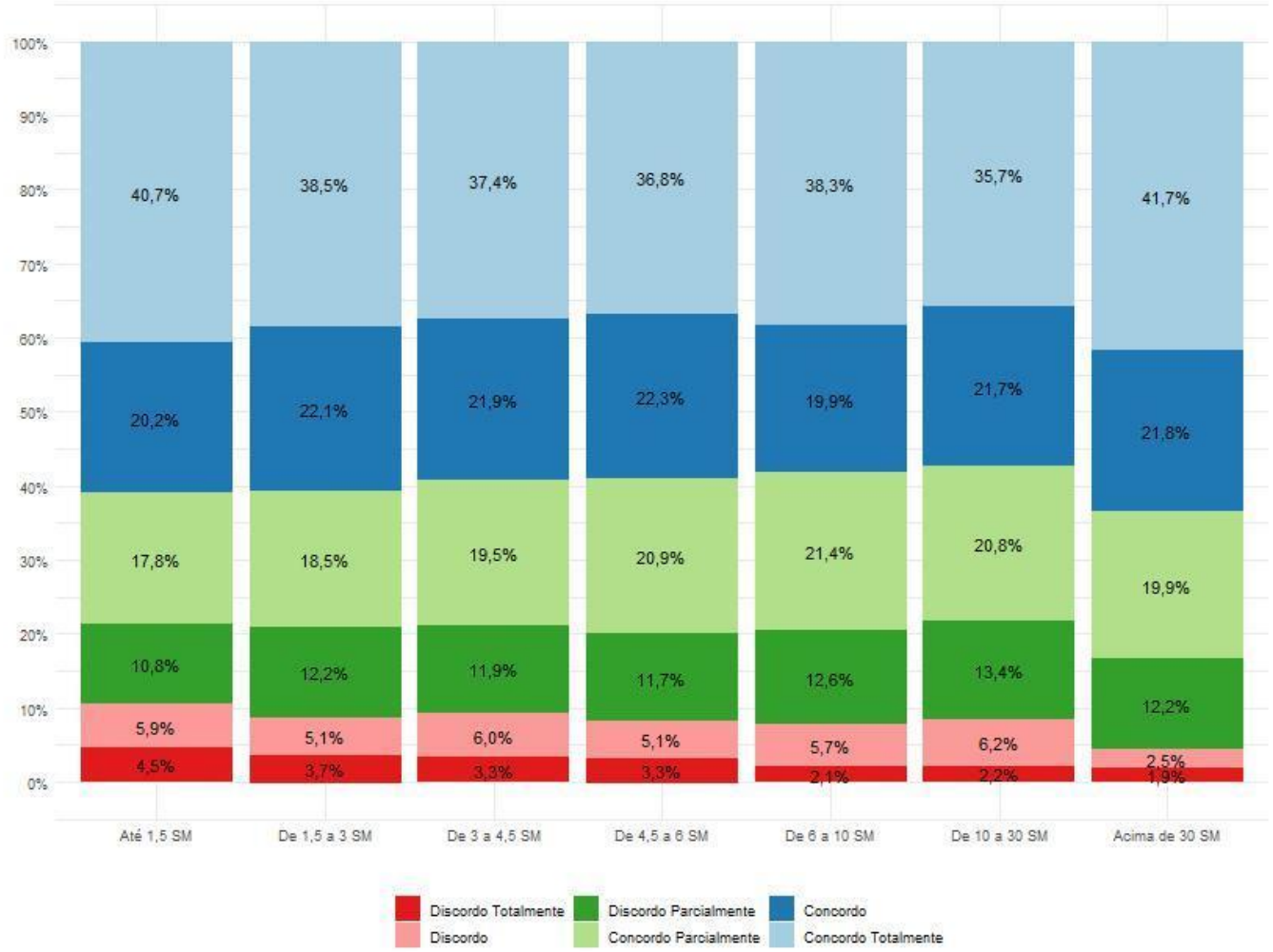
Tabela 8.12 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva “Os professores demonstraram domínio dos recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais”, segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	4,5%	5,9%	10,8%	17,8%	20,2%	40,7%	100,0 %
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	3,7%	5,1%	12,2%	18,5%	22,1%	38,5%	100,0 %
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	3,3%	6,0%	11,9%	19,5%	21,9%	37,4%	100,0 %
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	3,3%	5,1%	11,7%	20,9%	22,3%	36,8%	100,0 %
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	2,1%	5,7%	12,6%	21,4%	19,9%	38,3%	100,0 %
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	2,2%	6,2%	13,4%	20,8%	21,7%	35,7%	100,0 %
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	1,9%	2,5%	12,2%	19,9%	21,8%	41,7%	100,0 %
Total	3,1%	5,4%	12,2%	19,8%	21,5%	38,0%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados da Tabela 8.12, a alternativa modal em todas as faixas foi o nível mais alto de concordância, “Concordo totalmente”. Na faixa mais baixa (Até 1,5 SM), a proporção de concordância plena foi de 40,7% e na faixa seguinte (De 1,5 a 3 SM), de 38,5%. Nas faixas seguintes De 3 a 4,5 SM, De 4,5 a 6 SM, De 6 a 10 SM e De 10 a 30 SM, as proporções dos estudantes que concordaram totalmente com a assertiva foram, respectivamente, de 37,4%, 36,8%, 38,3% e 35,7%. Na faixa mais alta (Acima de 30 SM) a concordância total foi de 41,7%, a maior da série.

O Gráfico 8.12 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.12 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Os professores demonstraram domínio dos recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados expostos no Gráfico 8.12 permitem constatar que não existem grandes diferenças nas demonstrações de discordância *(*"Discordo, Discordo totalmente e Discordo parcialmente") ao se comparar as escolhas dos estudantes das diversas faixas de renda familiar mensal. Embora não tenha sido refletido em demonstrações de discordância, o número de alunos, de todas as faixas de renda familiar mensal, que manifestaram concordar totalmente, foi menor que estratificações anteriores que também demonstraram soma total de concordância elevada.

Na Tabela 8.13 encontram-se os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância dos estudantes, com respeito à assertiva “A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais”, segundo a categoria administrativa da IES.

Tabela 8.13 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva “A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

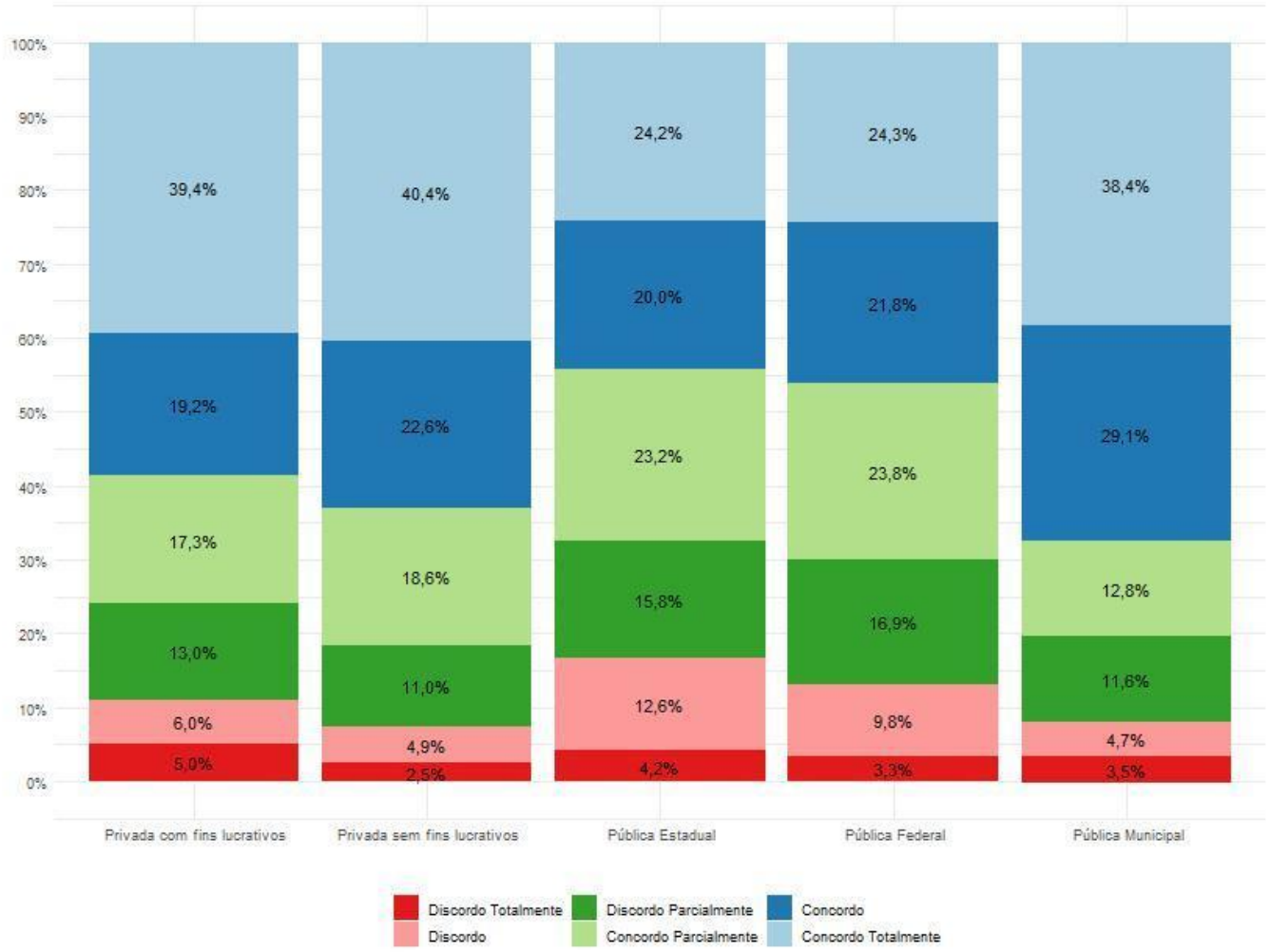
Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	3,3%	9,8%	16,9%	23,8%	21,8%	24,3%	100,0 %
Pública Estadual	4,2%	12,6%	15,8%	23,2%	20,0%	24,2%	100,0 %
Pública Municipal	3,5%	4,7%	11,6%	12,8%	29,1%	38,4%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	2,5%	4,9%	11,0%	18,6%	22,6%	40,4%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	5,0%	6,0%	13,0%	17,3%	19,2%	39,4%	100,0 %
Total	3,8%	5,9%	12,5%	18,4%	21,0%	38,4%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 8.13 mostram que o padrão é semelhante ao observado para as asserções anteriores, o nível de concordância máxima com a assertiva constituiu a parcela modal para o conjunto de IES das cinco categorias.

Nas IES Privadas sem fins lucrativos – categoria administrativa que registrou a maior proporção de concordância plena com a assertiva –, a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes de maior grau de concordância até o maior de discordância foi: 40,4%; 22,6%; 18,6%; 11,0%; 4,9% e 2,5%. A categoria de IES que registrou a segunda maior proporção de concordância plena com a assertiva foram as IES Privadas com fins lucrativos, cujo quadro geral de distribuição, considerando a ordem utilizada para a categoria descrita anteriormente, foi: 39,4%; 19,2%; 17,3%; 13,0%; 6,0% e 5,0%.

O Gráfico 8.13 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.13 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.13 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES *Privadas sem fins lucrativos* (soma de 81,6%) e as de discordância, se deram entre as *Públicas Estaduais* (soma de 32,6%).

Ainda em relação à mesma assertiva, "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais", mas considerando as faixas de renda do estudante, a Tabela 8.14 apresenta outros resultados.

Tabela 8.14 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais", segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

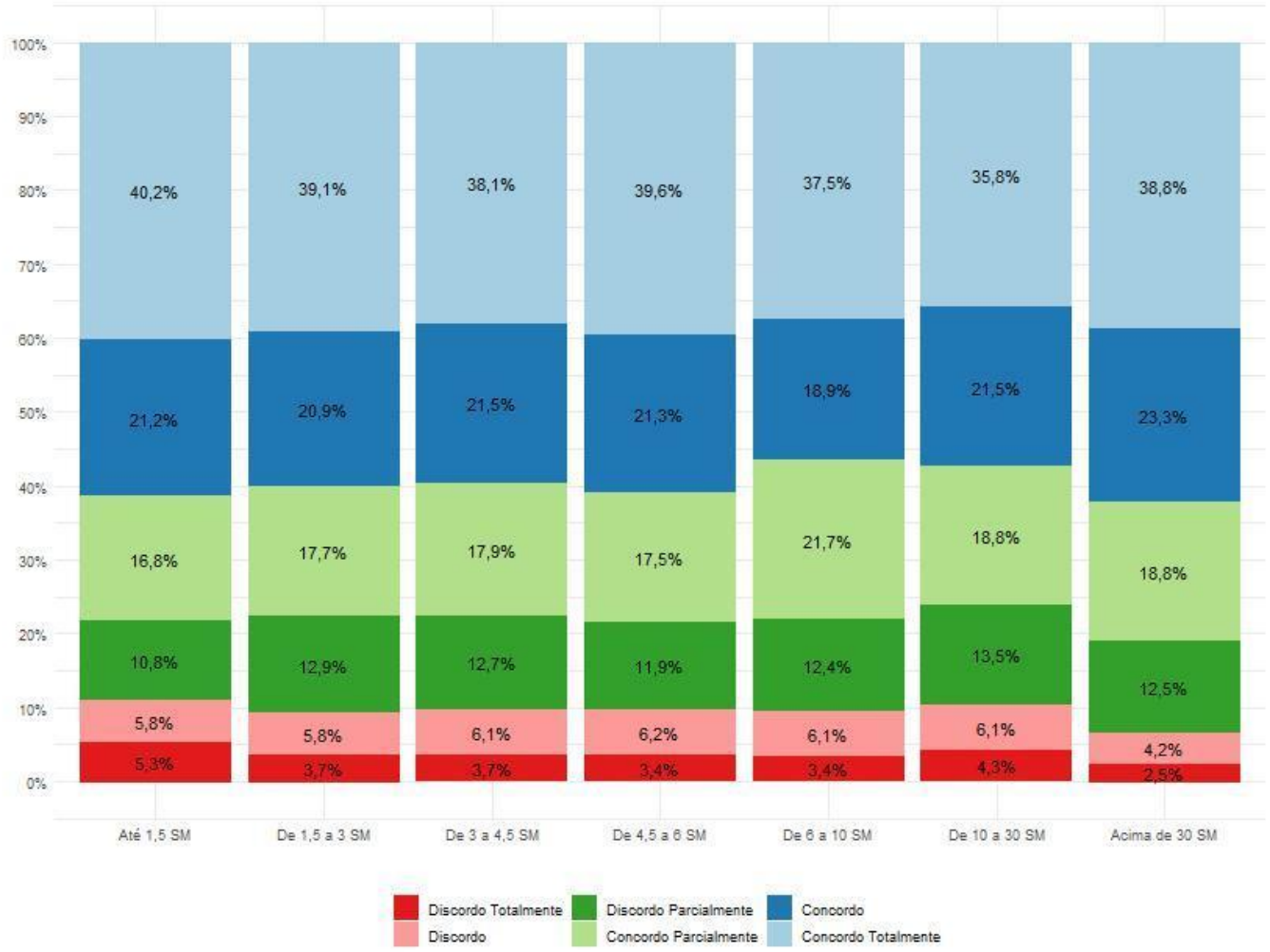
Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	5,3%	5,8%	10,8%	16,8%	21,2%	40,2%	100,0 %
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	3,7%	5,8%	12,9%	17,7%	20,9%	39,1%	100,0 %
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	3,7%	6,1%	12,7%	17,9%	21,5%	38,1%	100,0 %
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	3,4%	6,2%	11,9%	17,5%	21,3%	39,6%	100,0 %
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	3,4%	6,1%	12,4%	21,7%	18,9%	37,5%	100,0 %
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	4,3%	6,1%	13,5%	18,8%	21,5%	35,8%	100,0 %
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	2,5%	4,2%	12,5%	18,8%	23,3%	38,8%	100,0 %
Total	3,8%	5,9%	12,5%	18,4%	21,0%	38,4%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 8.14 mostram que a alternativa modal, em todas as faixas, foi o nível mais alto de concordância, "Concordo totalmente" (ver Tabela 8.14 e Gráfico 8.14).

Na faixa de renda familiar mensal mais baixa, a proporção de concordância plena foi de 40,2% e na faixa seguinte, de 39,1%. A menor proporção de concordância plena se deu na faixa de renda mensal média De 10 a 30 SM (35,8%).

O Gráfico 8.14 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.14 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados expostos no Gráfico 8.14 permitem constatar que não existem grandes diferenças nas demonstrações de discordância "Discordo, Discordo totalmente e Discordo parcialmente" ao se comparar as escolhas dos estudantes das diversas faixas de renda familiar mensal.

Na Tabela 8.15, encontram-se os resultados, segundo a categoria administrativa da IES, referentes aos níveis de discordância/concordância dos estudantes, com respeito à assertiva "Os recursos tecnológicos e o acesso à internet que você possuía no início da pandemia eram adequados para acompanhar as aulas não presenciais". O nível de concordância máxima com a assertiva constituiu a parcela modal para todas as categorias e para o total.

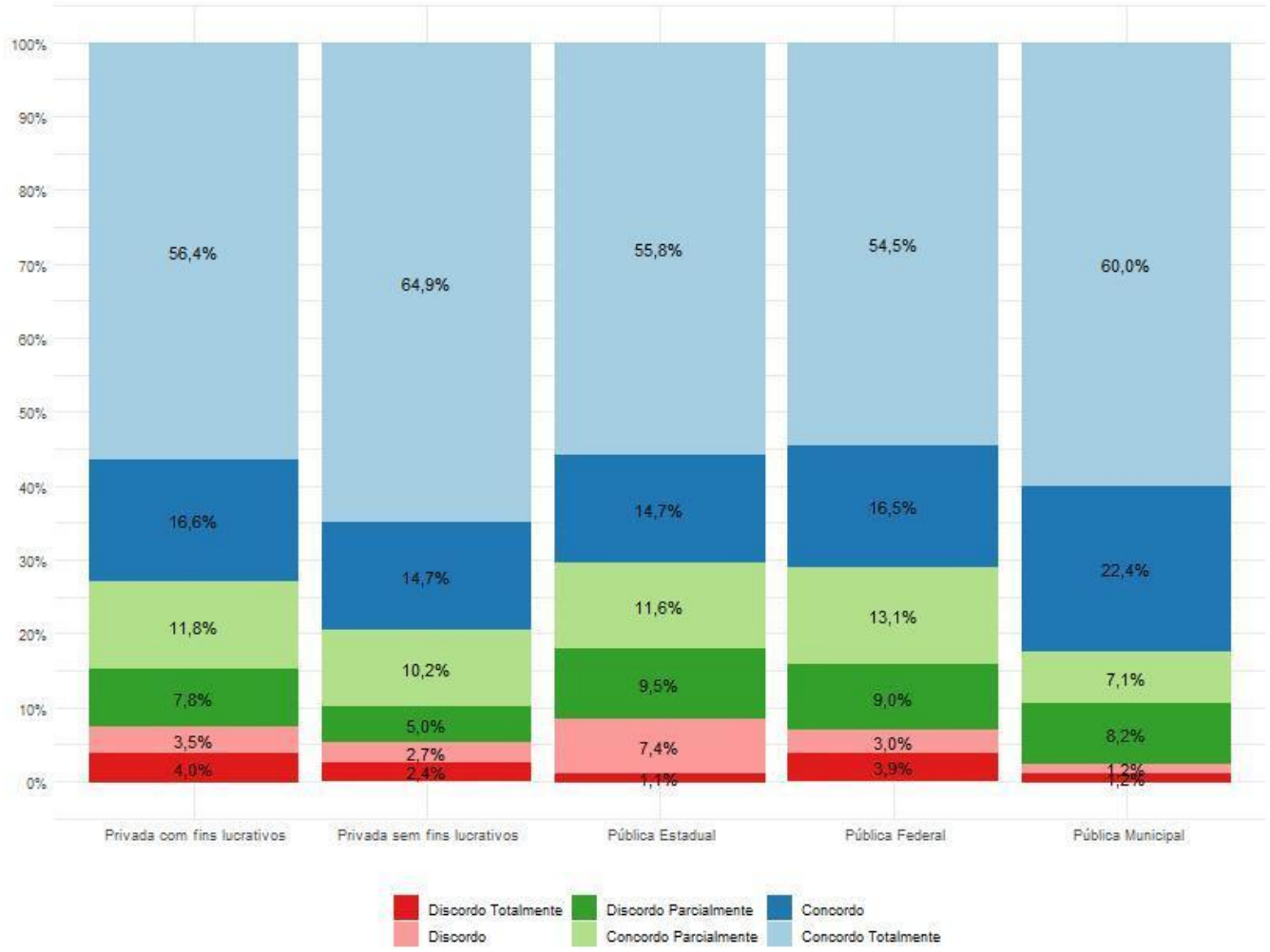
Tabela 8.15 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Os recursos tecnológicos e o acesso à internet que você possuía no início da pandemia eram adequados para acompanhar as aulas não presenciais", segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	3,9%	3,0%	9,0%	13,1%	16,5%	54,5%	100,0 %
Pública Estadual	1,1%	7,4%	9,5%	11,6%	14,7%	55,8%	100,0 %
Pública Municipal	1,2%	1,2%	8,2%	7,1%	22,4%	60,0%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	2,4%	2,7%	5,0%	10,2%	14,7%	64,9%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	4,0%	3,5%	7,8%	11,8%	16,6%	56,4%	100,0 %
Total	3,2%	3,1%	6,7%	11,2%	15,8%	59,9%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados da Tabela 8.15 mostram que a alternativa modal, entre todas as categorias administrativas, foi a concordância plena. Nas IES Privadas sem fins lucrativos – categoria administrativa, observa-se a maior proporção de concordância plena com a assertiva –, a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes de maior grau de concordância até o maior de discordância foi: 64,9%; 14,7%; 10,2%; 5,0%; 2,7% e 2,4%. A categoria de IES que registrou a segunda maior proporção de concordância plena com a assertiva foi a Pública municipal com os seguintes valores, considerando a mesma ordem utilizada para a categoria descrita anteriormente: 60,0%; 22,4%; 7,1%; 8,2%; 1,2% e 1,2%.

O Gráfico 8.15 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.15 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Os recursos tecnológicos e o acesso à internet que você possuía no início da pandemia eram adequados para acompanhar as aulas não presenciais", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.15 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES Privadas sem fins lucrativos (soma de 89,8%) e as de discordância, se deram entre as Públicas estaduais (soma de 18,0%) seguidas pelas Públicas federais (soma de 15,9%).

Ainda em relação à mesma assertiva, mas considerando as faixas de renda do estudante, a Tabela 8.16 apresenta outros resultados.

Tabela 8.16 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Os recursos tecnológicos e o acesso à internet que você possuía no início da pandemia eram adequados para acompanhar as aulas não presenciais", segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

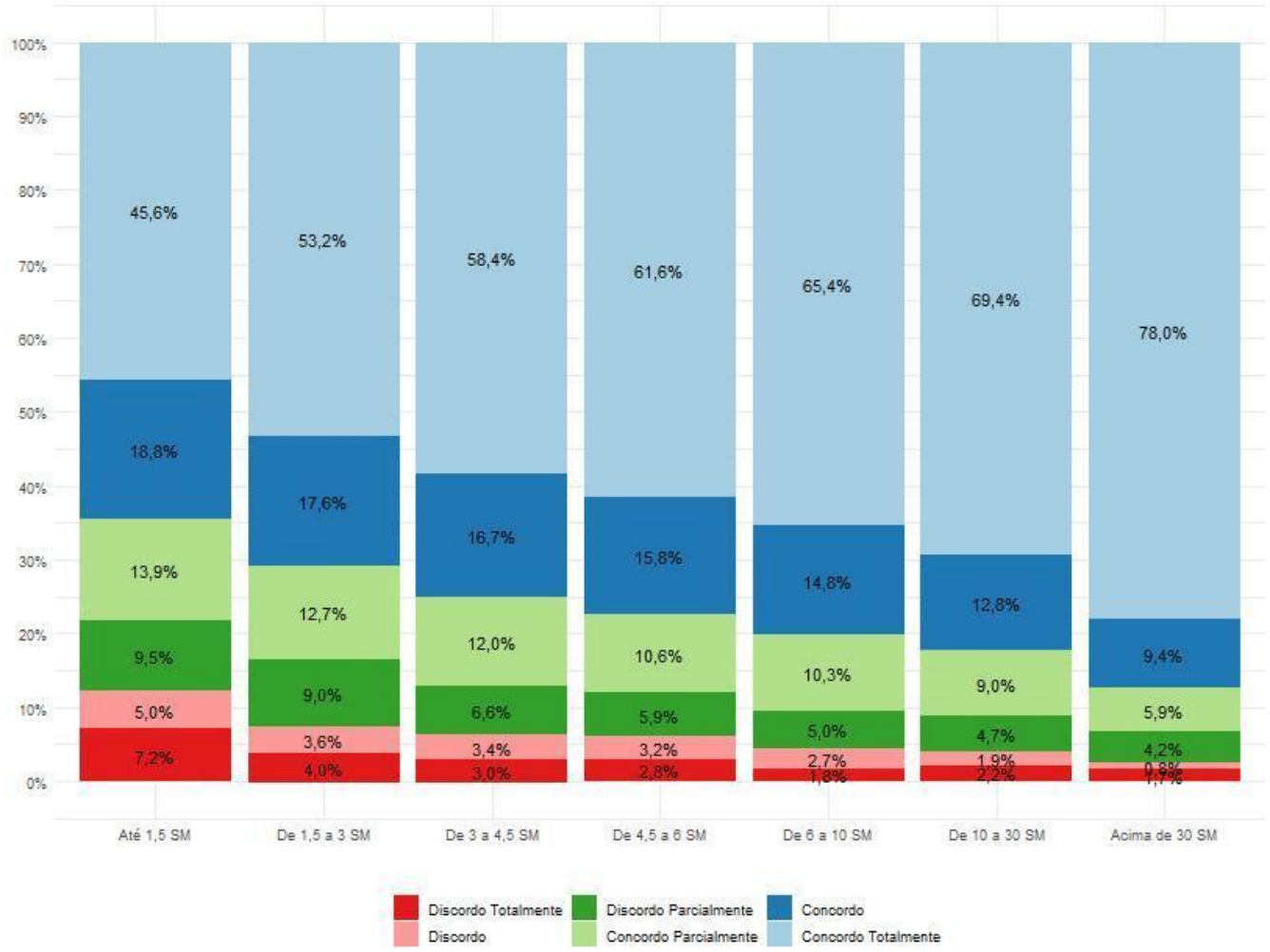
Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	7,2%	5,0%	9,5%	13,9%	18,8%	45,6%	100,0%
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	4,0%	3,6%	9,0%	12,7%	17,6%	53,2%	100,0%
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	3,0%	3,4%	6,6%	12,0%	16,7%	58,4%	100,0%
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	2,8%	3,2%	5,9%	10,6%	15,8%	61,6%	100,0%
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	1,8%	2,7%	5,0%	10,3%	14,8%	65,4%	100,0%
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	2,2%	1,9%	4,7%	9,0%	12,8%	69,4%	100,0%
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	1,7%	0,8%	4,2%	5,9%	9,4%	78,0%	100,0%
Total	3,2%	3,1%	6,7%	11,2%	15,8%	59,9%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os dados apresentados na Tabela 8.16 revelam que a alternativa modal em todas as faixas foi o nível mais alto de concordância, "Concordo totalmente". Na faixa mais baixa de renda familiar mensal, essa proporção foi de 45,6%. Nas faixas seguintes, a proporção de concordância plena com a assertiva foi de, respectivamente: 53,2%, 58,4%, 61,6%, 65,4%, 69,4% e 78,0%.

A análise dos dados permite, também, identificar um padrão na distribuição das escolhas das diferentes alternativas de concordância/discordância em relação à assertiva, o qual se repete para o total de respondentes e, também, a grosso modo, em todas as faixas de renda: depois da classe modal, há uma queda nas proporções correspondentes às demais escolhas.

O Gráfico 8.16 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.16 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Os recursos tecnológicos e o acesso à internet que você possuía no início da pandemia eram adequados para acompanhar as aulas não presenciais", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os resultados expostos no Gráfico 8.16 permitem concluir que, de um modo geral, estudantes situados nos estratos mais elevados de renda mensal familiar manifestam maiores graus de concordância com a assertiva do que aqueles situados nos estratos de renda familiar mensal mais baixos.

Na Tabela 8.17 encontram-se os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância dos estudantes, com respeito à assertiva "Durante a pandemia, você desenvolveu a capacidade de aprender por meio do ensino não presencial", segundo a categoria administrativa da IES. O nível de concordância máxima com a assertiva constitui o nível modal para o total de estudantes e para as cinco categorias de IES.

Tabela 8.17 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Durante a pandemia, você desenvolveu a capacidade de aprender por meio do ensino não presencial", segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

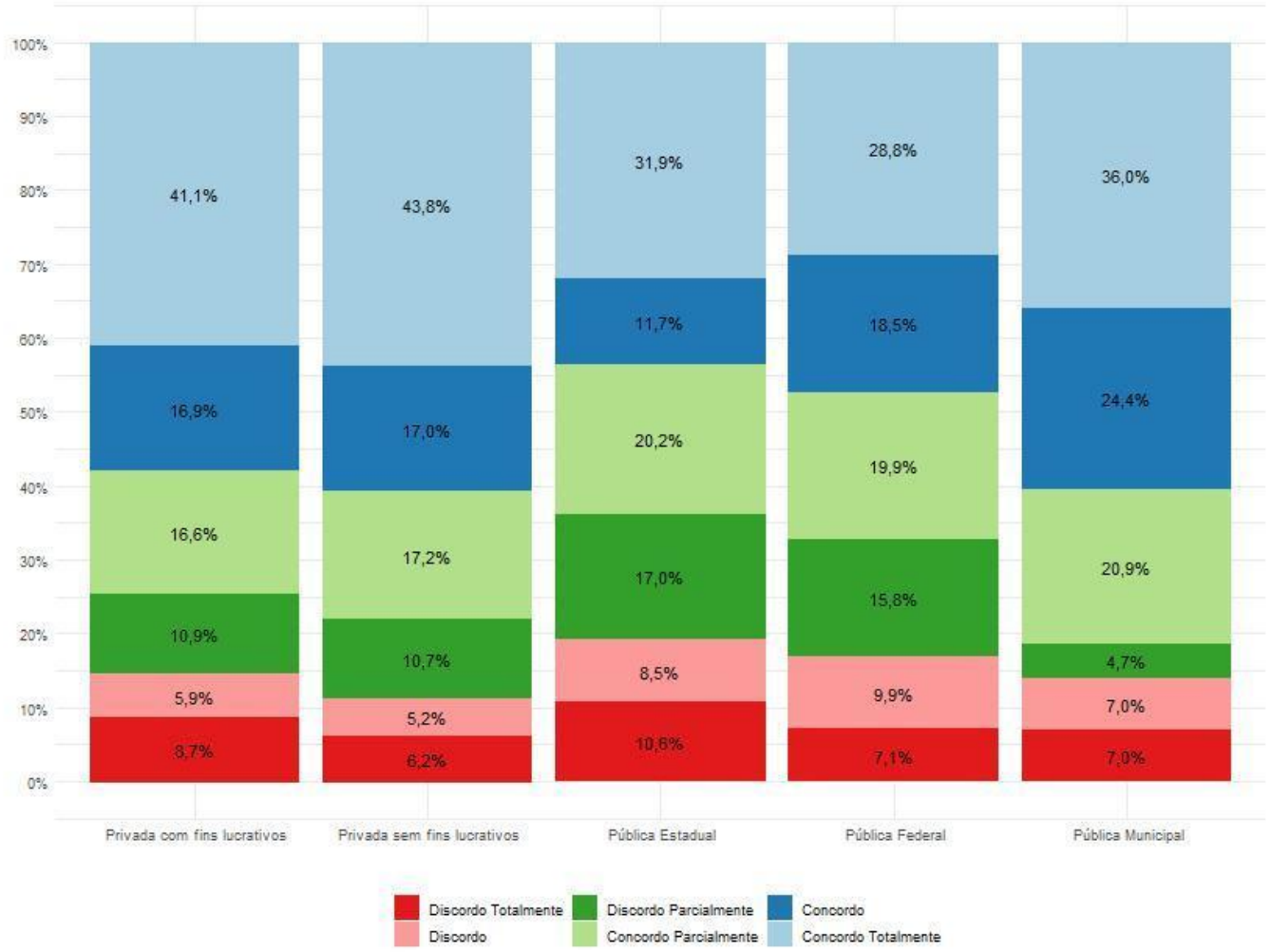
Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	7,1%	9,9%	15,8%	19,9%	18,5%	28,8%	100,0 %
Pública Estadual	10,6%	8,5%	17,0%	20,2%	11,7%	31,9%	100,0 %
Pública Municipal	7,0%	7,0%	4,7%	20,9%	24,4%	36,0%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	6,2%	5,2%	10,7%	17,2%	17,0%	43,8%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	8,7%	5,9%	10,9%	16,6%	16,9%	41,1%	100,0 %
Total	7,5%	6,0%	11,2%	17,2%	17,1%	41,0%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Como se verifica, a partir dos dados da Tabela 8.17, nas IES privadas sem fins lucrativos – categoria administrativa que registrou a maior proporção de concordância plena com a assertiva –, a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes de maior grau de concordância até o maior de discordância foi: 43,8%; 17,0%; 17,2%; 10,7%; 5,2% e 6,2%. A categoria de IES que registrou a segunda maior proporção de concordância plena com a assertiva foi a Privadas com fins lucrativos, com a distribuição, considerando a ordem utilizada para a categoria descrita anteriormente: 41,1%; 16,9%; 16,6%; 10,9%; 5,9% e 8,7%.

Todas as Categorias Administrativas apresentaram maiores porcentagens no nível máximo de concordância, porém, com valores significativos também em níveis de discordância.

O Gráfico 8.17 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.17 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Durante a pandemia, você desenvolveu a capacidade de aprender por meio do ensino não presencial", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.17 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES Públicas Municipais (soma de 81,3%) e as de discordância, se deram entre as Públicas Estaduais (soma de 36,1%).

Ainda em relação à mesma assertiva, "Durante a pandemia, você desenvolveu a capacidade de aprender por meio do ensino não presencial", mas considerando as faixas de renda do estudante, a Tabela 8.18 apresenta outros resultados.

Tabela 8.18 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Durante a pandemia, você desenvolveu a capacidade de aprender por meio do ensino não presencial", segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

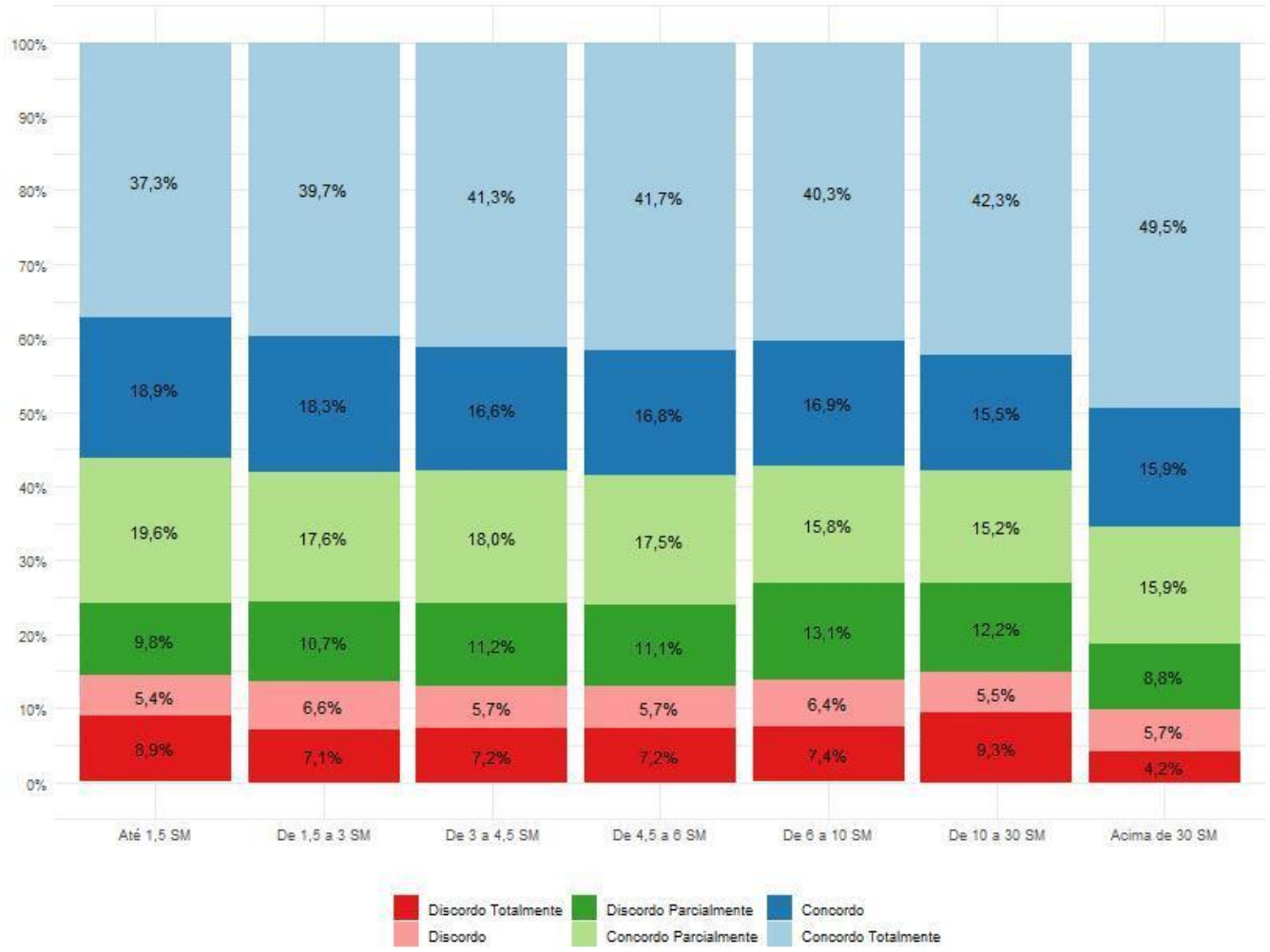
Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	8,9%	5,4%	9,8%	19,6%	18,9%	37,3%	100,0 %
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	7,1%	6,6%	10,7%	17,6%	18,3%	39,7%	100,0 %
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	7,2%	5,7%	11,2%	18,0%	16,6%	41,3%	100,0 %
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	7,2%	5,7%	11,1%	17,5%	16,8%	41,7%	100,0 %
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	7,4%	6,4%	13,1%	15,8%	16,9%	40,3%	100,0 %
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	9,3%	5,5%	12,2%	15,2%	15,5%	42,3%	100,0 %
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	4,2%	5,7%	8,8%	15,9%	15,9%	49,5%	100,0 %
Total	7,5%	6,0%	11,2%	17,2%	17,1%	41,0%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.18, a alternativa modal em todas as faixas foi o nível mais alto de concordância, Concordo totalmente. Na faixa de renda familiar mensal mais baixa, essa proporção foi de 37,3% e, na faixa de renda familiar mais alta, foi de 49,5%.

A análise dos dados permite, também, identificar um padrão na distribuição das escolhas das diferentes alternativas de concordância/discordância em relação à assertiva, o qual se repete para o total de respondentes e, também, a grosso modo, em todas as Faixas de renda: depois da classe modal, há uma queda nas proporções correspondentes às demais escolhas.

O Gráfico 8.18 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.18 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "Durante a pandemia, você desenvolveu a capacidade de aprender por meio do ensino não presencial", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados expostos no Gráfico 8.18 permitem constatar que não existem grandes diferenças nas demonstrações de discordância "Discordo, Discordo totalmente e Discordo parcialmente" ao se comparar as escolhas dos estudantes das diversas faixas de renda familiar mensal.

Na Tabela 8.19, encontram-se os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância dos estudantes, com respeito à assertiva "A implementação de aulas não presenciais e o uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo", segundo a categoria administrativa da IES.

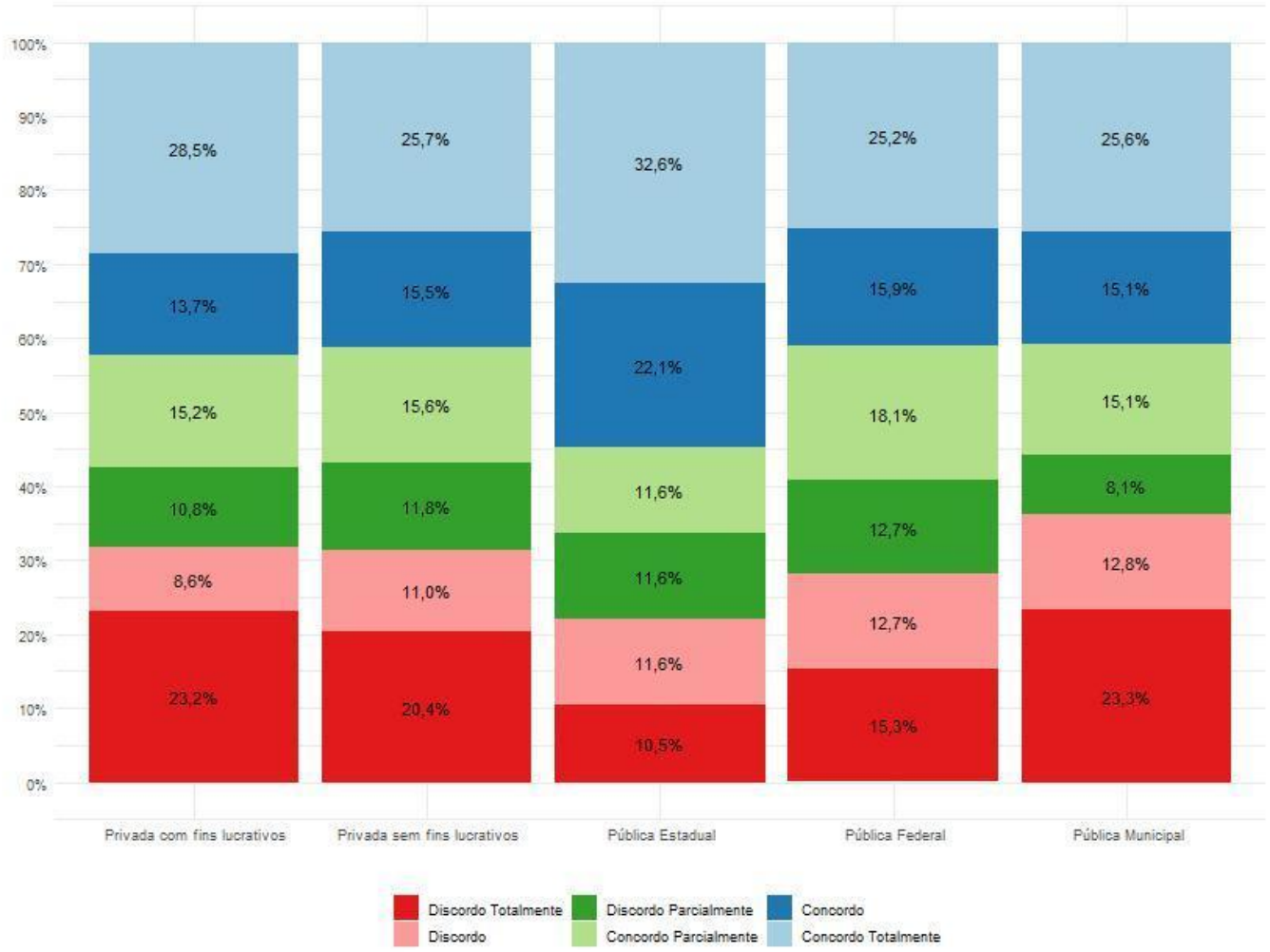
Tabela 8.19 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo", segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	15,3%	12,7%	12,7%	18,1%	15,9%	25,2%	100,0 %
Pública Estadual	10,5%	11,6%	11,6%	11,6%	22,1%	32,6%	100,0 %
Pública Municipal	23,3%	12,8%	8,1%	15,1%	15,1%	25,6%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	20,4%	11,0%	11,8%	15,6%	15,5%	25,7%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	23,2%	8,6%	10,8%	15,2%	13,7%	28,5%	100,0 %
Total	21,2%	10,1%	11,3%	15,6%	14,8%	27,0%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.19, houve distribuição modal para estudantes das IES, no nível de concordância máxima. Nas IES públicas municipais – categoria administrativa que registrou a maior proporção de discordância plena com a assertiva –, a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes de maior grau de concordância até o maior de discordância foi: 25,6%; 15,1%; 15,1%; 8,1%; 12,8% e 23,3%. Por outro lado, Nas IES públicas estaduais – categoria administrativa que registrou a maior proporção de concordância plena e menor proporção de discordância plena com a assertiva –, a distribuição percentual das escolhas das alternativas de respostas pelos estudantes de maior grau de concordância até o maior de discordância foi: 32,6%; 22,1%; 11,6%; 11,6%; 11,6% e 10,5%.

O Gráfico 8.19 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.19 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.19 mostram que as menores demonstrações de discordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES públicas estaduais (soma de 33,7%) e as de concordância, se deram entre as privadas sem fins lucrativos (soma de 56,8%). Nota-se grande variedade nas manifestações dos estudantes.

Ainda em relação à mesma assertiva, mas considerando as faixas de renda do estudante, a Tabela 8.20 apresenta outros resultados.

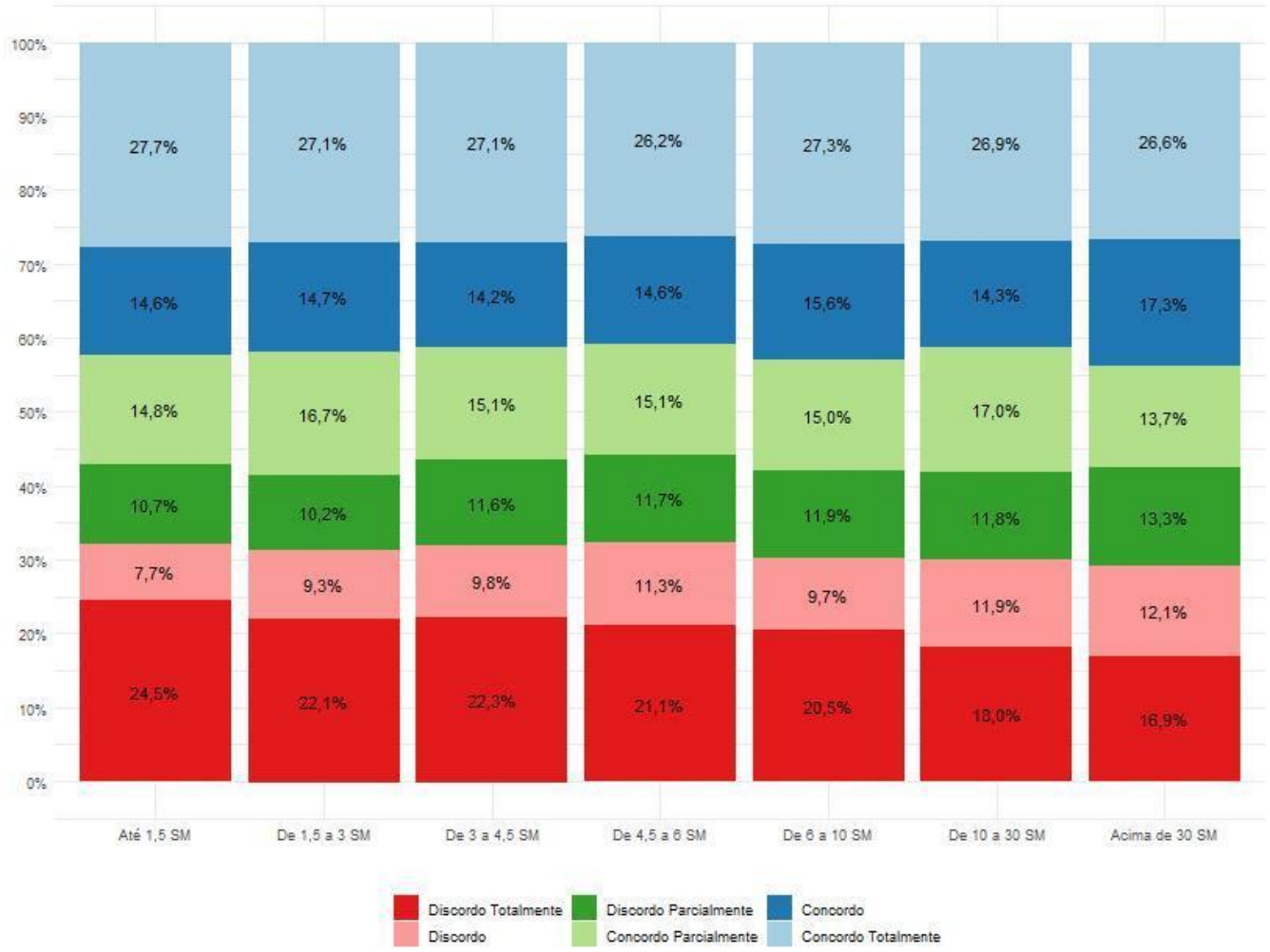
Tabela 8.20 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo", segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	24,5%	7,7%	10,7%	14,8%	14,6%	27,7%	100,0 %
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	22,1%	9,3%	10,2%	16,7%	14,7%	27,1%	100,0 %
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	22,3%	9,8%	11,6%	15,1%	14,2%	27,1%	100,0 %
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	21,1%	11,3%	11,7%	15,1%	14,6%	26,2%	100,0 %
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	20,5%	9,7%	11,9%	15,0%	15,6%	27,3%	100,0 %
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	18,0%	11,9%	11,8%	17,0%	14,3%	26,9%	100,0 %
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	16,9%	12,1%	13,3%	13,7%	17,3%	26,6%	100,0 %
Total	21,2%	10,1%	11,3%	15,6%	14,8%	27,0%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.20, os dados foram bimodais do nível mais alto de discordância ao nível mais alto de concordância. Na faixa de renda familiar mensal mais baixa – categoria administrativa que obteve maior índice de" concordo totalmente", essa proporção foi de 27,7%. Nas faixas seguintes, a proporção de concordância plena com a assertiva foi de, respectivamente: 27,1%, 27,1%, 26,2%, 27,3%, 26,9% e 26,6%.

O Gráfico 8.20 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.20 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados expostos no Gráfico 8.20 mostram manifestações polarizadas dos estudantes, sendo que a somatória das manifestações discordantes "Discordo totalmente, Discordo, Discordo parcialmente" são maiores que 40% em todas as faixas. Os estudantes com renda familiar mensal de 1,5 a 3 SM obtiveram o menor percentual atingindo 41,6% dos discordantes.

Na Tabela 8.21, encontram-se os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância dos estudantes, com respeito à assertiva “As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso”, segundo a categoria administrativa da IES.

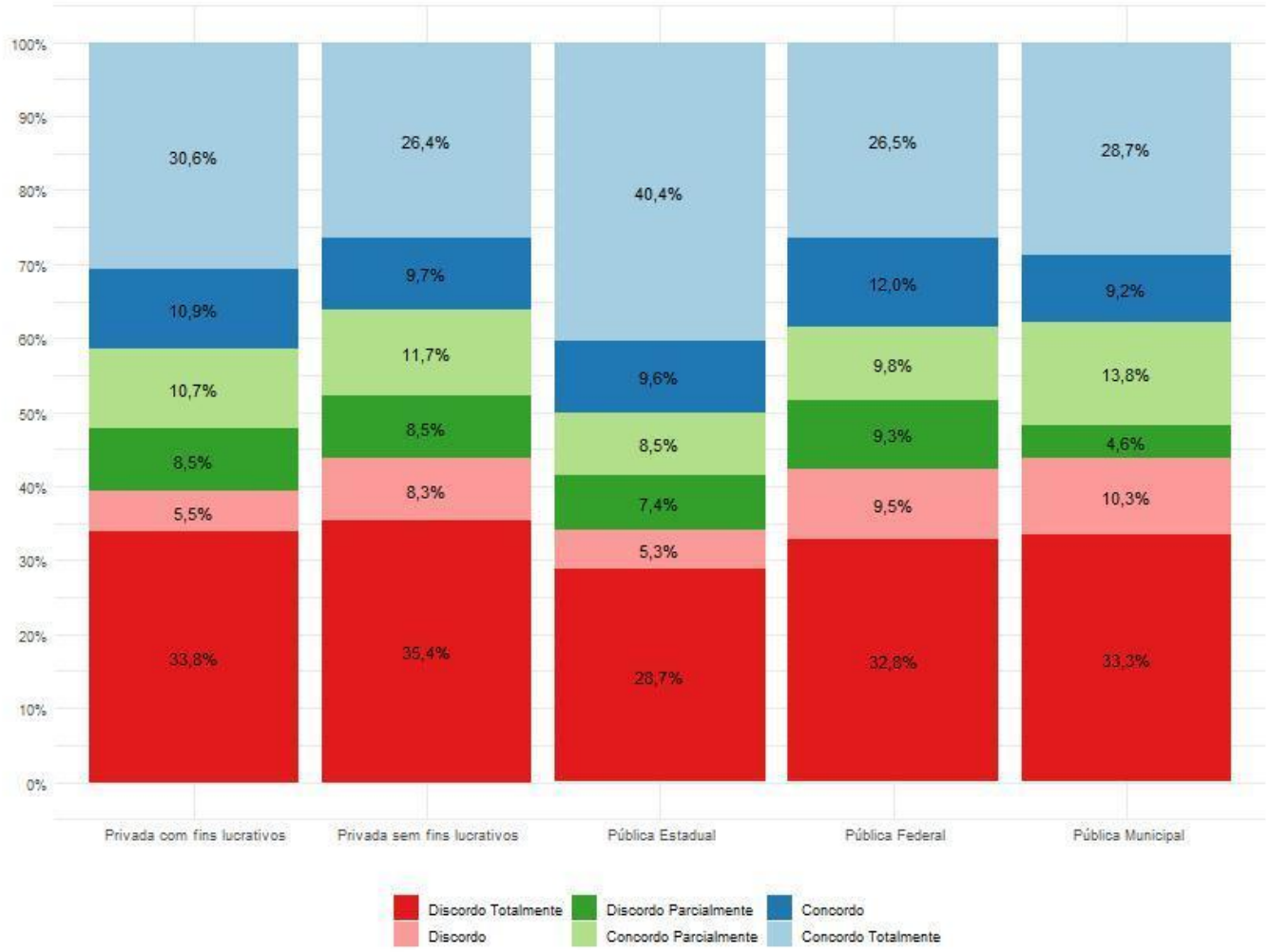
Tabela 8.21 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva “As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	32,8%	9,5%	9,3%	9,8%	12,0%	26,5%	100,0 %
Pública Estadual	28,7%	5,3%	7,4%	8,5%	9,6%	40,4%	100,0 %
Pública Municipal	33,3%	10,3%	4,6%	13,8%	9,2%	28,7%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	35,4%	8,3%	8,5%	11,7%	9,7%	26,4%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	33,8%	5,5%	8,5%	10,7%	10,9%	30,6%	100,0 %
Total	34,4%	7,1%	8,5%	11,1%	10,5%	28,6%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.21, as IES públicas estaduais são as únicas em que a alternativa modal é a concordância no nível mais alto. No entanto, para todas as categorias, é possível identificar que as duas opções mais frequentes são as dos extremos: Discordo totalmente e “Concordo totalmente”.

O Gráfico 8.21 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.21 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.21 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES públicas estaduais (soma de 58,5%) e as de discordância, se deram entre as IES privadas sem fins lucrativos (soma de 52,2%).

Ainda em relação à mesma assertiva “As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso”, mas considerando as faixas de renda do estudante, a Tabela 8.22 apresenta outros resultados.

Tabela 8.22 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva “As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso”, segundo a faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

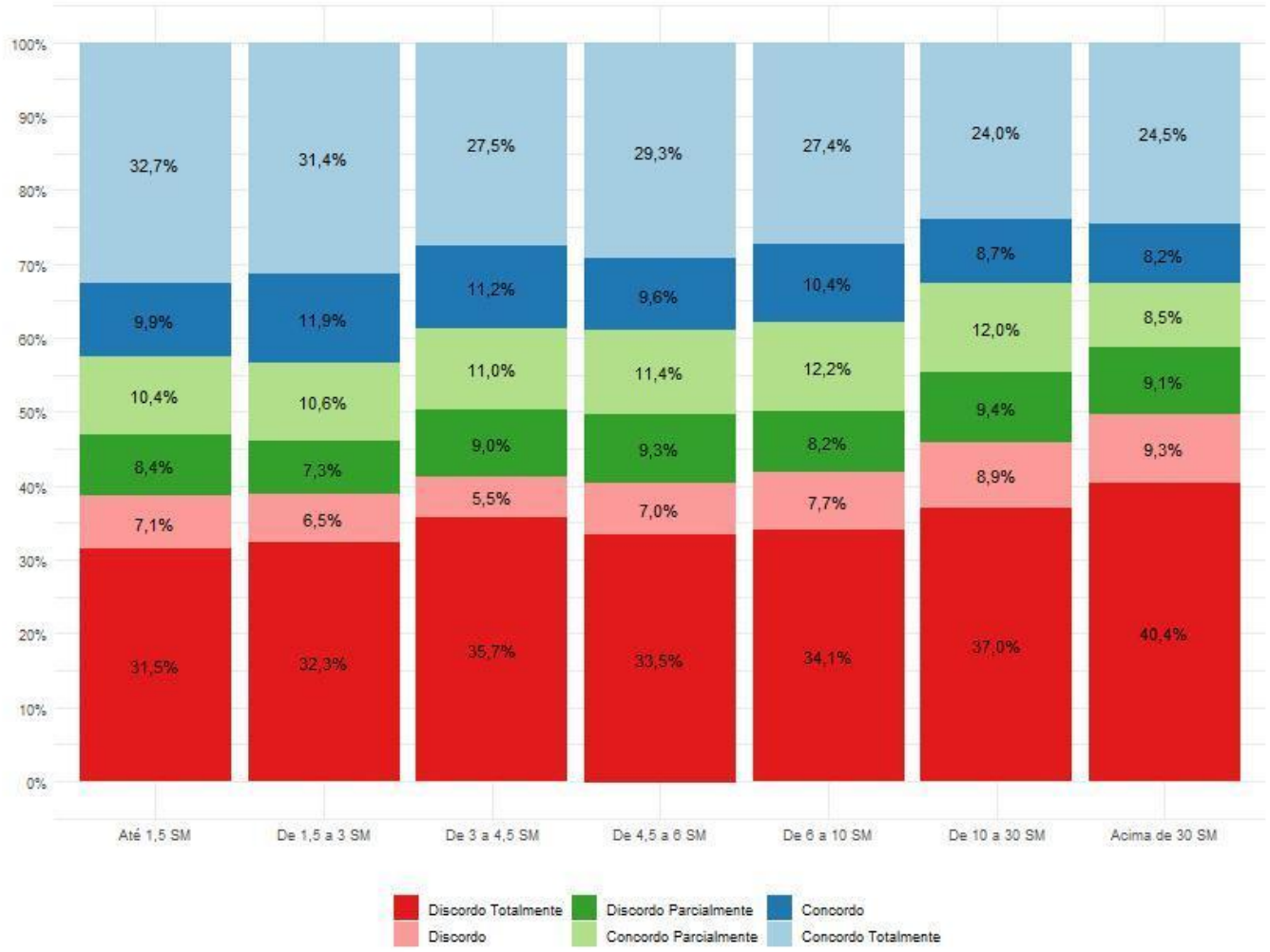
Faixa de Renda familiar mensal	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	31,5%	7,1%	8,4%	10,4%	9,9%	32,7%	100,0 %
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	32,3%	6,5%	7,3%	10,6%	11,9%	31,4%	100,0 %
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	35,7%	5,5%	9,0%	11,0%	11,2%	27,5%	100,0 %
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	33,5%	7,0%	9,3%	11,4%	9,6%	29,3%	100,0 %
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	34,1%	7,7%	8,2%	12,2%	10,4%	27,4%	100,0 %
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	37,0%	8,9%	9,4%	12,0%	8,7%	24,0%	100,0 %
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	40,4%	9,3%	9,1%	8,5%	8,2%	24,5%	100,0 %
Total	34,4%	7,1%	8,5%	11,1%	10,5%	28,6%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.22, a alternativa mais frequente foi o nível mais alto de discordância, ‘Discordo totalmente”, com exceção da renda familiar de até 1,5 SM, que a alternativa “Concordo totalmente” foi a mais frequente (32,7%).

Na faixa de renda familiar mensal mais baixa, essa proporção foi de 31,5% e as proporções são crescentes nas faixas seguintes. A classe modal, “Discordo totalmente”, tem proporções crescentes conforme a Faixa de renda aumenta: 32,3% de 1.5 a 3 SM, 35,7% para a classe de 3 a 4,5 SM, 33,5% de 4,5 a 6 SM, 34,1% de 6 a 10 SM, 37,0% de 10 a 30 SM e 40,4% acima de 30 SM.

O Gráfico 8.22 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.22 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos estudantes à assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso", por faixa de renda mensal familiar – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados expostos no Gráfico 8.22 permitem constatar uma tendência nas demonstrações de discordância "Discordo, Discordo totalmente e Discordo parcialmente" que aumentam junto com a faixa de renda familiar mensal dos estudantes. Nota-se que a somatória das demonstrações concordantes "Concordo totalmente, Concordo, Concordo parcialmente" é menor na faixa de renda familiar mensal de acima de 30 SM.

8.2 PONTO DE VISTA DOS COORDENADORES

Paralelamente às questões propostas no “Questionário do Estudante”, referentes ao período da pandemia, também, no “Questionário do Coordenador de Curso”, foi inserida uma seção “Aspectos do processo de aprendizagem impactados pela pandemia”. Nesta seção, dando continuidade às questões sobre infraestrutura e instalações, recursos didático-pedagógicos e corpo docente, pede-se que seja manifestado um grau de discordância/concordância em uma escala numérica ordinal de níveis que podem ser descritos como: “Discordo totalmente, Discordo, Discordo parcialmente, Concordo parcialmente, Concordo e Concordo totalmente”. As questões analisadas no restante da seção são desse tipo, por categoria administrativa da IES.

A Tabela 8.23 apresenta os resultados da primeira pergunta feita aos coordenadores de curso.

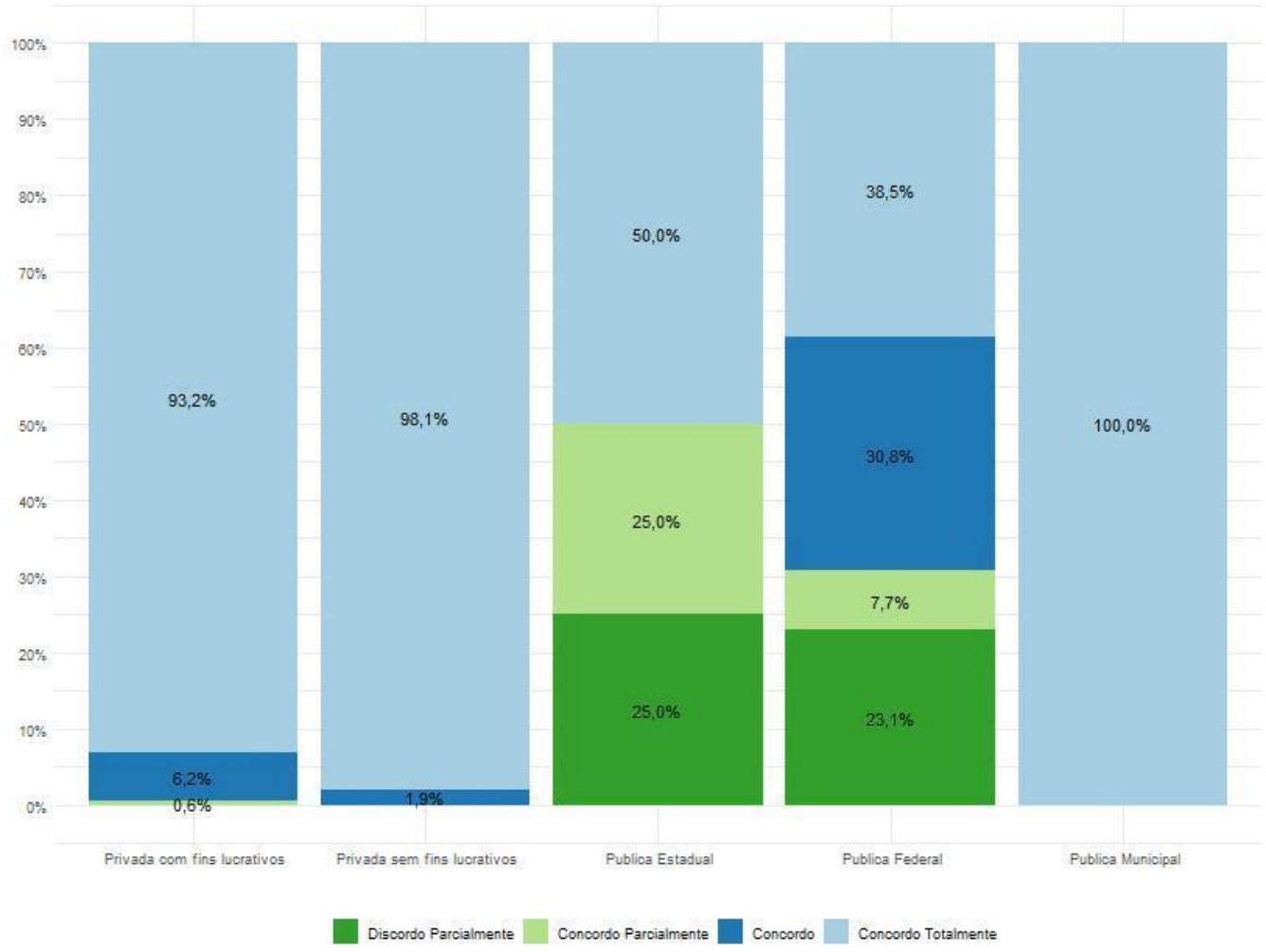
Tabela 8.23 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva “Frente ao contexto de pandemia sua instituição agiu rapidamente para dar continuidade às atividades de ensino”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0,0%	0,0%	23,1%	7,7%	30,8%	38,5%	100,0 %
Pública Estadual	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	100,0 %
Pública Municipal	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	98,1%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	6,2%	93,2%	100,0 %
Total	0,0%	0,0%	1,4%	1,0%	5,5%	92,1%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.23, 100,0% dos coordenadores de IES públicas municipais optaram pelo nível mais alto de concordância, Concordo totalmente, a alternativa modal. Cumpre notar que os dados são bastante próximos e indicam variações pequenas em relação ao grau de concordância para as IES privadas sem fins lucrativos e privadas com fins lucrativos.

O Gráfico 8.23 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.23 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "Frente ao contexto de pandemia sua instituição agiu rapidamente para dar continuidade às atividades de ensino", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

A partir dos resultados apresentados no Gráfico 8.23, verifica-se que, para os coordenadores de cursos inseridos nas 5 categorias a alternativa modal foi Concordo totalmente, com valores que ficaram sempre igual ou acima de 50%, excetuando-se as IES Públicas federais (38,5%). A somatória total de manifestações discordantes é igual ou abaixo de 25,0% para a IES que os apresentaram.

Na Tabela 8.24, estão apresentadas as alternativas de respostas dos coordenadores em relação à assertiva “No contexto da pandemia foi oferecido suporte para os professores se adaptarem ao uso de tecnologias nas aulas que passaram a ser oferecidas no formato não presencial”.

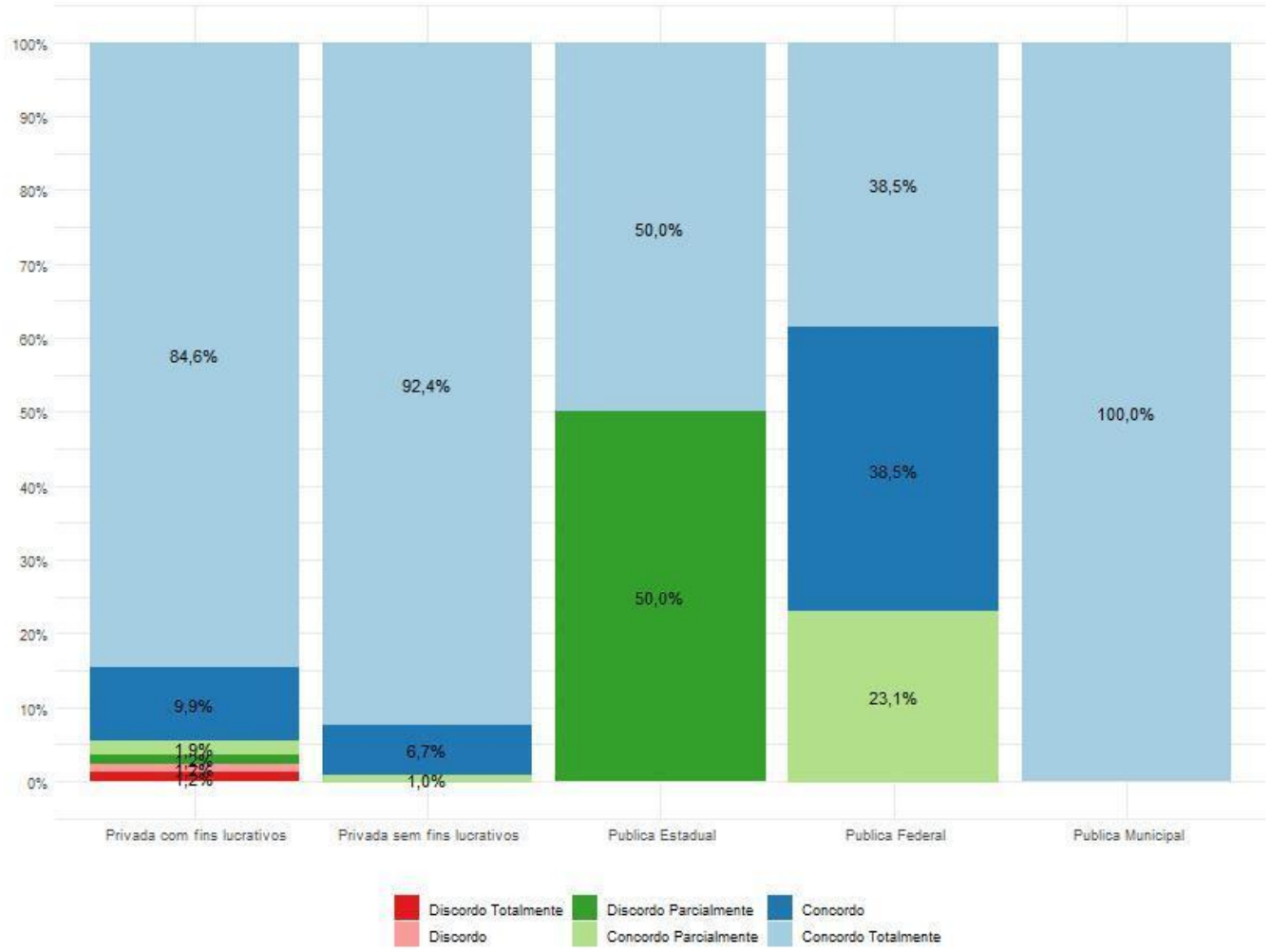
Tabela 8.24 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva “No contexto da pandemia foi oferecido suporte para os professores se adaptarem ao uso de tecnologias nas aulas que passaram a ser oferecidas no formato não presencial”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0,0%	0,0%	0,0%	23,1%	38,5%	38,5%	100,0%
Pública Estadual	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Pública Municipal	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	6,7%	92,4%	100,0%
Privada com fins lucrativos	1,2%	1,2%	1,2%	1,9%	9,9%	84,6%	100,0%
Total	0,7%	0,7%	1,4%	2,4%	9,7%	85,1%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.24, a categoria modal foi a mesma da questão anterior, “Concordo totalmente”, para todas as categorias (Tabela 8.23). Considerando o total dos coordenadores, 85,1% escolheram esta opção de resposta. Depois da classe modal, há uma queda sistemática nas proporções com os níveis que se distanciam da concordância plena. Apenas nas IES privadas com fins lucrativos houve coordenadores que optaram pelo nível de discordância máxima.

O Gráfico 8.24 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.24 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "No contexto da pandemia foi oferecido suporte para os professores se adaptarem ao uso de tecnologias nas aulas que passaram a ser oferecidas no formato não presencial", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados expostos no Gráfico 8.24 demonstram que as IES públicas estaduais divergiram das demais IES trazendo 50,0% de discordância a assertiva.

O padrão de respostas à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", é disposto na Tabela 8.25.

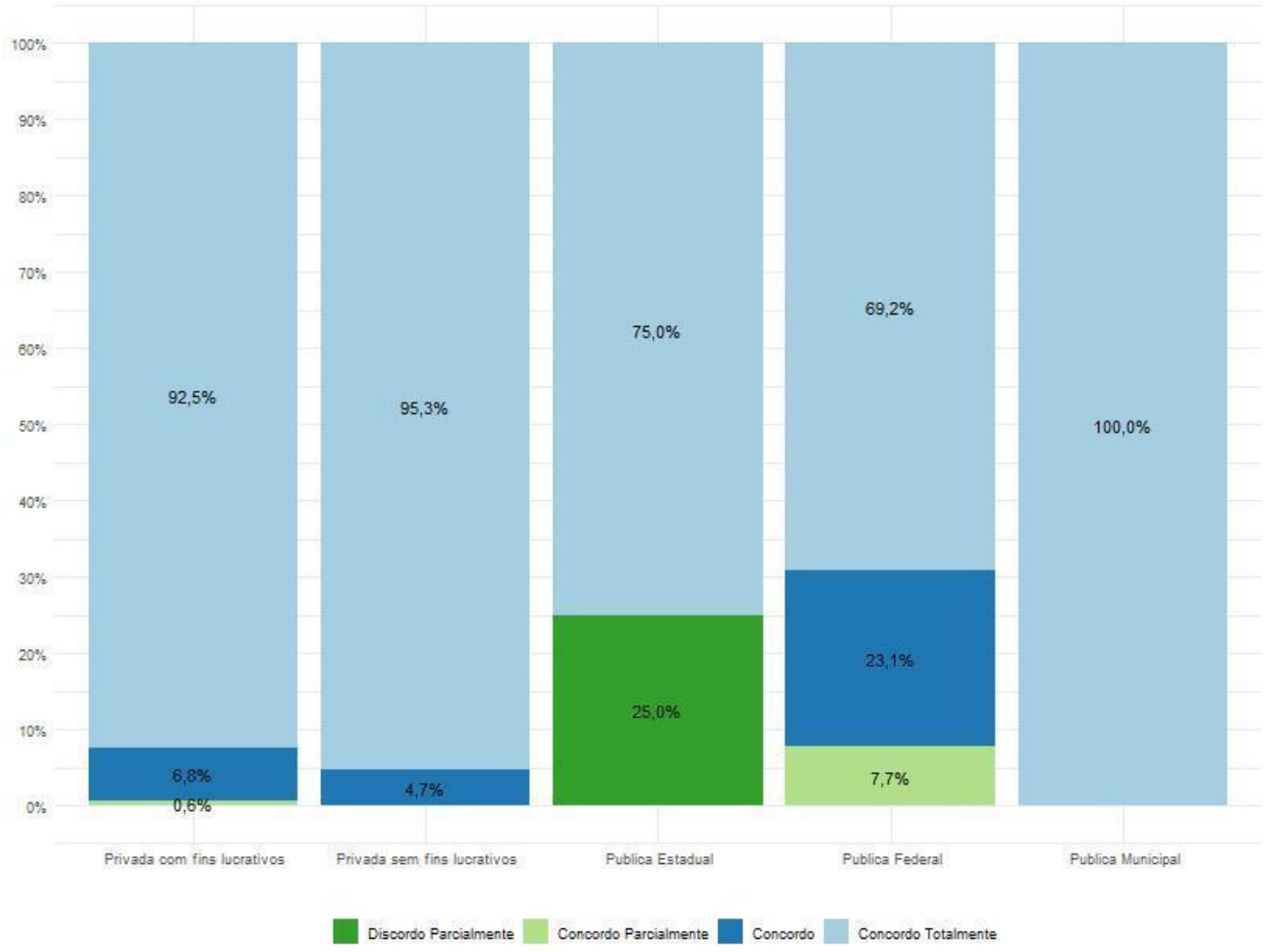
Tabela 8.25 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuam acessíveis após o início da pandemia", segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	23,1%	69,2%	100,0%
Pública Estadual	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	75,0%	100,0%
Pública Municipal	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,7%	95,3%	100,0%
Privada com fins lucrativos	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%	6,8%	92,5%	100,0%
Total	0,0%	0,0%	0,3%	0,7%	6,6%	92,4%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.25, a respostas apresentadas para a assertiva mencionada apresentaram um padrão semelhante ao observado na Tabela 8.24: a alternativa modal foi a "Concordo totalmente", com 92,4%; depois da classe modal, há uma queda sistemática nas proporções com os níveis que se distanciam da concordância plena. Cursos em IES Privadas sem fins lucrativos e em Públicas municipais apresentaram proporções mais elevadas de concordância.

O Gráfico 8.25 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.25 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados expostos no Gráfico 8.25 revelam que não houve demonstração discordante acima de 25,0% por parte de nenhuma das 5 categorias administrativas. Nota-se que as IES Públicas estaduais e Públicas federais demonstraram valores de concordância plena menores que as demais.

Em relação à assertiva “As atividades de pesquisa e/ou extensão de seu curso continuaram sendo ofertadas após o início da pandemia”, os resultados estão apresentados na Tabela 8.26.

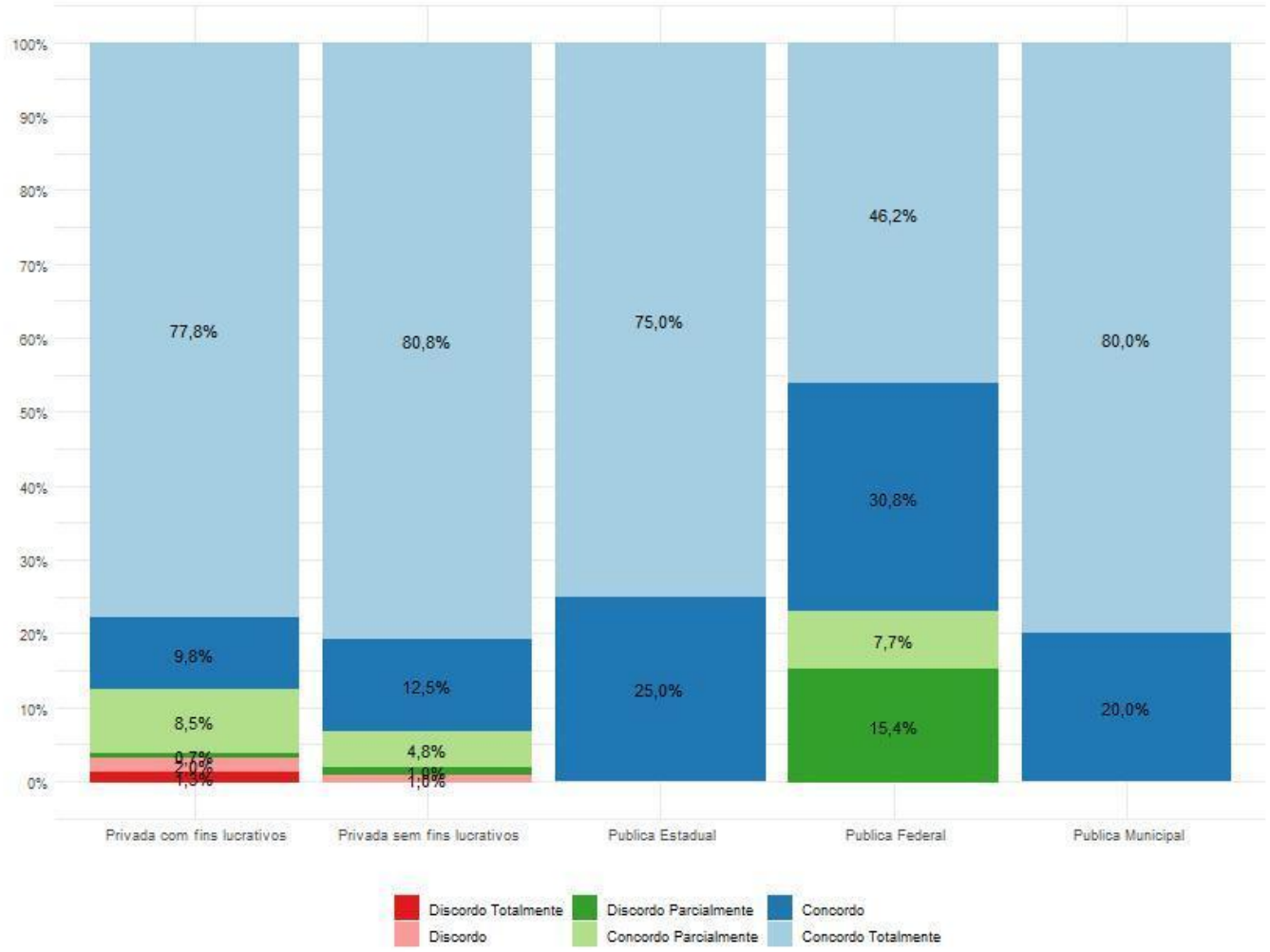
Tabela 8.26 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva “As atividades de pesquisa e/ou extensão de seu curso continuaram sendo ofertadas após o início da pandemia”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0,0%	0,0%	15,4%	7,7%	30,8%	46,2%	100,0%
Pública Estadual	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	100,0%
Pública Municipal	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	80,0%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	0,0%	1,0%	1,0%	4,8%	12,5%	80,8%	100,0%
Privada com fins lucrativos	0,0%	2,0%	0,7%	8,5%	9,8%	77,8%	100,0%
Total	0,7%	1,4%	1,4%	6,8%	12,2%	77,4%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.26, 77,4% dos coordenadores optaram pelo nível mais alto de concordância, “Concordo totalmente”, a alternativa modal. Depois da classe modal, há uma queda sistemática nas proporções com os níveis que se distanciam da concordância plena.

O Gráfico 8.26 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.26 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão de seu curso continuaram sendo ofertadas após o início da pandemia", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.26 mostram que as maiores demonstrações de concordância se deram entre as IES Públicas Municipais e Estaduais (100%) e as maiores demonstrações de discordância se deram nas Públicas Federais (15,4%).

Os resultados obtidos com respostas à assertiva “As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia” estão apresentados na Tabela 8.27.

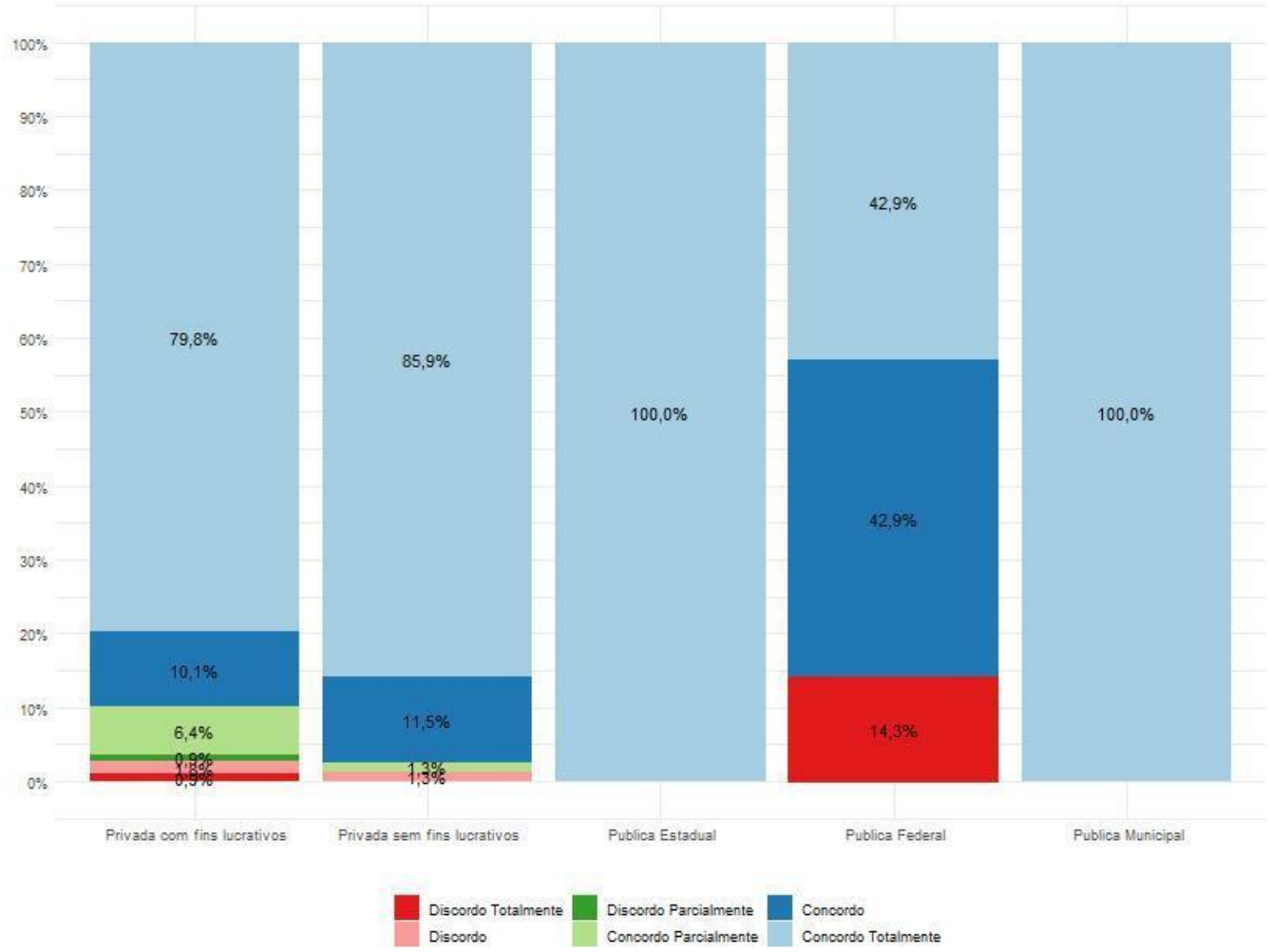
Tabela 8.27 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva “As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	42,9%	42,9%	100,0 %
Pública Estadual	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0 %
Pública Municipal	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0 %
Privada sem fins lucrativos	0,0%	1,3%	0,0%	1,3%	11,5%	85,9%	100,0 %
Privada com fins lucrativos	0,9%	1,8%	0,9%	6,4%	10,1%	79,8%	100,0 %
Total	1,0%	1,5%	0,5%	3,9%	11,3%	81,8%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

O padrão de respostas mostrado na Tabela 8.27 é semelhante ao observado para “As atividades de pesquisa e/ou extensão de seu curso continuaram sendo ofertadas após o início da pandemia”: 81,8% dos coordenadores optaram pelo nível mais alto de concordância, “Concordo totalmente”, a alternativa modal. Depois da classe modal, observa-se uma queda nas proporções com os níveis que se distanciam da concordância plena exceto pelas IES públicas municipais cuja a totalidade das respostas foi “Concordo totalmente” e as IES Públicas federais que apresentaram distribuição bimodal.

O Gráfico 8.27 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.27 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.27 mostram que a maior demonstração de discordância veio das IES Públicas Federais (14,3%). A maior demonstração concordante veio das IES públicas municipais e estaduais "Concordo totalmente" com 100%.

Os resultados referentes aos níveis de discordância/concordância dos coordenadores de Publicidade e Propaganda ,com respeito à assertiva “Os professores se adaptaram às mudanças impostas pela pandemia e às aulas não presenciais sem dificuldades”, estão apresentados na Tabela 8.28.

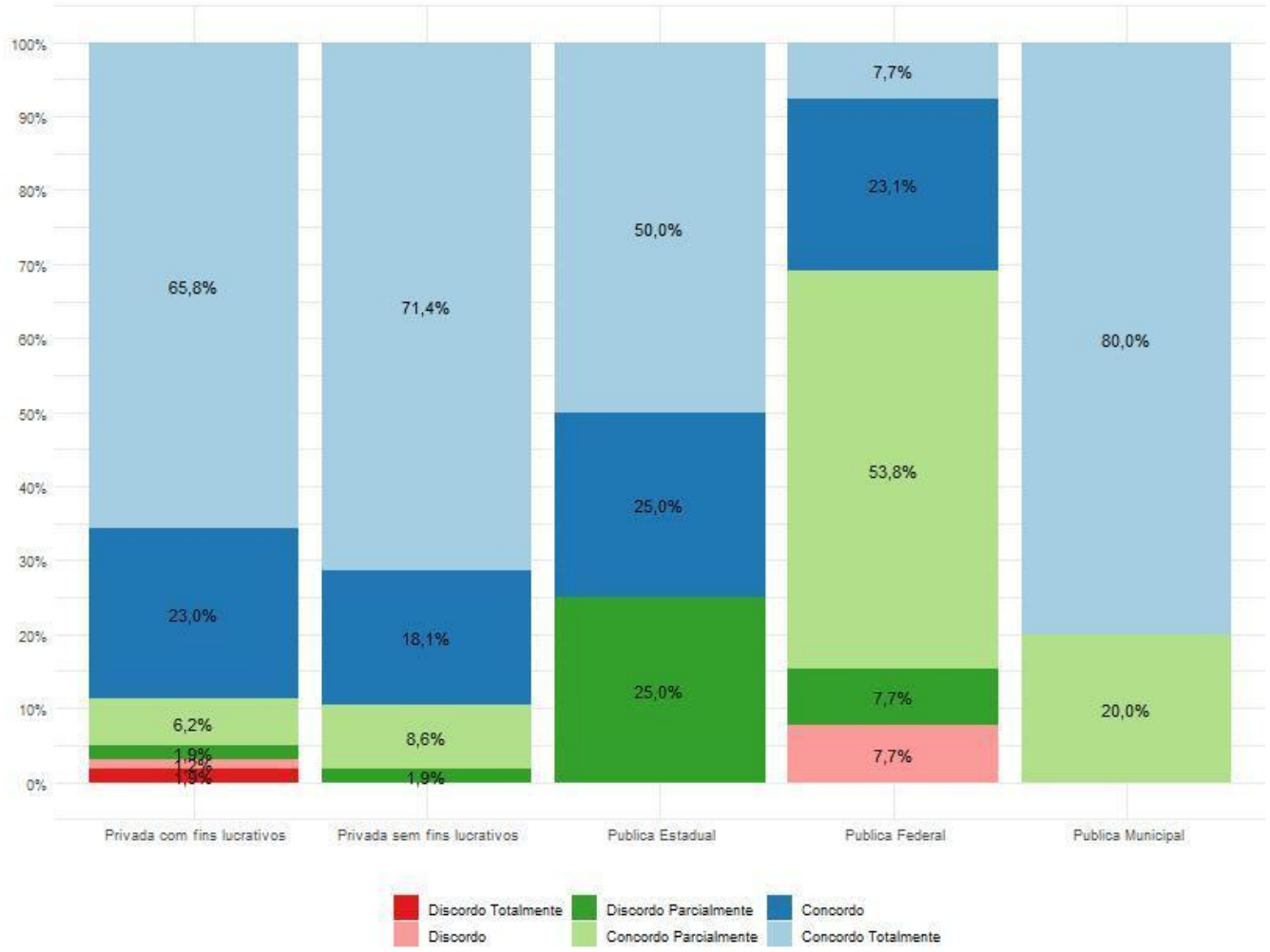
Tabela 8.28 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva “Os professores se adaptaram às mudanças impostas pela pandemia e às aulas não presenciais sem dificuldades”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0,0%	7,7%	7,7%	53,8%	23,1%	7,7%	100,0%
Pública Estadual	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	50,0%	100,0%
Pública Municipal	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	80,0%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	0,0%	0,0%	1,9%	8,6%	18,1%	71,4%	100,0%
Privada com fins lucrativos	1,9%	1,2%	1,9%	6,2%	23,0%	65,8%	100,0%
Total	1,0%	1,0%	2,4%	9,4%	20,8%	65,3%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

De acordo com os resultados expostos na Tabela 8.28, nota-se que 65,3% do total de coordenadores concordaram, totalmente, com essa declaração (alternativa modal). Para essa questão, também verifica-se que, depois da classe modal, há uma queda nas proporções com os níveis que se distanciam da concordância plena, com ligeiro aumento para a classe Discordo parcialmente para as públicas estaduais. O nível seguinte de discordância/concordância, “Concordo”, foi indicado por 20,8% do total de coordenadores. Já a proporção correspondente aos que concordaram parcialmente com essa declaração em relação ao total de coordenadores é de 9,4%.

O Gráfico 8.28 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.28 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "Os professores se adaptaram às mudanças impostas pela pandemia e às aulas não presenciais sem dificuldades", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.28 mostram que as maiores demonstrações de concordância, entre seus variados graus de intensidade, se deram nas IES públicas municipais (100%) e as de discordância plena, se deram entre as Privadas com fins lucrativos (1,9%).

Em relação à assertiva “Os professores demonstraram possuir domínio de recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais”, os resultados estão apresentados na Tabela 8.29.

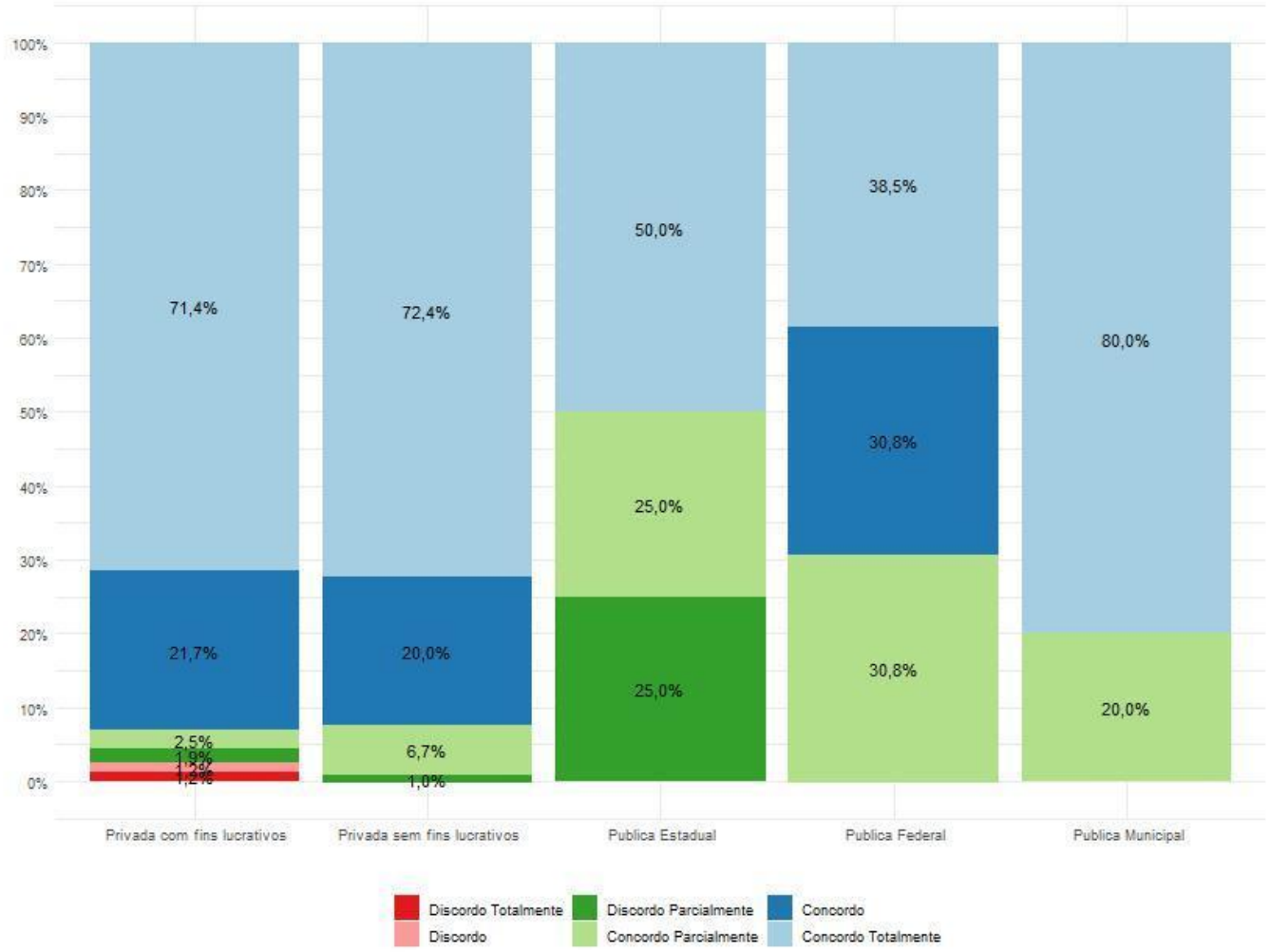
Tabela 8.29 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva “Os professores demonstraram possuir domínio de recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0,0%	0,0%	0,0%	30,8%	30,8%	38,5%	100,0%
Pública Estadual	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Pública Municipal	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	80,0%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	0,0%	0,0%	1,0%	6,7%	20,0%	72,4%	100,0%
Privada com fins lucrativos	1,2%	1,2%	1,9%	2,5%	21,7%	71,4%	100,0%
Total	0,7%	0,7%	1,7%	5,9%	20,8%	70,1%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os resultados expostos na Tabela 8.29 revelam que 70,1% dos coordenadores optaram pelo nível mais alto de concordância, “Concordo totalmente”, a alternativa modal (ver Tabela 8.29 e Gráfico 8.29). Nota-se que, depois da classe modal, há uma queda nas proporções com os níveis que se distanciam da concordância plena.

O Gráfico 8.29 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.29 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "Os professores demonstraram possuir domínio de recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.29 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES públicas municipais e as federais (100%) e as de discordância, se deram nas IES públicas estaduais (25,0%).

Em relação à assertiva “As atividades de gestão do curso foram prejudicadas com o início da pandemia”, os resultados estão apresentados na Tabela 8.30.

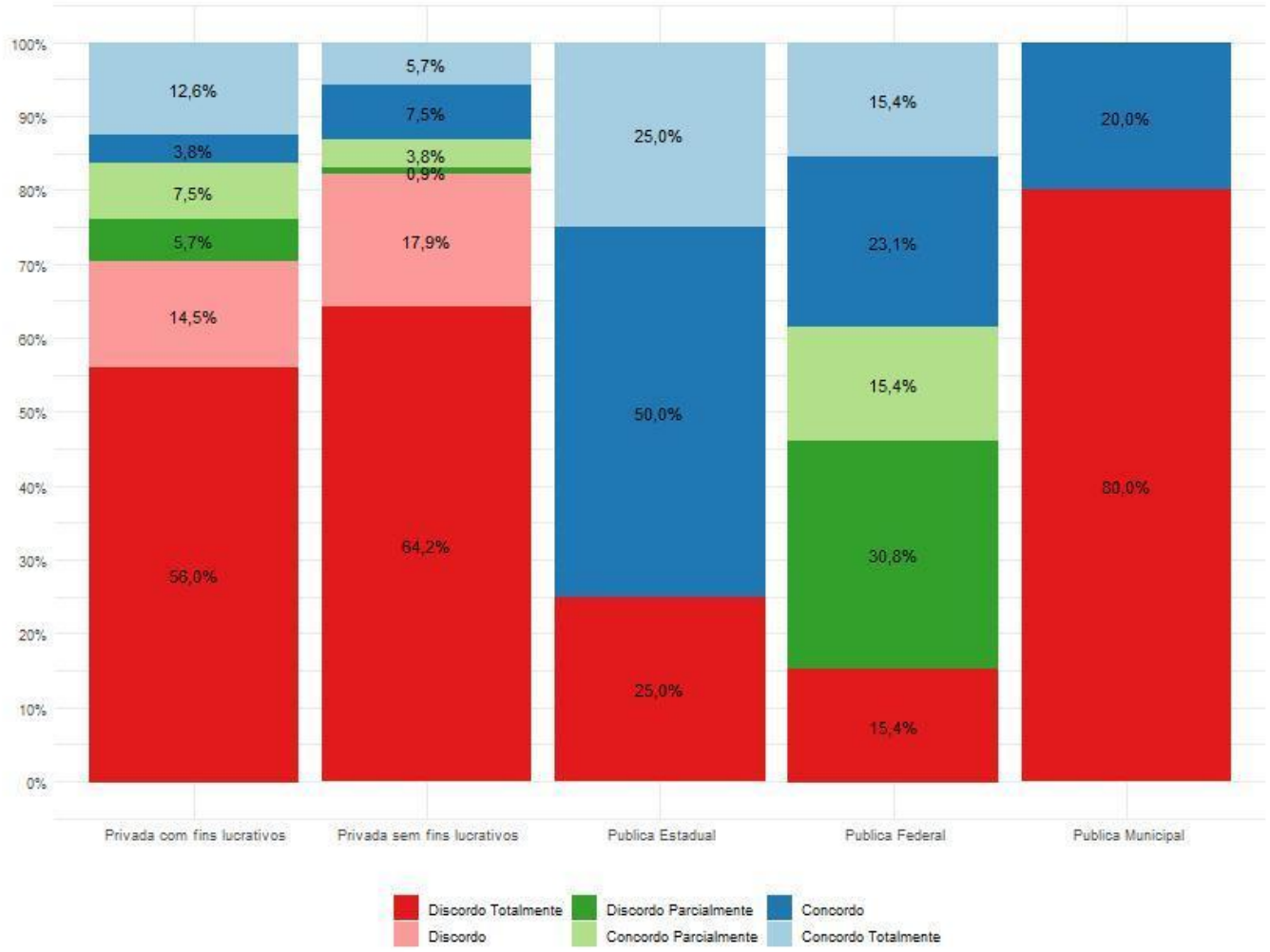
Tabela 8.30 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva “As atividades de gestão do curso foram prejudicadas com o início da pandemia”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	15,4%	0,0%	30,8%	15,4%	23,1%	15,4%	100,0%
Pública Estadual	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	25,0%	100,0%
Pública Municipal	80,0%	0,0%	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	64,2%	17,9%	0,9%	3,8%	7,5%	5,7%	100,0%
Privada com fins lucrativos	56,0%	14,5%	5,7%	7,5%	3,8%	12,6%	100,0%
Total	57,1%	14,6%	4,9%	6,3%	7,0%	10,1%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os resultados expostos na Tabela 8.30 revelam que, 57,1% dos coordenadores optaram pelo nível mais alto de discordância, “Discordo totalmente”, a alternativa modal (ver Tabela 8.30 e Gráfico 8.30). Nota-se que, depois da classe modal há, a grosso modo, uma queda nas proporções com os níveis que se distanciam da discordância plena com aumento não irrelevante no extremo da plena concordância. As IES públicas estaduais apresentam alternativa modal em “Concordo” (50,0%).

O Gráfico 8.30 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.30 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "As atividades de gestão do curso foram prejudicadas com o início da pandemia", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.30 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES públicas estaduais (soma de 75,0%) e as de discordância, se deram entre as IES públicas municipais (80,0%).

Em relação à assertiva “A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram o processo formativo dos estudantes”, os resultados estão apresentados na Tabela 8.31.

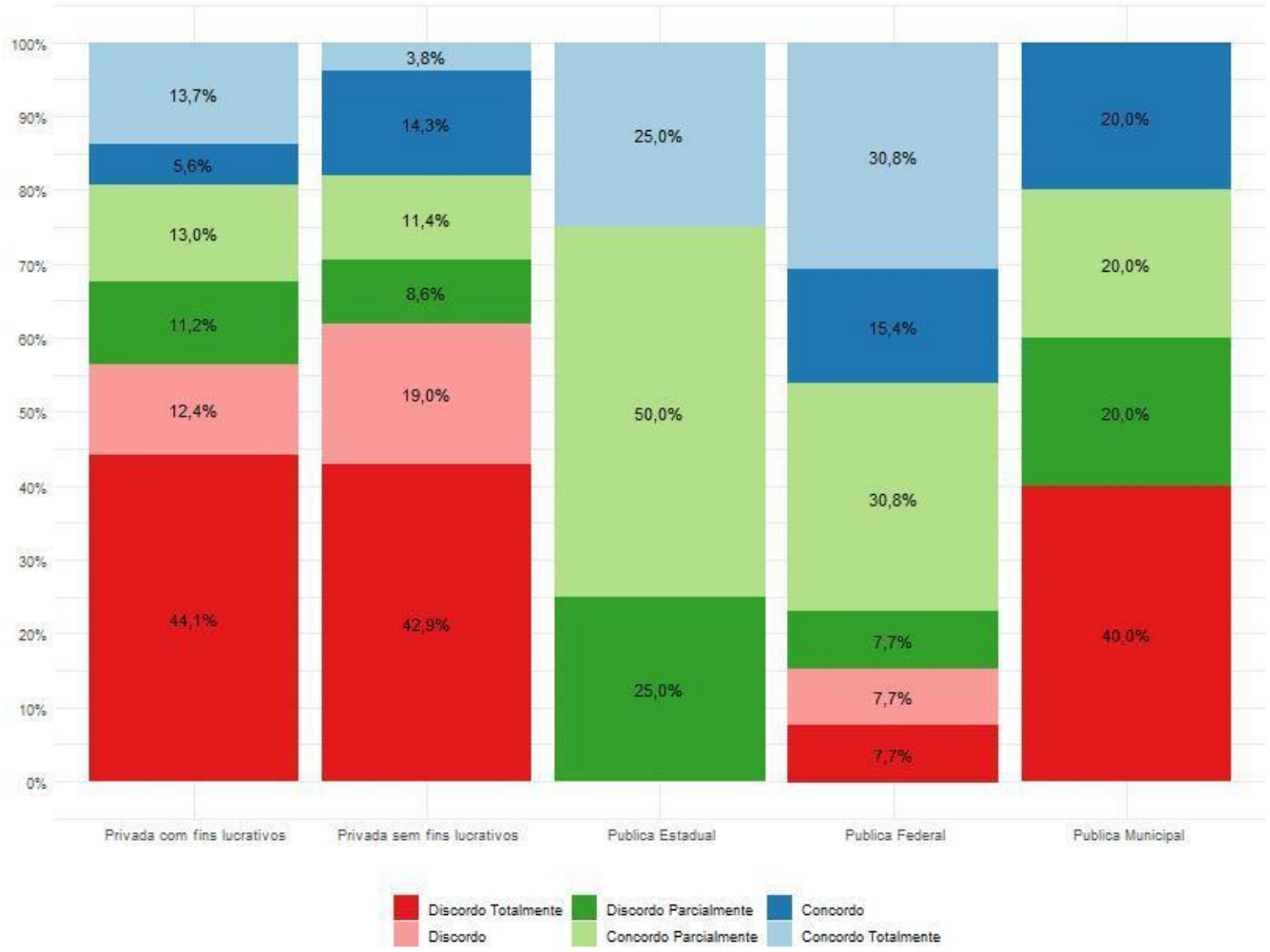
Tabela 8.31 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva “A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram o processo formativo dos estudantes”, segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	7,7%	7,7%	7,7%	30,8%	15,4%	30,8%	100,0%
Pública Estadual	0,0%	0,0%	25,0%	50,0%	0,0%	25,0%	100,0%
Pública Municipal	40,0%	0,0%	20,0%	20,0%	20,0%	0,0%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	42,9%	19,0%	8,6%	11,4%	14,3%	3,8%	100,0%
Privada com fins lucrativos	44,1%	12,4%	11,2%	13,0%	5,6%	13,7%	100,0%
Total	41,3%	14,2%	10,4%	13,9%	9,4%	10,8%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os resultados expostos na Tabela 8.31 revelam que 41,3% dos coordenadores optaram pelo nível mais alto de discordância, “Discordo totalmente”, a alternativa modal (para três das cinco Categorias Administrativas). Nota-se que, depois da classe modal há, a grosso modo, uma queda nas proporções com os níveis que se distanciam da discordância plena, com aumento não irrelevante no extremo da plena concordância. As IES públicas estaduais apresentam alternativa modal em, “Concordo parcialmente”, (50,0%), e as IES Públicas federais apresentaram alternativas bimodais em “Concordo parcialmente” e “Concordo totalmente” (30,8%).

O Gráfico 8.31 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.31 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram o processo formativo dos estudantes", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.31 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES Públicas federais (soma de 77,0%) e as de discordância, se deram entre as privadas sem fins lucrativos (70,5%).

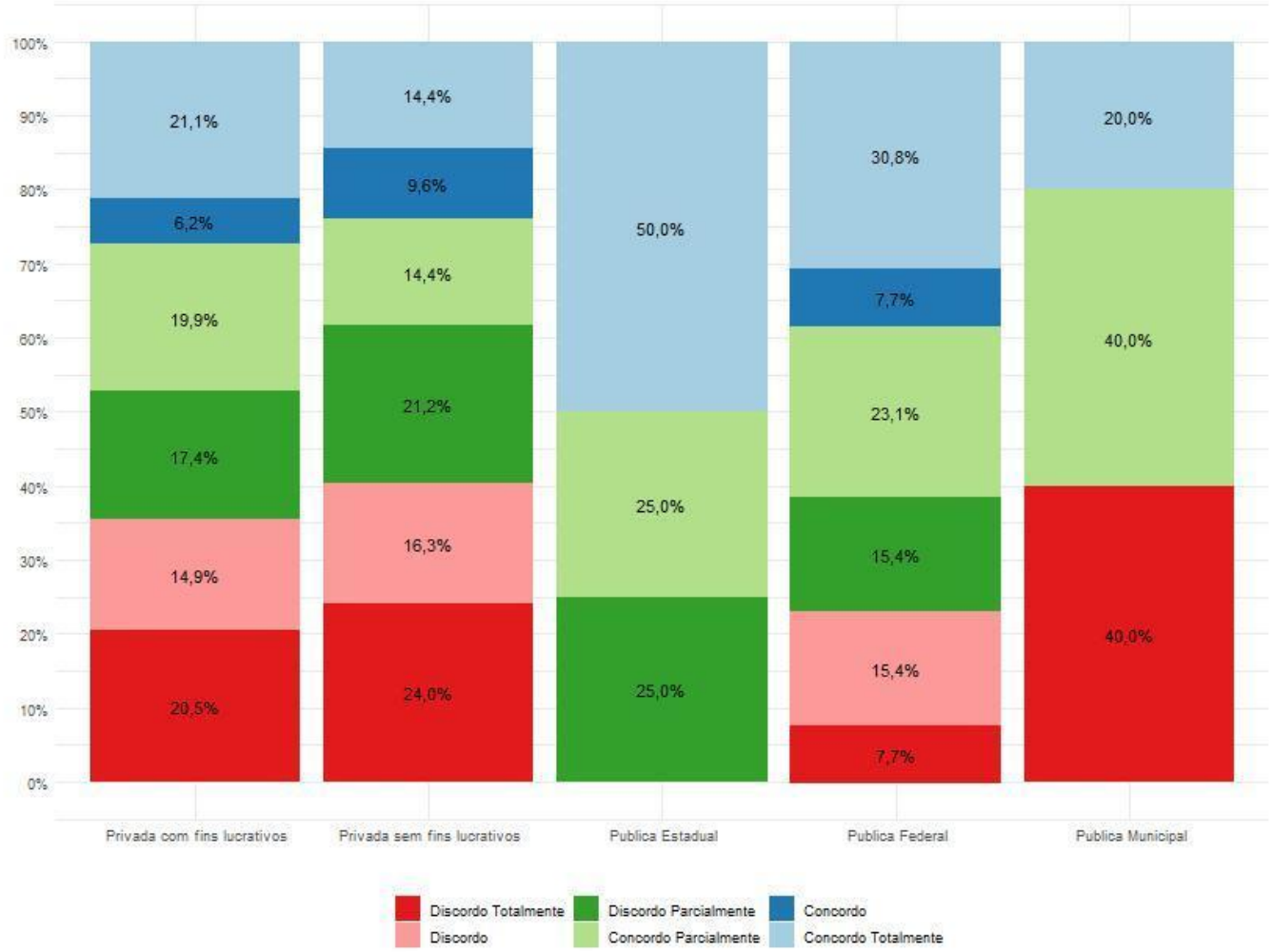
Tabela 8.32 – Distribuição percentual (na linha) do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram estudantes a trancar ou desistir do curso", segundo a categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	7,7%	15,4%	15,4%	23,1%	7,7%	30,8%	100,0%
Pública Estadual	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	50,0%	100,0%
Pública Municipal	40,0%	0,0%	0,0%	40,0%	0,0%	20,0%	100,0%
Privada sem fins lucrativos	24,0%	16,3%	21,2%	14,4%	9,6%	14,4%	100,0%
Privada com fins lucrativos	20,5%	14,9%	17,4%	19,9%	6,2%	21,1%	100,0%
Total	21,3%	15,0%	18,5%	18,5%	7,3%	19,5%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Os resultados expostos na Tabela 8.32 revelam que a moda para os coordenadores de IES públicas federais, IES públicas estaduais e Privada com fins lucrativos foi a de concordância plena com, respectivamente, 30,8%, 50,0% e 21,1% das respostas (ver Tabela 8.32 e Gráfico 8.32). As IES Públicas Municipais apresentam alternativa bimodal em "Discordo totalmente" e "Concordo parcialmente" (40%). Já as IES Privadas, sem fins lucrativos, apresentaram alternativa modal na categoria máxima de discordância, com porcentagem de 24,0%.

O Gráfico 8.32 apresenta mais resultados que subsidiam outras análises, em acréscimo àquelas já expostas, em relação à mesma assertiva.



Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Gráfico 8.32 – Distribuição percentual do nível de discordância/concordância dos coordenadores à assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram estudantes a trancar ou desistir do curso", por categoria administrativa – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

Os dados do Gráfico 8.31 mostram que as maiores demonstrações de concordância, nos seus variados graus de intensidade, se deram entre as IES públicas estaduais (75,0%) e as de discordância se deram nas "privadas sem fins lucrativos" (soma de 61,5%).

8.3 COMPARAÇÃO DO NÍVEL DE DISCORDÂNCIA/CONCORDÂNCIA DE ESTUDANTES E COORDENADORES A RESPEITO DOS IMPACTOS PELA PANDEMIA

Como pode ser visto nas análises das respostas dos coordenadores e dos estudantes, a seção sobre os "Aspectos do processo de aprendizagem impactados pela pandemia" do "Questionário do Estudante" (Anexo I) e do "Questionário do Coordenador de Curso" (Anexo II) apresentam sete questões em comum. Para cotejar a opinião do estudante e do coordenador, foram tabuladas as respostas de ambos para essas questões em comum. Nesta seção, são comparadas tais questões, utilizando-se tabelas de contingência com duas entradas: respostas dos coordenadores nas colunas e dos estudantes nas linhas. As percentagens apresentadas têm como referência o total da tabela. No Anexo VII, as tabelas para todas as sete comparações possíveis das questões em comum são disponibilizadas em números absolutos. Como cada coordenador de curso corresponde a um conjunto de estudantes, a informação do coordenador é obrigatoriamente repetida para aquele conjunto. Em cada tabela, na última coluna (Total), apresenta-se a distribuição das respostas dos estudantes, e na última linha (Total), a distribuição das respostas dos coordenadores, ponderada pelo número de estudantes do seu curso. Idealmente, no caso de total afinamento de opiniões (estudantes e coordenador de cada curso escolhendo o mesmo nível de concordância/discordância), os dados estariam concentrados na diagonal descendente.

Em particular, os resultados da Tabela 8.33 comparam, para os cursos da área de Publicidade e Propaganda, os graus de discordância/concordância dos estudantes e dos coordenadores, em relação à assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia".

Tabela 8.33 – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", segundo a mesma informação para o Estudante – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	**Total**
Discordo totalmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	2,4%	2,6%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,4%	2,8%	3,3%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,6%	6,8%	7,5%
Concordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	1,2%	11,6%	13,0%
Concordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	1,2%	15,7%	17,1%
Concordo totalmente	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	3,7%	52,5%	56,5%
Total	0,0%	0,0%	0,2%	0,7%	7,3%	91,8%	100,0 %

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Para a asserção a que se refere à Tabela 8.33, os coordenadores concentraram suas respostas na concordância plena, assim como os estudantes. É notório um certo grau de semelhança nas respostas, uma vez que os valores estão concentrados em torno da diagonal principal e com valor máximo de 52,5%, na categoria mais alta de concordância. Os estudantes apresentaram respostas em todos os níveis de concordância/discordância, diferentemente dos coordenadores.

Os resultados da Tabela 8.34 comparam os níveis de discordância/concordância dos coordenadores da área de Publicidade e Propaganda , em relação à assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão de seu curso continuaram sendo ofertadas após o início da pandemia", por nível de discordância/concordância do estudante com a assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas".

Tabela 8.34 – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão de seu curso continuaram sendo ofertadas após o início da pandemia", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas" – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	**Total**
Discordo totalmente	0,1%	0,0%	0,0%	0,5%	0,5%	5,1%	6,3%
Discordo	0,0%	0,0%	0,1%	0,2%	0,4%	4,1%	4,9%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,1%	0,5%	1,0%	7,4%	9,0%
Concordo parcialmente	0,1%	0,2%	0,1%	0,5%	1,7%	10,3%	13,0%
Concordo	0,1%	0,1%	0,4%	0,5%	2,3%	12,9%	16,2%
Concordo totalmente	0,2%	0,1%	0,3%	1,3%	5,0%	43,7%	50,7%
Total	0,5%	0,5%	1,0%	3,5%	11,0%	83,5%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Para a asserção a que se refere à Tabela 8.34, os coordenadores concentraram suas respostas na concordância plena com razoável aumento percentual na concordância. É possível observar um certo grau de semelhança nas respostas, uma vez que os valores estão concentrados em torno da diagonal principal e com valor máximo de 43,7%, na categoria mais alta de concordância.

Tabela 8.35 – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia", segundo a mesma informação para o Estudante – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	Total
Discordo totalmente	0,1%	0,0%	0,0%	0,3%	0,5%	5,5%	6,3%
Discordo	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,4%	2,9%	3,4%
Discordo parcialmente	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,6%	5,4%	6,1%
Concordo parcialmente	0,0%	0,1%	0,0%	0,4%	1,1%	8,9%	10,5%
Concordo	0,1%	0,2%	0,0%	0,5%	1,4%	13,4%	15,6%
Concordo totalmente	0,2%	0,3%	0,0%	1,4%	4,9%	51,4%	58,1%
Total	0,5%	0,6%	0,1%	2,6%	8,8%	87,5%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Para a asserção a que se refere a Tabela 8.35 os coordenadores concentraram suas respostas na concordância plena com 87,5%. Nessa tabela, também observa-se um certo grau de semelhança nas respostas, uma vez que os valores estão concentrados em torno da diagonal principal e com valor máximo de 51,4%, na categoria mais alta de concordância.

Os resultados da Tabela 8.36 consideram o nível de discordância/concordância dos coordenadores em relação à assertiva “Os professores se adaptaram às mudanças impostas pela pandemia e às aulas não presenciais sem dificuldades”, por nível de discordância/concordância do estudante com a assertiva “A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais”.

Tabela 8.36 – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os professores se adaptaram às mudanças impostas pela pandemia e às aulas não presenciais sem dificuldades", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais" – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	Total
Discordo totalmente	0,0%	0,1%	0,1%	0,4%	0,7%	2,5%	3,8%
Discordo	0,0%	0,1%	0,2%	0,7%	1,4%	3,1%	5,6%
Discordo parcialmente	0,1%	0,2%	0,3%	1,6%	2,9%	7,2%	12,3%
Concordo parcialmente	0,1%	0,3%	0,6%	2,5%	4,3%	10,6%	18,4%
Concordo	0,1%	0,4%	0,5%	2,8%	4,7%	12,7%	21,1%
Concordo totalmente	0,2%	0,3%	0,8%	3,9%	9,5%	24,3%	38,9%
Total	0,5%	1,4%	2,4%	11,9%	23,4%	60,4%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Para a asserção a que se refere a Tabela 8.36, os coordenadores concentraram suas respostas na concordância plena com 60,4%, com leve aumento percentual no “Concordo” e “Concordo parcialmente” com 23,4% e 11,9% respectivamente.

Os resultados da Tabela 8.37 comparam os níveis de discordância/concordância dos coordenadores da área de Publicidade e Propaganda, em relação à assertiva "Os professores demonstraram possuir domínio de recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", por nível de discordância/concordância do estudante com a assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais".

Tabela 8.37 – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os professores demonstraram possuir domínio de recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais" – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	**Total**
Discordo totalmente	0,1%	0,0%	0,0%	0,1%	0,7%	2,2%	3,1%
Discordo	0,0%	0,0%	0,1%	0,3%	1,6%	3,1%	5,3%
Discordo parcialmente	0,1%	0,2%	0,4%	0,7%	3,0%	7,7%	12,2%
Concordo parcialmente	0,1%	0,1%	0,4%	1,3%	5,2%	12,5%	19,7%
Concordo	0,1%	0,3%	0,4%	1,7%	4,5%	14,4%	21,5%
Concordo totalmente	0,1%	0,4%	0,3%	2,4%	7,6%	27,5%	38,3%
Total	0,6%	1,1%	1,7%	6,6%	22,6%	67,4%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Para a asserção a que se refere à Tabela 8.37 os coordenadores concentraram suas respostas na concordância plena com 67,4%, com leve aumento percentual no “Concordo” com 22,6% e “Concordo parcialmente” com 6,6%. É possível observar um certo grau de semelhança nas respostas, uma vez que os valores estão concentrados em torno da diagonal principal e com valor máximo de 27,5%, na categoria mais alta de concordância.

Na Tabela 8.38, encontram-se tabulados os níveis de discordância/concordância dos coordenadores da área de Publicidade e Propaganda , em relação à assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram o processo formativo dos estudantes", por nível de discordância/concordância do estudante com a assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo".

Tabela 8.38 – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram o processo formativo dos estudantes", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo" – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	Total
Discordo totalmente	10,4%	3,0%	2,4%	2,2%	2,2%	1,5%	21,7%
Discordo	3,5%	1,8%	1,1%	1,5%	1,2%	0,9%	10,1%
Discordo parcialmente	4,2%	1,7%	1,3%	1,5%	1,7%	0,9%	11,2%
Concordo parcialmente	4,9%	3,0%	1,3%	2,4%	2,4%	1,5%	15,5%
Concordo	5,1%	2,4%	1,3%	2,2%	2,4%	1,3%	14,8%
Concordo totalmente	9,3%	4,4%	2,6%	3,5%	4,3%	2,8%	26,7%
Total	37,4%	16,3%	10,1%	13,3%	14,1%	8,9%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Para a asserção a que se refere a Tabela 8.38, os coordenadores concentraram suas respostas na discordância plena com 37,4%, mas com significativo percentual de respostas “Discordo” com 16,3%. Já os estudantes, tiveram um comportamento oposto, com concentração de suas respostas na concordância plena (26,7%).

Tabela 8.39 – Distribuição percentual do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram estudantes a trancar ou desistir do curso", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso" – Enade/2022 – Publicidade e Propaganda

	Coordenador						
Estudante	**Discordo totalmente**	**Discordo**	**Discordo parcialmente**	**Concordo parcialmente**	**Concordo**	**Concordo totalmente**	**Total**
Discordo totalmente	6,7%	7,4%	7,1%	6,1%	1,9%	5,5%	34,7%
Discordo	1,3%	1,7%	1,3%	1,1%	0,4%	1,3%	7,1%
Discordo parcialmente	1,4%	1,9%	1,7%	1,3%	0,6%	1,5%	8,5%
Concordo parcialmente	1,7%	2,0%	2,4%	2,0%	1,0%	1,8%	10,8%
Concordo	1,8%	2,0%	2,3%	1,7%	0,9%	1,9%	10,5%
Concordo totalmente	4,5%	5,4%	6,0%	4,9%	1,9%	5,8%	28,4%
Total	17,3%	20,4%	20,8%	17,1%	6,6%	17,8%	100,0%

Fonte: MEC/Inep/Daes – Enade/2022

Para a asserção a que se refere a Tabela 8.39 os coordenadores concentraram suas respostas em discordo parcialmente com 20,8%, mas com percentual representativo de respostas variando entre os níveis de discordância, com um percentil menos significativo em “concordo”, com 6,6%. Os estudantes tiveram alternativa modal na classe de discordância plena, com 34,7%.

REFERÊNCIAS

BRASIL. Lei nº 10.861, de 14 de abril de 2004. Institui o Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (Sinaes) e dá outras providênci*a*s. **Diário Oficial da União.** Brasília, DF, Seção 1, p. 3-4, n. 72, 15 abr. 2004.

BRASIL. Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência). **Diário Oficial da União**, Brasília, DF. Seção 1, n. 127, p. 2, 7 jul. 2015.

BRASIL. MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO (MEC). Portaria Normativa nº 41, de 20 de janeiro de 2022 Estabelece o regulamento do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes – Enade, edição 2022, referente ao ano III do 6º ciclo avaliativo, e regulariza o 7º ciclo avaliativo, previstos pelo art. 40 da Portaria MEC nº 840, de 24 de agosto de 2018. **Diário Oficial da União.** Brasília, DF, Seção 1, p. 64, n. 15, 21 jan. 2022.

CONSELHO NACIONAL DE EDUCAÇÃO (CNE). CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR (CES). Resolução nº 5, de 14 de outubro de 2021. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda . **Diário Oficial da União.** Brasília, DF, Seção 1, p. 47, n. 196, 18 out. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). Portaria nº 109, de 1º de abril de 2022a. Institui as Comissões Assessoras de Área – CAA para realização de atividades referentes ao Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes – Enade edição 2022.**Diário Oficial da União.** Brasília, DF, Seção 1, p. 3-4, n. 66-, 04 abr. 2022.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). Portaria nº 110, de 1º de abril de 2022b. Designa, com fundamento na Portaria Inep nº 109, de 01 de abril de 2022, os membros para a constituição das Comissões Assessoras de Área (CAA), para realização de atividades referentes ao Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes – edição 2022, no ano III do ciclo avaliativo previsto no art. 40 da Portaria MEC nº 840, de 24 de agosto de 2018. **Diário Oficial da União.** Brasília, DF, Seção 2, p. 46, n. 64-, 04 abr. 2022.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). Portaria nº 289, de 30 de junho de 2022. Dispõe sobre diretrizes de prova e componentes específicos da área de Publicidade e Propaganda , no âmbito do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), edição 2022. **Diário Oficial da União.** Brasília, DF, Seção 1, p. 205, n. 123, 01 jun. 2022.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). Portaria nº 298, de 30 de junho de 2022d. Dispõe sobre diretrizes de prova e componentes específicos da área de

Formação Geral, no âmbito do Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes (Enade), edição 2022. **Diário Oficial da União.** Brasília, DF, Seção 1, p. 209, n. 123, 01 jul. 2022.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). DIRETORIA DE AVALIAÇÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR (DAES). **Nota Técnica Nº 07/2022/CGCQES/DAES [2022].** Apresenta a metodologia utilizada no cálculo do Conceito Enade referente ao ano de 2021, considerando os procedimentos definidos pelo Inep, conforme atribuição estabelecida pelo Decreto nº 9235, de 15 de dezembro de 2017, e pela Portaria Normativa nº 840, de 24 de agosto de 2018, republicada em 31 de agosto de 2018, retificada em 03 de setembro de 2018. Disponível em <https://download.inep.gov.br/educacao_superior/enade/notas_tecnicas/2020/nota_tecnica_n_7_2022_CGCQES-DAES_metodologia_calculo_conceito_enade_2021.pdf> Acesso em 25 abr. 2023.

MEULMAN, J. J. **Optimal scaling methods for multivariate categorical data analysis**. [1998]. Disponível em <http://bayes.acs.unt.edu:8083/BayesContent/class/Jon/SPSS_SC/Module9/M9_CatReg/SWPOPT.pdf> Acesso em 29 abr. 2023.

PASQUALI, L. **Psicometria**. Revista da Escola de Enfermagem da USP, São Paulo, v. 43, Edição Especial, p. 992-999, dez. 2009.

PAULHUS, D. L. (1991). **Measurement and control of response bias**. In J. P. Robinson, P. R. Shaver, & L. S. Wrightsman (Eds.), Measures of personality and social psychological attitudes (pp. 17-59). San Diego, CA: Academic Press.

PAULHUS, D. L. (1981). **Control of social desirability in personality inventories**: Principal-factor deletion. Journal of Research in Personality, 15(3), 383–388. https://doi.org/10.1016/0092-6566(81)90035-0

PEABODY, D. (1967). **Trait inferences**: Evaluative and descriptive aspects. Journal of Personality and Social Psychology, 7(4, Pt.2), 1-18. doi: 10.1037/h0025230

PETTERSSON, E., TURKHEIMER, E., Horn, E. E., & MENATTI, A. R. (2012). T**he General Factor of Personality and Evaluation**. European Journal of Personality, 26(3), 292-302. doi: 10.1002/per.839

GLOSSÁRIO DE TERMOS ESTATÍSTICOS UTILIZADOS NOS RELATÓRIOS SÍNTESE DO ENADE

A

Análise fatorial – A análise fatorial tem como objetivo principal descrever a variabilidade original de um conjunto de p variáveis aleatórias, em termos de um número menor m de variáveis aleatórias, chamadas de fatores comuns (supostos não observáveis diretamente) e que estão relacionadas com o conjunto original através de um modelo linear. Ou seja, é uma técnica estatística aplicada quando há um número grande de variáveis correlacionadas entre si, com o objetivo de identificar um número menor de novas variáveis alternativas, não correlacionadas e que, de algum modo, sumarizem as informações principais das variáveis originais encontrando os fatores ou variáveis latentes. Neste modelo, parte da variabilidade do conjunto original é atribuída aos fatores comuns, sendo o restante da variabilidade do conjunto original atribuído ao erro aleatório. (MINGOTI, Sueli Aparecida. **Análise de Dados através de métodos de estatística multivariada: uma abordagem aplicada.** Belo Horizonte: UFMG, 2005). O resultado da análise fatorial se dá através da matriz de componentes. Esta matriz por sua vez, é composta pelas cargas fatoriais de todas as p variáveis em cada fator (o modelo linear). As cargas fatoriais são os pesos das variáveis originais nos fatores, e são a chave para entender e interpretar a natureza de um fator em particular. No entanto, os fatores gerados seguem uma ordem de magnitude na variância e a interpretação dos fatores pode não ser trivial e, para tanto, se faz necessária uma rotação de eixo. Essa rotação, é um processo de manipulação ou ajuste dos eixos dos fatores para alcançar uma solução de fator mais simples e pragmaticamente mais significativa e interpretável. O caso mais simples de rotação é a ortogonal, em que os fatores são extraídos de forma que seus eixos sejam mantidos a 90º um do outro, ou seja, cada fator é independente ou ortogonal aos demais fatores. Para interpretar a matriz de componentes e seus respectivos fatores, usualmente considera-se que as cargas fatoriais com módulo maior ou igual a 0,5 são significativas. A partir daí, verifica-se se uma determinada variável possui carga fatorial em um dos fatores encontrados. (HAIR, J. F. et al. **Mutivariate data analysis**. 2010.) Caso a rotação seja necessária, e de fato realizada, tem-se, então, a matriz de componentes rotacionada. Além disso, cumpre destacar que o ordenamento dos fatores latentes é feito de forma padrão nos softwares de análises estatísticas, obedecendo o grau de importância de cada fator, medido pelo seu respectivo autovalor.

C

- **cartograma** – Esquema representativo de informações quantitativas e qualitativas, de eventos geográficos, cartográficos e socioeconômicos em uma superfície ou parte dela. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Glossário Cartográfico.** Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/cartografia/glossario/glossario_cartografico.shtm)>. Acesso em: 29 abr. 2023.
- **coeficiente de explicação** – também chamado de coeficiente de determinação, é a proporção da variação explicada pelo modelo linear. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística Básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. P.422)

D

- **desvio padrão** – Medida de dispersão em torno da média aritmética, que é definida como a raiz quadrada da **variância**. (BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002, p 39)
- **distribuição de frequência** – Maneira de dispor um conjunto de um conjunto de resultados, para se ter uma ideia global sobre uma variável estatística. (BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 11 e 12)
- **distribuição marginal de frequência** – Em uma tabela envolvendo duas variáveis, a linha de totais fornece a distribuição de uma das variáveis, e a coluna de totais fornece a distribuição da outra. As distribuições assim obtidas são chamadas tecnicamente de distribuições marginais. (BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 71)
- **distribuição unimodal** – Distribuição de frequência que apresenta apenas uma moda.

E

- **erro-padrão da média** – Medida de precisão para o estimador da média de uma dada população. Isto fica evidente quando se obtém uma amostra qualquer de tamanho n, e calcula-se a média aritmética populacional. Ao se realizar uma nova amostra aleatória, a média aritmética, muito provavelmente, será diferente daquela da primeira amostra. Portanto, a estatística erro-padrão da média estima a

variabilidade entre as médias populacionais realizadas em cada amostra. (BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 309).

- **escala de Likert** – Valores numéricos e/ou sinais atribuídos a respostas para refletir a força e a direção da reação do entrevistado à declaração (escala ordinal). As declarações de concordância devem receber valores positivos ou altos, enquanto as declarações das quais discordam devem receber valores negativos ou baixos. (CAMPOS, Jorge de Paiva; GUIMARÃES, Sebastião. **Em busca da eficácia em treinamento.** São Paulo: Associação Brasileira de Treinamento e Desenvolvimento, 2009. p. 87 Disponível em <https://books.google.com.br/books?id=oWKiAQvtwWUC&printsec=frontcover&hl=pt- BR#v=onepage&q&f=true>. Acesso em: 30 abr. 2023.

- **escalamento ideal** (*optimal scaling*) – Procedimento que gera variáveis quantitativas intervalares a partir de variáveis nominais ou ordinais tendo uma função objetivo como meta.

  A ideia básica do Escalamento Ideal é atribuir valores numéricos às categorias de cada uma das variáveis em estudo. Para atribuir valores às categorias de cada uma das variáveis, recorre-se a um processo interativo de mínimos quadrados alternados, no qual, depois que uma quantificação é usada para encontrar uma solução, ela é adaptada usando aquela solução. Tal adaptação da quantificação é então usada para encontrar uma nova solução, que é usada para readaptar as quantificações, e assim por diante, até que algum critério indique a parada do processo. (BELTRÃO, Kaizô I; MANDARINO, Mônica C. F. **Escolha de carreiras em função do nível socioeconômico: Enade 2004 a 2012**. Relatório Técnico Fundação Cesgranrio, Rio de Janeiro. n. 01, p. 23-24, 2014).

F

- **frequência absoluta** – Número de ocorrências em cada classe ou categoria de uma variável. (ZENTGRAF, Roberto. **Estatística objetiva**. Rio de Janeiro: ZTG, 2001. p. 24)**.**
- **frequência modal** – Frequência associada ao valor modal de uma variável, que é definido como a realização mais frequente de um conjunto de dados. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p.35)
- **frequência relativa** (proporção) – Proporção da frequência absoluta de cada classe ou categoria da variável em relação ao número total de observações. Em particular, as frequências relativas são estimativas de probabilidades de ocorrência de certos eventos de interesse. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 12 e 103).

H

- **histograma** – Gráfico de barras contíguas, com as bases proporcionais aos intervalos das classes e área de cada retângulo proporcional à respectiva frequência. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 18-19)

I

- **intervalo de confiança** – O Intervalo de Confiança é um estimador intervalar para um dado parâmetro, ou seja, diz-se que o estimador de um parâmetro com um certo nível de confiança (e.g. 95%) deve estar contido no intervalo de confiança em 95% das vezes (ZENTGRAF, Roberto. **Estatística objetiva**. Rio de Janeiro: ZTG, 20001. p. 329). Usando o Teorema Central do Limite, o intervalo de confiança para n grande e p não muito próximo de 0 ou 1, a distribuição de $\hat{p}$ será aproximadamente normalmente distribuída com média p e uma variância dada por, $\frac{p(1-p)}{n}$. Logo, o intervalo de confiança para a verdadeira proporção p pode ser calculado como

$$\hat{p} \pm Z_{\alpha/2}\sqrt{\frac{\hat{p}(1-\hat{p})}{n}}$$

Em que $Z_{\alpha/2}$ é abscissa da curva normal padrão que deixa área $\alpha/2$ acima dela.

M

- **máximo de um conjunto** – Se X é um conjunto ordenável, diz-se que o conjunto X possui um máximo (maior elemento) s_0 se: $s_0 \in X$ e para cada $x \in X$: $x \leq s_0$. Notação:

  s_0 = máx(X).

  Nota: se um conjunto X tem elemento máximo, esse elemento é o supremo. (GONÇALVES, M B; GONÇALVES D. **Elementos de análise**. Florianópolis: UFSC, 2012)
- **máximo de uma função** – Dada uma função $f(x)$ e $x_0 \in$ Domínio de f, diz-se que f(x_0) é o máximo da função $f(x)$, se $f(x_0) \geq f(x)$, $\forall x \in$ Domínio de f .

- **média** – É calculada através da soma de todos os valores numéricos observados para uma variável em um conjunto de dados e posterior divisão deste total pelo número de observações envolvidas:

$$\overline{X} = \frac{\sum_{i=1}^{n} X_i}{n}$$

Em que:

$\underline{X}$ é a média

n é o número de observações ou tamanho da amostra

X_i é a i-ésima observação da variável *X*

$\sum_{i=1}^{n} X_i$ é o somatório de todos os valores X_i na amostra

(LEVINE, David M. et al. **Estatística – Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 99-100)

- **média ponderada** – Dado um conjunto de n valores observados, onde são atribuídos pesos a cada valor numérico observado. É calculada através do somatório dos produtos entre valores e pesos divididos pelo somatório dos pesos.

$$\hat{X} = \frac{\sum_{i=1}^{n} w_i X_i}{\sum_{i=1}^{n} w_i}$$

HOFFMANN, Rodolfo. Estatística para economistas. 4. ed rev. e ampl. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006. p. 41.

- **mediana** – é o valor central em uma sequência ordenada de dados, ou seja, é o valor para o qual 50% das observações são menores e 50% das observações são maiores.

LEVINE, David M. et al. Estatística: teoria e aplicações usando o Microsoft Excel em português. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 102.

- **mínimo de um conjunto** – Se X é um conjunto ordenável, diz-se que o conjunto X possui um mínimo (menor elemento) i_0 se: $i_0 \in X$ e para cada $x \in X$: $x \geq i_0$. Notação: i_0 = mín(X).

Nota: Sempre que um conjunto X tem elemento mínimo, esse elemento é o ínfimo. (GONÇALVES, M B; GONÇALVES D. Elementos de Análise. Florianópolis: UFSC, 2012)

- **mínimo de uma função** – Dada uma função $f(x)$ e $x_0 \in$ Domínio de f, diz-se que f(x0) é o mínimo da função $f(x)$, se $f(x0) \leq f(x)$, $\forall x \in$ Domínio de f.

- **moda** – é a categoria ou classe que aparece mais frequentemente em um conjunto de dados; (LEVINE, David M. et al. Estatística – **Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 103)

N

- **nível de confiança** – Equivalente à probabilidade *a priori* de que um intervalo de confiança contenha o verdadeiro parâmetro populacional a estimar, sendo usualmente representada por **(1-α)**. (ZENTGRAF, Roberto. **Estatística objetiva**. Rio de Janeiro: ZTG, 2001. p. 329).
- **nota padronizada** – A padronização é obtida através da subtração da média (da amostra ou da população), e o resultado obtido, dividido pelo desvio-padrão correspondente. (ZENTGRAF, Roberto. **Estatística objetiva**. Rio de Janeiro: ZTG, 2001. p. 169).

P

- **percentil** – O percentil α de um conjunto é a estatística de posição que separa um conjunto de dados em duas partes com aproximadamente α% e (1-α)% dos pontos.
- **probabilidade** – Razão entre o número de casos favoráveis e o de casos possíveis de resultados. (LEVINE, David M. et al. **Estatística: teoria e aplicações usando o microsoft excel em português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 105).

Q

- **quartil** – São as estatísticas que dividem os dados ordenados em quatro partes iguais. Em que: Q1 representa o primeiro quartil ou quartil inferior, e equivale ao Percentil 25. Já Q2 representa o segundo quartil ou mediana, e equivale ao Percentil 50. E Q3 representa o terceiro quartil ou quartil superior, e equivale ao Percentil 75. (LEVINE, David M. et al. **Estatística: teoria e aplicações usando o microsoft excel em português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 104).
- **quartos** – Representa uma das quatro partes do conjunto de dados dividida pelo quartis. (LEVINE, David M. et al. **Estatística**: **teoria e aplicações usando o microsoft excel em português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 104).

T

- **tabela de duas entradas ou tabela de contingência ou tabela cruzada** – Quando as variáveis são qualitativas ou discretas, os dados são apresentados em tabelas de dupla entrada (ou de contingência), onde apareceram as frequências absolutas ou contagem de indivíduos que pertencem simultaneamente a categorias de uma e outra variável. (BUSSAB, Wilton de O, MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 70).
- **teste estatístico de intervalo de confiança da média** – Quando se comparam os estimadores dos parâmetros de duas classes de uma dada categoria, associados aos seus respectivos intervalos de confiança, diz-se que não há diferença estatisticamente significativa entre os parâmetros das duas categorias, quando há interseção entre os intervalos de confiança, e que há diferença, se os intervalos de confiança são disjuntos. (BUSSAB, Wilton de O.; MORETTIN, Pedro A. **Estatística básica**. São Paulo: Saraiva, 2002. p. 304 e 305).
- **teste estatístico qui-quadrado** – Avalia diferenças potenciais entre a proporção de sucessos em qualquer número de populações. Para uma tabela de contingência que possui ℓ linhas e c colunas, o teste χ^2 pode ser generalizado como um teste de independência nas respostas combinadas para duas variáveis categóricas. (LEVINE, David M. et al. **Estatística: teoria e aplicações usando o microsoft excel em português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 453).

V

- **variância** – Soma das diferenças entre os valores observados e a média aritmética de uma variável em uma amostra, elevada ao quadrado e dividida pelo tamanho da amostra menos um:

$$S^2 = \frac{\sum_{i=1}^{n}(X_i - \bar{X})^2}{n-1}$$

(LEVINE, David M. et al. **Estatística – Teoria e Aplicações Usando o Microsoft Excel em Português**. Rio de Janeiro: LTC, 2005. p. 109).

ANEXOS

ANEXO I

QUESTIONÁRIO DO ESTUDANTE

Ministério da Educação
Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
Diretoria de Avaliação da Educação Superior

QUESTIONÁRIO DO ESTUDANTE – ENADE 2022

Caro(a) estudante,

Este questionário constitui um instrumento importante para compor o perfil dos participantes do Enade e é uma oportunidade para você avaliar diversos aspectos do seu curso e da sua formação.

Sua contribuição é extremamente relevante para conhecermos melhor diversos aspectos das condições de oferta de seu curso e da qualidade da Educação Superior no país. As respostas às questões serão analisadas em conjunto, por curso de graduação, preservando o sigilo da identidade dos participantes.

Este instrumento deve ser preenchido exclusivamente por você, não sendo admitidas quaisquer manipulações, influências ou pressões de terceiros. Caso você perceba alguma dessas situações, configurando tentativa de manipulação do preenchimento do questionário, entre em contato com o Inep por meio dos canais disponíveis para o "Atendimento ao Cidadão", disponível no Portal do Inep.

Os anos de 2020, 2021 e 2022 foram marcados pela pandemia da Covid-19, com profundos impactos em toda a sociedade. Você perceberá que alguns itens do questionário fazem referência a ações e atividades regulares, anteriores ou posteriores à fase mais crítica da emergência sanitária, enquanto outras referem-se a atividades específicas do período da pandemia. Assim, ao responder as questões gerais do instrumento, leve em consideração as especificidades de cada ação e atividade avaliada de seu curso e instituição.

Na presente edição do Questionário do Estudante foram inseridas, ao final, 11 questões que abordam especificamente algumas das possíveis repercussões da pandemia em seu processo formativo. Essas respostas ajudarão a contextualizar os resultados da prova do Enade frente a esse cenário educacional singular, mas não serão utilizadas para fins de avaliação dos cursos e das instituições.

Para responder, basta clicar sobre a alternativa desejada. O questionário será enviado ao Inep apenas quando, ao final da página, for acionado o botão "Finalizar", indicando o preenchimento total do instrumento. A finalização do questionário será pré-requisito para a visualização do local de prova, que se tornará disponível a partir da data prevista no edital desta edição do Exame, e para fins de obtenção de regularidade perante o Enade 2022.

Agradecemos a sua colaboração!

1. Qual o seu estado civil?
   - A ( ) Solteiro(a).
   - B ( ) Casado(a).
   - C ( ) Separado(a) judicialmente/divorciado(a).
   - D ( ) Viúvo(a).
   - E ( ) Outro.

2. Qual é a sua cor ou raça?
   - A ( ) Branca.
   - B ( ) Preta.
   - C ( ) Amarela.
   - D ( ) Parda.
   - E ( ) Indígena.
   - F ( ) Não quero declarar.

3. Qual a sua nacionalidade?
   - A ( ) Brasileira.
   - B ( ) Brasileira naturalizada.
   - C ( ) Estrangeira.

4. Até que etapa de escolarização seu pai concluiu?
   A ( ) Nenhuma.
   B ( ) Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série).
   C ( ) Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série).
   D ( ) Ensino Médio.
   E ( ) Ensino Superior - Graduação.
   F ( ) Pós-graduação.

5. Até que etapa de escolarização sua mãe concluiu?
   A ( ) Nenhuma.
   B ( ) Ensino fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série).
   C ( ) Ensino fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série).
   D ( ) Ensino médio.
   E ( ) Ensino Superior - Graduação.
   F ( ) Pós-graduação.

6. Onde e com quem você mora atualmente?
   A ( ) Em casa ou apartamento, sozinho.
   B ( ) Em casa ou apartamento, com pais e/ou parentes.
   C ( ) Em casa ou apartamento, com cônjuge e/ou filhos.
   D ( ) Em casa ou apartamento, com outras pessoas (incluindo república).
   E ( ) Em alojamento universitário da própria instituição.
   F ( ) Em outros tipos de habitação individual ou coletiva (hotel, hospedaria, pensão ou outro).

7. Quantas pessoas da sua família moram com você? Considere seus pais, irmãos, cônjuge, filhos e outros parentes que moram na mesma casa com você.
   A ( ) Nenhuma.
   B ( ) Uma.
   C ( ) Duas.
   D ( ) Três.
   E ( ) Quatro.
   F ( ) Cinco.
   G ( ) Seis.
   H ( ) Sete ou mais.

8. Qual a renda total de sua família, incluindo seus rendimentos?
   A ( ) Até 1,5 salário mínimo (até R$ 1.818,00).
   B ( ) De 1,5 a 3 salários mínimos (R$ 1.818,01 a R$ 3.636,00).
   C ( ) De 3 a 4,5 salários mínimos (R$ 3.636,01 a R$ 5.454,00).
   D ( ) De 4,5 a 6 salários mínimos (R$ 5.454,01 a R$ 7.272,00).
   E ( ) De 6 a 10 salários mínimos (R$ 7.272,01 a R$ 12.120,00).
   F ( ) De 10 a 30 salários mínimos (R$ 12.120,01 a R$ 36.360,00).
   G ( ) Acima de 30 salários mínimos (mais de R$ 36.360,00).

9. Qual alternativa a seguir melhor descreve sua situação financeira (incluindo bolsas)?
   A ( ) Não tenho renda e meus gastos são financiados por programas governamentais.
   B ( ) Não tenho renda e meus gastos são financiados pela minha família ou por outras pessoas.
   C ( ) Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos.
   D ( ) Tenho renda e não preciso de ajuda para financiar meus gastos.
   E ( ) Tenho renda e contribuo com o sustento da família.
   F ( ) Sou o principal responsável pelo sustento da família.

10. Qual alternativa a seguir melhor descreve sua situação de trabalho (exceto estágio ou bolsas)?
   A ( ) Não estou trabalhando.
   B ( ) Trabalho eventualmente.
   C ( ) Trabalho até 20 horas semanais.
   D ( ) Trabalho de 21 a 39 horas semanais.
   E ( ) Trabalho 40 horas semanais ou mais.

11. Que tipo de bolsa de estudos ou financiamento do curso você recebeu para custear todas ou a maior parte das mensalidades? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração.

A ( ) Nenhum, pois meu curso é gratuito.
B ( ) Nenhum, embora meu curso não seja gratuito.
C ( ) ProUni integral.
D ( ) ProUni parcial, apenas.
E ( ) FIES, apenas.
F ( ) ProUni Parcial e FIES.
G ( ) Bolsa oferecida por governo estadual, distrital ou municipal.
H ( ) Bolsa oferecida pela própria instituição.
I ( ) Bolsa oferecida por outra entidade (empresa, ONG, outra).
J ( ) Financiamento oferecido pela própria instituição.
K ( ) Financiamento bancário.

12. Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de auxílio permanência? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração.

A ( ) Nenhum.
B ( ) Auxílio moradia.
C ( ) Auxílio alimentação.
D ( ) Auxílio moradia e alimentação.
E ( ) Auxílio permanência.
F ( ) Outro tipo de auxílio.

13. Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de bolsa acadêmica? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração.

A ( ) Nenhum.
B ( ) Bolsa de iniciação científica.
C ( ) Bolsa de extensão.
D ( ) Bolsa de monitoria/tutoria.
E ( ) Bolsa PET.
F ( ) Outro tipo de bolsa acadêmica.

14. Durante o curso de graduação você participou de programas e/ou atividades curriculares no exterior?

A ( ) Não participei.
B ( ) Sim, Programa Ciência sem Fronteiras.
C ( ) Sim, programa de intercâmbio financiado pelo Governo Federal (Marca; Brafitec; PLI; outro).
D ( ) Sim, programa de intercâmbio financiado pelo Governo Estadual.
E ( ) Sim, programa de intercâmbio da minha instituição.
F ( ) Sim, outro intercâmbio não institucional.

15. Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?

A ( ) Não.
B ( ) Sim, por critério étnico-racial.
C ( ) Sim, por critério de renda.
D ( ) Sim, por ter estudado em escola pública ou particular com bolsa de estudos.
E ( ) Sim, por sistema que combina dois ou mais critérios anteriores.
F ( ) Sim, por sistema diferente dos anteriores.

16. Em que unidade da Federação você concluiu o ensino médio?

( ) AC	( ) DF	( ) MT	( ) RJ	( ) SE
( ) AL	( ) ES	( ) PA	( ) RN	( ) SP
( ) AM	( ) GO	( ) PB	( ) RO	( ) TO
( ) AP	( ) MA	( ) PE	( ) RR	( ) Não se aplica
( ) BA	( ) MG	( ) PI	( ) RS	
( ) CE	( ) MS	( ) PR	( ) SC	

17. Em que tipo de escola você cursou o ensino médio?
A ( ) Todo em escola pública.
B ( ) Todo em escola privada (particular).
C ( ) Todo no exterior.
D ( ) A maior parte em escola pública.
E ( ) A maior parte em escola privada (particular).
F ( ) Parte no Brasil e parte no exterior.

18. Qual modalidade de ensino médio você concluiu?
A ( ) Ensino médio tradicional.
B ( ) Profissionalizante técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro).
C ( ) Profissionalizante magistério (Curso Normal).
D ( ) Educação de Jovens e Adultos (EJA) e/ou Supletivo.
E ( ) Outra modalidade.

19. Quem lhe deu maior incentivo para cursar a graduação?
A ( ) Ninguém.
B ( ) Pais.
C ( ) Outros membros da família que não os pais.
D ( ) Professores.
E ( ) Líder ou representante religioso.
F ( ) Colegas/Amigos.
G ( ) Outras pessoas.

20. Algum dos grupos abaixo foi determinante para você enfrentar dificuldades durante seu curso superior e concluí-lo?
A ( ) Não tive dificuldade.
B ( ) Não recebi apoio para enfrentar dificuldades.
C ( ) Pais.
D ( ) Avós.
E ( ) Irmãos, primos ou tios.
F ( ) Líder ou representante religioso.
G ( ) Colegas de curso ou amigos.
H ( ) Professores do curso.
I ( ) Profissionais do serviço de apoio ao estudante da IES.
J ( ) Colegas de trabalho.
K ( ) Outro grupo.

21. Alguém em sua família concluiu um curso superior?
A ( ) Sim.
B ( ) Não.

22. Excetuando-se os livros indicados na bibliografia do seu curso, quantos livros você leu neste ano?
A ( ) Nenhum.
B ( ) Um ou dois.
C ( ) De três a cinco.
D ( ) De seis a oito.
E ( ) Mais de oito.

23. Quantas horas por semana, aproximadamente, você dedicou aos estudos, excetuando as horas de aula?
A ( ) Nenhuma, apenas assisto às aulas.
B ( ) De uma a três.
C ( ) De quatro a sete.
D ( ) De oito a doze.
E ( ) Mais de doze.

24. Você teve oportunidade de aprendizado de idioma estrangeiro na Instituição?
   A ( ) Sim, somente na modalidade presencial.
   B ( ) Sim, somente na modalidade semipresencial.
   C ( ) Sim, parte na modalidade presencial e parte na modalidade semipresencial.
   D ( ) Sim, na modalidade a distância.
   E ( ) Não.

25. Qual o principal motivo para você ter escolhido este curso?
   A ( ) Inserção no mercado de trabalho.
   B ( ) Influência familiar.
   C ( ) Valorização profissional.
   D ( ) Prestígio Social.
   E ( ) Vocação.
   F ( ) Oferecido na modalidade a distância.
   G ( ) Baixa concorrência para ingresso.
   H ( ) Outro motivo.

26. Qual a principal razão para você ter escolhido a sua instituição de educação superior?
   A ( ) Gratuidade.
   B ( ) Preço da mensalidade.
   C ( ) Proximidade da minha residência.
   D ( ) Proximidade do meu trabalho.
   E ( ) Facilidade de acesso.
   F ( ) Qualidade/reputação.
   G ( ) Foi a única onde tive aprovação.
   H ( ) Possibilidade de ter bolsa de estudo.
   I ( ) Outro motivo.

A seguir, leia cuidadosamente cada assertiva e indique seu grau de concordância com cada uma delas, segundo a **escala** que varia de **1 (discordância total)** a **6 (concordância total)**. Caso você julgue não ter elementos para avaliar a assertiva, assinale a opção "Não sei responder" e, quando considerar não pertinente ao seu curso, assinale "Não se aplica"**.**

ORGANIZAÇÃO DIDÁTICO-PEDAGÓGICA/INFRAESTRUTURA E INSTALAÇÕES FÍSICAS/OPORTUNIDADES DE AMPLIAÇÃO DA FORMAÇÃO ACADÊMICA E PROFISSIONAL	**1 ◯ DiscordoTotalmente**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯ ConcordoTotalmente**	
27. As disciplinas cursadas contribuíram para sua formação integral, como cidadão e profissional.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
28. Os conteúdos abordados nas disciplinas do curso favoreceram sua atuação em estágios ou em atividades de iniciação profissional.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
29. As metodologias de ensino utilizadas no curso desafiaram você a aprofundar conhecimentos e desenvolver competências reflexivas e críticas.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
30. O curso propiciou experiências de aprendizagem inovadoras.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
31. O curso contribuiu para o desenvolvimento da sua consciência ética para o exercício profissional.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
32. No curso você teve oportunidade de aprender a trabalhar em equipe.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
33. O curso possibilitou aumentar sua capacidade de reflexão e argumentação.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
34. O curso promoveu o desenvolvimento da sua capacidade de pensar criticamente, analisar e refletir sobre soluções para problemas da sociedade.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
35. O curso contribuiu para você ampliar sua capacidade de comunicação nas formas oral e escrita.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
36. O curso contribuiu para o desenvolvimento da sua capacidade de aprender e atualizar-se permanentemente.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
37. As relações professor-aluno ao longo do curso estimularam você a estudar e aprender.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
38. Os planos de ensino apresentados pelos professores contribuíram para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e para seus estudos.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
39. As referências bibliográficas indicadas pelos professores nos planos de ensino contribuíram para seus estudos e aprendizagens.	**1 ◯**	**2 ◯**	**3 ◯**	**4 ◯**	**5 ◯**	**6 ◯**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica

40. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes superarem dificuldades relacionadas ao processo de formação.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
41. A coordenação do curso esteve disponível para orientação acadêmica dos estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
42. O curso exigiu de você organização e dedicação frequente aos estudos.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
43. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
44. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimularam a investigação acadêmica.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
45. O curso ofereceu condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
46. A instituição ofereceu oportunidades para os estudantes atuarem como representantes em órgãos colegiados.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
47. O curso favoreceu a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
48. As atividades práticas foram suficientes para relacionar os conteúdos do curso com a prática, contribuindo para sua formação profissional.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
49. O curso propiciou acesso a conhecimentos atualizados e/ou contemporâneos em sua área de formação.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
50. O estágio supervisionado proporcionou experiências diversificadas para a sua formação.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
51. As atividades realizadas durante seu trabalho de conclusão de curso contribuíram para qualificar sua formação profissional	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
52. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no país.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
53. Foram oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios fora do país.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
54. Os estudantes participaram de avaliações periódicas do curso (disciplinas, atuação dos professores, infraestrutura).	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
55. As avaliações da aprendizagem realizadas durante o curso foram compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados pelos professores.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
56. Os professores apresentaram disponibilidade para atender os estudantes fora do horário das aulas.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica

57. Os professores demonstraram domínio dos conteúdos abordados nas disciplinas.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
58. Os professores utilizaram tecnologias da informação e comunicação (TICs) como estratégia de ensino (projetor multimídia, laboratório de informática, ambiente virtual de aprendizagem).	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
59. A instituição dispôs de quantidade suficiente de funcionários para o apoio administrativo e acadêmico.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
60. O curso disponibilizou monitores ou tutores para auxiliar os estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
61. As condições de infraestrutura das salas de aula foramadequadas.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
62. Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas foram adequados para a quantidade de estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
63. Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas foram adequados ao curso.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
64. A biblioteca dispôs das referências bibliográficas que os estudantes necessitaram.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
65. A instituição contou com biblioteca virtual ou conferiu acesso a obras disponíveis em acervos virtuais.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
66. As atividades acadêmicas desenvolvidas dentro e fora da sala de aula possibilitaram reflexão, convivência e respeito à diversidade.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
67. A instituição promoveu atividades de cultura, de lazer e de interação social.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
68. A instituição dispôs de refeitório, cantina e banheiros emcondições adequadas que atenderam as necessidades dos seus usuários.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica

Questões complementares – pandemia:

ASPECTOS DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM IMPACTADOS	1 ( ) Discordo totalmente	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( ) Concordo totalmente	
69. Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não sei responder ( ) Não seaplica
70. Sua instituição ofereceu suporte para os estudantes superarem dificuldades tecnológicas de acesso às atividades não presenciais.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não sei responder ( ) Não seaplica
71. As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas foram disponibilizadas adequadamente no período da pandemia.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não sei responder ( ) Não seaplica
72. As atividades de pesquisa e/ou extensão continuaram sendo ofertadas ao longo da pandemia.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
73. As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
74. Os professores demonstraram domínio dos recursos tecnológicos utilizados nas aulas não presenciais.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não sei responder ( ) Não seaplica
75. A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não sei responder ( ) Não seaplica
76. Os recursos tecnológicos e o acesso à internet que você possuía no início da pandemia eram adequados para acompanhar as aulas não presenciais.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não se iresponder ( ) Não seaplica
77. Durante a pandemia, você desenvolveu a capacidade de aprender por meio do ensino não presencial.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não sei responder ( ) Não seaplica
78. A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
79. As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica

ANEXO II

QUESTIONÁRIO DO COORDENADOR DE CURSO

Ministério da Educação
Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
Diretoria de Avaliação da Educação Superior

QUESTIONÁRIO DO COORDENADOR DE CURSO – ENADE 2022

Caro(a) Coordenador(a),

O Inep vem buscando aprimorar a coleta de informações quanto à dinâmica de funcionamento dos cursos de graduação no Brasil. Sugerimos que o preenchimento deste questionário seja realizado com a participação do Núcleo Docente Estruturante (NDE) e também, no caso de recente troca de gestão, com a contribuição do Coordenador anterior.

Os resultados serão analisados em conjunto com outros dados considerados relevantes, a serem apresentados no Relatório Síntese de Área do Enade e, é importante destacar, preservando-se o sigilo da identidade dos respondentes.

Os anos de 2020, 2021 e 2022 foram marcados pela pandemia da Covid-19, com profundos impactos em toda a sociedade. Na presente edição do Questionário do Coordenador de Curso foram inseridas questões que abordam possíveis repercussões da pandemia em sua Instituição. As respostas ajudarão a contextualizar os resultados da prova do Enade frente a esse cenário educacional singular em nossa história.

Você perceberá que alguns itens do questionário fazem referência a ações e atividades regulares, anteriores ou posteriores à fase mais crítica da emergência sanitária, enquanto outras referem-se a atividades específicas do período da pandemia. Assim, ao responder as questões gerais do instrumento, leve em consideração as especificidades de cada ação e atividade avaliada de seu curso e instituição.

Tendo isso em vista, e considerando a importância da percepção dos gestores – coordenador e NDE – para a construção da qualidade da educação superior no país, solicitamos que responda sem receios as questões a seguir.

Para responder, basta clicar sobre a alternativa desejada. O questionário será enviado ao Inep apenas quando, ao final da página, for acionado o botão "Finalizar", indicando o preenchimento total do instrumento.

Agradecemos sua valiosa colaboração!

1. Sexo:
   A ( ) Masculino.
   B ( ) Feminino.

2. Idade: _____ (anos completos). **OBS: Será em formato combo**

Menos de 25
25 a 30
31 a 35
36 a 40
41 a 45
46 a 50
51 a 55
56 a 60
Mais de 61

3. Qual é a sua cor ou raça?
   A ( ) Branca.
   B ( ) Preta.
   C ( ) Amarela.
   D ( ) Parda.
   E ( ) Indígena.
   F ( ) Não quero declarar.

4. Qual a sua nacionalidade?
   A ( ) Brasileira.
   B ( ) Brasileira naturalizada.
   C ( ) Estrangeira.

5. Qual a remuneração/gratificação recebida **exclusivamente** para exercer a função de coordenador de curso?
   A ( ) Nenhuma.
   B ( ) Até 1,5 salário mínimo (até R$ 1.818,00).
   C ( ) De 1,5 a 3 salários mínimos (de R$ 1.818,01 a R$ 3.636,00).
   D ( ) De 3 a 6 salários mínimos (R$ 3.636,01 a R$ 7.272,00).
   E ( ) De 6 a 8 salários mínimos (R$ 7.272,01 a R$ 9.696,00).
   F ( ) De 8 a 10 salários mínimos (R$ 9.696,01 a R$ 12.120,00).
   G ( ) Acima de 10 salários mínimos (mais de R$ 12.120,00).

6. A sua área de formação na graduação é:
   A ( ) Ciências Exatas e da Terra.
   B ( ) Ciências Biológicas.
   C ( ) Engenharias.
   D ( ) Ciências da Saúde.
   E ( ) Ciências Agrárias.
   F ( ) Ciências Sociais Aplicadas.
   G ( ) Ciências Humanas.
   H ( ) Linguística, Letras e Artes.
   I ( ) Outras.

7. Você possui pós-graduação? (indique o nível mais alto alcançado até o momento)
   A ( ) Não possui.
   B ( ) Especialização.
   C ( ) Mestrado.
   D ( ) Doutorado.
   E ( ) Programa de Pós-Doutorado.

8. No caso de possuir pós-graduação, o nível mais alto foi obtido:
   A ( ) Todo no Brasil.
   B ( ) Todo no exterior.
   C ( ) A maior parte no Brasil.
   D ( ) A maior parte no Exterior.
   E ( ) Metade no Brasil e Metade no exterior.
   F ( ) Não se aplica.

9. No caso de possuir pós-graduação, indique a área em que obteve o nível mais elevado:
   A ( ) Ciências Exatas e da Terra.
   B ( ) Ciências Biológicas.
   C ( ) Engenharias.
   D ( ) Ciências da Saúde.
   E ( ) Ciências Agrárias.
   F ( ) Ciências Sociais Aplicadas.
   G ( ) Ciências Humanas.
   H ( ) Linguística, Letras e Artes.
   I ( ) Outras.
   J ( ) Não se aplica.

10. Há quanto tempo atua na Educação Superior?
Atuo há _____ano(s). **Obs: Será em formato combo**.

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
Mais de 20

11. Há quanto tempo atua nesta IES?
Atuo há_____ano(s). **Obs: Será em formato combo.**

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
Mais de 20

12. Há quanto tempo atua como coordenador deste curso?
Atuo há_____ano (s). **Obs: Será em formato combo.**

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
Mais de 20

13. Qual o tempo de mandato estabelecido pela IES para esta função?
_____ano(s) . **Obs: Será em formato combo.**

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
Mais de 20

14. Qual a carga horária semanal destinada à Coordenação do curso?

A ( ) de 0 a 10 horas.
B ( ) de 11 a 20 horas.
C ( ) de 21 a 30 horas.
D ( ) mais de 30 horas.

15. Já coordenou curso(s) de graduação em outra área?

A ( ) Sim.
B ( ) Não.

16. Possui experiência anterior na coordenação de curso(s) de graduação (nesta ou em outra IES)?
Experiência de _____ano(s). **Obs: Será em formato combo.**

0
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
Mais de 20

17. Coordena concomitantemente outro(s) curso(s) de graduação?

A ( ) Não.
B ( ) Sim. De 2 a 3 cursos.
C ( ) Sim. De 4 a 5 cursos.
D ( ) Sim. Mais de 5 cursos.

18. O curso sob sua coordenação é

A ( ) presencial e localizado na sede da IES.
B ( ) presencial e localizado fora da sede da IES.
C ( ) EaD e ofertado em polos de apoio presencial.

19. Tem experiência docente na Educação Básica?

A ( ) Sim.
B ( ) Não.

A seguir, leia cuidadosamente cada assertiva e indique seu grau de concordância com cada uma delas, segundo a escala que varia de **1 (discordância total)** a **6 (concordância total)**. Caso você julgue não ter elementos para avaliar a assertiva, assinale a opção "Não sei responder" e, quando considerar não pertinente ao seu curso, assinale "Não se aplica"**.**

20. O Núcleo Docente Estruturante (NDE) acompanha continuamente a efetivação do projeto pedagógico do curso.	**1** ◯ **DiscordoTotalmente**	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯ **ConcordoTotalmente**	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
21. As disciplinas do curso contribuem para a formação integral, cidadã e profissional dos estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
22. Os conteúdos abordados nas disciplinas do curso favorecem a atuação dos estudantes em estágios ou em atividades de iniciação profissional.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
23. As metodologias de ensino utilizadas no curso desafiam os estudantes a aprofundar conhecimentos e a desenvolver competências reflexivas e críticas.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
24. O curso propicia experiências de aprendizagem inovadoras.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
25. O curso contribui para os estudantes desenvolverem consciência ética para o exercício profissional.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
26. O curso propicia oportunidades aos estudantes para aprender a trabalhar em equipe.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
27. O curso favorece o desenvolvimento da capacidade de pensar criticamente, analisar e refletir sobre soluções para problemas da sociedade.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
28. O curso contribui para ampliar a capacidade de comunicação oral e escrita dos estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
29. O curso propicia acesso a conhecimentos atualizados e/ou contemporâneos na área de formação.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
30. O curso contribui para os estudantes desenvolverem autonomia para aprender e atualizar-se permanentemente.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
31. As relações professor-aluno ao longo do curso estimulam o estudante a estudar e aprender.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
32. Os professores são determinantes para os estudantes superarem dificuldades durante o curso e conclui-lo.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
33. Os planos de ensino apresentados nas disciplinas contribuem para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e para os estudos dos discentes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica

34. As referências bibliográficas indicadas pelos professores nos planos de ensino contribuem para os estudos e a aprendizagens dos estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
35. São oferecidas oportunidades para os estudantes superarem dificuldades relacionadas ao processo de formação.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
36. O nível de exigência do curso contribui significativamente para a dedicação aos estudos e a aprendizagem dos estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
37. A coordenação do curso tem disponibilidade de carga horária para orientação acadêmica dos estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
38. Há oferta contínua de programas, projetos ou atividades de extensão universitária para os estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
39. São oferecidas regularmente oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimulam a investigação acadêmica.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
40. São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
41. São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no país.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
42. São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no exterior.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
43. São oferecidas oportunidades para os estudantes atuarem como representantes em órgãos colegiados.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
44. O curso favorece a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
45. As atividades práticas são suficientes para relacionar os conteúdos do curso com a área de atuação, contribuindo para a formação profissional dos estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
46. O estágio supervisionado proporciona aos estudantes experiências diversificadas de formação.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
47. As atividades realizadas durante o trabalho de conclusão de curso contribuem para a formação profissional dos estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
48. O curso acompanha a trajetória de seus egressos de forma sistemática.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica

49. Os estudantes participam de avaliações periódicas do curso (disciplinas, atuação dos professores, infraestrutura).	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
50. As avaliações de aprendizagem realizadas durante o curso são compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados pelos professores.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
51. As avaliações aplicadas ao longo do curso contribuem para a aprendizagem dos estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
52. Os resultados dos relatórios da Comissão Própria de Avaliação (CPA) e de avaliação externa são utilizados para a melhoria das condições de oferta do curso.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
53. Os professores apresentam disponibilidade para atender os estudantes fora do horário de aula.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
54. Os professores demonstram domínio dos conteúdos abordados nas disciplinas.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
55. Os professores têm as habilidades didáticas necessárias para o ensino dos conteúdos das disciplinas.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
56. Os professores do curso participam regularmente de atividades acadêmicas/eventos em nível nacional e internacional.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
57. Os professores utilizaram tecnologias da informação e comunicação (TIC) como estratégia de ensino (projetor multimídia, laboratório de informática, ambiente virtual de aprendizagem).	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
58. A instituição dispõe de quantidade suficiente de servidores para o apoio administrativo e acadêmico.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
59. A instituição dispõe de servidores qualificados para dar suporte às atividades de ensino.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
60. A instituição conta com um plano de carreira que promove efetivamente a ascensão profissional dos docentes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
61. A instituição conta com um plano de carreira que promove efetivamente a ascensão profissional dos servidores técnicos.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
62. A instituição conta com um programa ou atividades sistemáticas de formação pedagógica para os docentes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
63. A coordenação conta com o necessário apoio institucional para o desenvolvimento de suas atribuições.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica

64. O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
65. As condições de infraestrutura das salas de aula são adequadas.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
66. Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas são adequados para a quantidade de estudantes.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
67. Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas são adequados ao curso.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
68. O espaço destinado ao coordenador é adequado ao trabalho de coordenação.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
69. O espaço destinado aos professores (gabinetes, sala de professores) atende as demandas dos seus usuários.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
70. A biblioteca possui quantidade de livros (exemplares físicos e digitais) suficiente para atendar às necessidades dos estudantes e professores.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
71. A instituição garante o acesso a periódicos de acordo com as demandas do curso.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
72. As atividades acadêmicas desenvolvidas dentro e fora da sala de aula possibilitam reflexão, convivência e respeito à diversidade.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
73. A instituição promove com regularidade atividades de cultura, de lazer e de interação social.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica
74. A instituição dispõe de refeitório, cantina e banheiros em condições adequadas que atendem às necessidades dos seus usuários.	**1** ◯	**2** ◯	**3** ◯	**4** ◯	**5** ◯	**6** ◯	( ) Não sei responder ( ) Não se aplica

ASPECTOS DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM IMPACTADOS PELAPANDEMIA	**1 ( ) Discordo totalmente**	**2 ( )**	**3 ( )**	**4 ( )**	**5 ( )**	**6 ( ) Concordo totalmente**	
75. Frente ao contexto de pandemia sua instituição agiu rapidamente para dar continuidade às atividades de ensino.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
76. No contexto da pandemia foi oferecido suporte para os professoresse adaptarem ao uso de tecnologias nas aulas que passaram a ser oferecidas no formato não presencial.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
77. As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas foram disponibilizadas adequadamente no período da pandemia.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
78. As atividades de pesquisa e/ou extensão de seu curso continuaram sendo ofertadas ao longo da pandemia.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
79. As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
80. Os professores se adaptaram às mudanças impostas pela pandemia e às aulas não presenciais sem dificuldades.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
81. Os professores demonstraram possuir domínio de recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
82. As atividades de gestão do curso foram prejudicadas com o início da pandemia.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
83. A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram o processo formativodos estudantes.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica
84. As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram estudantes a trancar ou desistir do curso.	1 ( )	2 ( )	3 ( )	4 ( )	5 ( )	6 ( )	( ) Não seiresponder ( ) Não seaplica

ANEXO III

COMPARAÇÃO DA OPINIÃO DOS ESTUDANTES E COORDENADORES COM RESPEITO ÀS ATIVIDADES ACADÊMICAS E EXTRACLASSES

Neste Anexo estão tabuladas comparações das respostas de estudantes e coordenadores a quesitos sobre o ambiente acadêmico, bem como sobre atividades acadêmicas e extraclasses. Como uma pequena parte dos estudantes não respondeu todas as questões referentes ao "Questionário de Percepção da Prova", o total pode apresentar uma pequena variação de tabela a tabela.

Tabela IV.1 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As disciplinas cursadas contribuíram para a formação integral do estudante, como cidadão e profissional", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	1	2	49	52
Discordo	0	0	0	1	4	134	139
Discordo parcialmente	0	0	0	5	27	379	411
Concordo parcialmente	0	0	0	6	71	1.137	1.214
Concordo	0	0	0	29	92	1.972	2.093
Concordo totalmente	0	0	0	31	165	4.214	4.410
Total	0	0	0	73	361	7.885	8.319

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.2 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os conteúdos abordados nas disciplinas do curso favorecem a atuação dos estudantes em estágios ou em atividades de iniciação profissional", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	2	14	115	131
Discordo	0	0	0	7	20	225	252
Discordo parcialmente	0	0	0	9	73	491	573
Concordo parcialmente	0	0	0	17	111	1.184	1.312
Concordo	0	0	0	24	168	1.805	1.997
Concordo totalmente	0	0	0	26	228	3.777	4.031
Total	0	0	0	85	614	7.597	8.296

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.3 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As metodologias de ensino utilizadas no curso desafiam os estudantes a aprofundar conhecimentos e a desenvolver competências reflexivas e críticas", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	2	16	114	132
Discordo	0	0	0	10	25	234	269
Discordo parcialmente	0	0	0	17	60	526	603
Concordo parcialmente	0	0	0	20	126	1.210	1.356
Concordo	0	0	0	32	184	1.825	2.041
Concordo totalmente	0	0	0	44	261	3.683	3.988
Total	0	0	0	125	672	7.592	8.389

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.4 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "O curso propicia experiências de aprendizagem inovadoras", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	9	43	205	257
Discordo	0	0	0	15	72	351	438
Discordo parcialmente	0	0	0	29	117	656	802
Concordo parcialmente	0	0	0	75	208	1.229	1.512
Concordo	0	0	0	61	247	1.604	1.912
Concordo totalmente	0	0	0	74	398	2.994	3.466
Total	0	0	0	263	1.085	7.039	8.387

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.5 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "O curso contribui para os estudantes desenvolverem consciência ética para o exercício profissional", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	4	9	79	92
Discordo	0	0	0	1	11	186	198
Discordo parcialmente	0	0	0	7	38	400	445
Concordo parcialmente	0	0	0	11	96	993	1.100
Concordo	0	0	0	21	130	1.774	1.925
Concordo totalmente	0	0	0	23	271	4.327	4.621
Total	0	0	0	67	555	7.759	8.381

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.6 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "O curso propicia oportunidades aos estudantes para aprender a trabalhar em equipe", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	2	34	84	120
Discordo	0	0	0	0	30	90	120
Discordo parcialmente	0	0	0	2	36	234	272
Concordo parcialmente	0	0	0	4	49	587	640
Concordo	0	0	0	11	76	1.337	1.424
Concordo totalmente	0	0	0	27	192	5.540	5.759
Total	0	0	0	46	417	7.872	8.335

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.7 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "O curso favorece o desenvolvimento da capacidade de pensar criticamente, analisar e refletir sobre soluções para problemas da sociedade", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	1	13	79	93
Discordo	0	0	0	1	16	178	195
Discordo parcialmente	0	0	0	6	40	410	456
Concordo parcialmente	0	0	0	10	81	951	1.042
Concordo	0	0	0	28	187	1.788	2.003
Concordo totalmente	0	0	0	55	300	4.222	4.577
Total	0	0	0	101	637	7.628	8.366

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.8 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "O curso contribui para ampliar a capacidade de comunicação oral e escrita dos estudantes", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	0	17	60	77
Discordo	0	0	1	0	25	127	153
Discordo parcialmente	0	0	2	3	53	290	348
Concordo parcialmente	0	0	3	12	124	827	966
Concordo	0	0	12	22	240	1.738	2.012
Concordo totalmente	0	0	16	60	473	4.298	4.847
Total	0	0	34	97	932	7.340	8.403

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.9 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As relações professor-aluno ao longo do curso estimulam o estudante a estudar e aprender", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	7	38	190	235
Discordo	0	0	0	5	49	291	345
Discordo parcialmente	0	0	0	9	92	548	649
Concordo parcialmente	0	0	0	18	165	1.284	1.467
Concordo	0	0	0	17	189	1.839	2.045
Concordo totalmente	0	0	0	18	306	3.300	3.624
Total	0	0	0	74	839	7.452	8.365

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.10 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os planos de ensino apresentados nas disciplinas contribuem para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e para os estudos dos discentes", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	4	22	102	128
Discordo	0	0	0	5	35	212	252
Discordo parcialmente	0	0	0	22	67	537	626
Concordo parcialmente	0	0	0	30	115	1.323	1.468
Concordo	0	0	0	37	198	2.102	2.337
Concordo totalmente	0	0	0	35	258	3.218	3.511
Total	0	0	0	133	695	7.494	8.322

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.11 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As referências bibliográficas indicadas pelos professores nos planos de ensino contribuem para os estudos e a aprendizagens dos estudantes", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	5	10	114	129
Discordo	0	0	1	10	22	258	291
Discordo parcialmente	0	0	2	19	76	526	623
Concordo parcialmente	0	0	2	44	149	1.255	1.450
Concordo	0	0	9	50	205	1.821	2.085
Concordo totalmente	0	0	9	65	310	3.193	3.577
Total	0	0	23	193	772	7.167	8.155

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.12 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "São oferecidas oportunidades para os estudantes superarem dificuldades relacionadas ao processo de formação", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	1	0	0	7	62	296	366
Discordo	2	0	0	7	81	380	470
Discordo parcialmente	4	0	0	10	147	679	840
Concordo parcialmente	6	0	0	25	228	1.234	1.493
Concordo	6	0	0	28	316	1.522	1.872
Concordo totalmente	9	0	0	55	368	2.492	2.924
Total	27	0	0	132	1.237	6.789	8.185

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.13 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "A coordenação do curso tem disponibilidade de carga horária para orientação acadêmica dos estudantes", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	9	37	25	329	400
Discordo	0	0	8	46	42	438	534
Discordo parcialmente	0	1	13	35	54	637	740
Concordo parcialmente	0	4	17	48	104	915	1.088
Concordo	0	3	20	91	150	1.309	1.573
Concordo totalmente	0	4	35	154	299	3.526	4.018
Total	0	12	102	411	674	7.154	8.353

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.14 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Há oferta contínua de programas, projetos ou atividades de extensão universitária para os estudantes", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	2	2	15	47	301	367
Discordo	0	2	3	13	54	342	414
Discordo parcialmente	0	4	3	16	80	566	669
Concordo parcialmente	0	5	7	33	124	945	1.114
Concordo	0	5	9	35	179	1.338	1.566
Concordo totalmente	0	9	12	77	387	3.451	3.936
Total	0	27	36	189	871	6.943	8.066

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.15 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimularam a investigação acadêmica", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	3	0	25	30	38	396	492
Discordo	4	0	17	27	45	423	516
Discordo parcialmente	3	0	18	29	57	615	722
Concordo parcialmente	7	0	26	40	116	1.002	1.191
Concordo	7	0	30	52	146	1.203	1.438
Concordo totalmente	7	0	32	92	221	3.204	3.556
Total	31	0	148	270	623	6.843	7.915

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.16 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "São oferecidas condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	3	2	8	48	205	266
Discordo	0	2	3	8	60	290	363
Discordo parcialmente	0	7	8	20	105	472	612
Concordo parcialmente	0	4	18	44	146	921	1.133
Concordo	0	9	24	62	198	1.424	1.717
Concordo totalmente	0	8	37	96	443	3.523	4.107
Total	0	33	92	238	1.000	6.835	8.198

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.17 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "São oferecidas oportunidades para os estudantes atuarem como representantes em órgãos colegiados", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	6	12	5	14	38	560	635
Discordo	1	8	4	13	31	444	501
Discordo parcialmente	3	13	4	21	59	682	782
Concordo parcialmente	6	8	3	32	66	949	1.064
Concordo	3	7	0	33	52	1.119	1.214
Concordo totalmente	4	4	6	59	83	2.428	2.584
Total	23	52	22	172	329	6.182	6.780

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.18 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "O curso favorece a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	2	33	181	216
Discordo	0	0	0	5	32	301	338
Discordo parcialmente	0	0	0	8	65	577	650
Concordo parcialmente	0	0	0	4	127	1.172	1.303
Concordo	0	0	0	18	140	1.658	1.816
Concordo totalmente	0	0	0	10	162	3.823	3.995
Total	0	0	0	47	559	7.712	8.318

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.19 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As atividades práticas são suficientes para relacionar os conteúdos do curso com a área de atuação, contribuindo para a formação profissional dos estudantes", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	1	0	3	12	60	343	419
Discordo	3	0	2	13	80	408	506
Discordo parcialmente	2	0	8	17	132	664	823
Concordo parcialmente	4	0	4	24	220	1.172	1.424
Concordo	3	0	8	23	255	1.587	1.876
Concordo totalmente	0	0	5	21	319	2.895	3.240
Total	13	0	30	110	1.066	7.069	8.288

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.20 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "O estágio supervisionado proporciona aos estudantes experiências diversificadas de formação", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	3	25	165	193
Discordo	0	0	0	4	15	135	154
Discordo parcialmente	0	0	0	5	19	256	280
Concordo parcialmente	1	0	0	17	40	552	610
Concordo	0	0	0	30	58	791	879
Concordo totalmente	3	0	0	79	116	2.546	2.744
Total	4	0	0	138	273	4.445	4.860

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.21 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As atividades realizadas durante o trabalho de conclusão de curso contribuem para a formação profissional dos estudantes", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	5	16	153	174
Discordo	0	0	0	1	17	168	186
Discordo parcialmente	0	0	0	19	32	381	432
Concordo parcialmente	0	0	0	24	81	852	957
Concordo	0	0	0	45	133	1.592	1.770
Concordo totalmente	0	0	0	81	251	3.934	4.266
Total	0	0	0	175	530	7.080	7.785

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.22 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no país", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	5	41	17	99	245	1.010	1.417
Discordo	3	7	3	44	79	427	563
Discordo parcialmente	0	7	2	34	75	516	634
Concordo parcialmente	3	9	3	68	86	702	871
Concordo	6	5	2	78	112	810	1.013
Concordo totalmente	16	7	6	166	155	2.083	2.433
Total	33	76	33	489	752	5.548	6.931

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.23 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "São oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no exterior", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	63	53	52	178	355	1.173	1.874
Discordo	7	11	11	55	87	425	596
Discordo parcialmente	6	3	15	58	83	423	588
Concordo parcialmente	6	5	16	62	89	589	767
Concordo	3	4	21	59	78	677	842
Concordo totalmente	14	8	29	89	149	1.852	2.141
Total	99	84	144	501	841	5.139	6.808

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.24 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os estudantes participam de avaliações periódicas do curso (disciplinas, atuação dos professores, infraestrutura)", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	19	31	239	289
Discordo	0	0	0	16	16	197	229
Discordo parcialmente	0	0	0	23	32	399	454
Concordo parcialmente	0	0	0	26	74	850	950
Concordo	0	0	0	26	96	1.378	1.500
Concordo totalmente	0	0	0	50	184	4.407	4.641
Total	0	0	0	160	433	7.470	8.063

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.25 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As avaliações de aprendizagem realizadas durante o curso são compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados pelos professores", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	1	9	65	75
Discordo	0	0	0	0	11	137	148
Discordo parcialmente	0	0	0	4	38	338	380
Concordo parcialmente	0	0	0	5	67	975	1.047
Concordo	0	0	0	10	125	1.970	2.105
Concordo totalmente	0	0	0	7	215	4.277	4.499
Total	0	0	0	27	465	7.762	8.254

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.26 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os professores apresentam disponibilidade para atender os estudantes fora do horário de aula", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	5	0	2	8	26	109	150
Discordo	6	0	3	14	34	182	239
Discordo parcialmente	10	0	18	30	87	390	535
Concordo parcialmente	15	1	13	76	176	756	1.037
Concordo	29	2	22	108	335	1.286	1.782
Concordo totalmente	43	12	29	229	653	3.024	3.990
Total	108	15	87	465	1.311	5.747	7.733

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.27 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os professores demonstram domínio dos conteúdos abordados nas disciplinas", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	0	5	52	57
Discordo	0	0	0	1	10	104	115
Discordo parcialmente	0	0	0	10	23	291	324
Concordo parcialmente	0	0	0	7	63	868	938
Concordo	0	0	0	6	127	1.856	1.989
Concordo totalmente	0	0	0	3	182	4.754	4.939
Total	0	0	0	27	410	7.925	8.362

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.28 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os professores utilizaram tecnologias da informação e comunicação (TIC) como estratégia de ensino (projetor multimídia, laboratório de informática, ambiente virtual de aprendizagem)", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	2	1	2	15	138	158
Discordo	3	1	3	13	30	181	231
Discordo parcialmente	3	0	5	43	48	325	424
Concordo parcialmente	5	3	8	67	118	662	863
Concordo	19	4	18	115	177	1.224	1.557
Concordo totalmente	40	6	35	297	457	4.142	4.977
Total	70	16	70	537	845	6.672	8.210

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.29 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "A instituição dispõe de quantidade suficiente de servidores para o apoio administrativo e acadêmico", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	10	16	51	402	479
Discordo	0	0	7	20	56	324	407
Discordo parcialmente	0	0	22	35	86	471	614
Concordo parcialmente	0	0	38	51	135	899	1.123
Concordo	0	0	41	65	181	1.354	1.641
Concordo totalmente	0	0	62	94	328	3.383	3.867
Total	0	0	180	281	837	6.833	8.131

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.30 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "O curso disponibiliza monitores ou tutores para auxiliar os estudantes", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	31	0	4	46	117	580	778
Discordo	15	0	9	32	77	441	574
Discordo parcialmente	20	0	8	49	97	548	722
Concordo parcialmente	35	0	15	44	166	870	1.130
Concordo	35	0	13	68	167	1.009	1.292
Concordo totalmente	50	0	17	91	279	2.588	3.025
Total	186	0	66	330	903	6.036	7.521

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.31 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As condições de infraestrutura das salas de aula são adequadas", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	8	0	15	21	37	188	269
Discordo	12	0	10	19	56	236	333
Discordo parcialmente	17	0	15	44	95	408	579
Concordo parcialmente	16	0	23	60	215	798	1.112
Concordo	7	0	23	85	260	1.331	1.706
Concordo totalmente	6	0	45	82	394	3.411	3.938
Total	66	0	131	311	1.057	6.372	7.937

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.32 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas são adequados para a quantidade de estudantes", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	12	18	15	78	261	384
Discordo	0	11	17	23	82	231	364
Discordo parcialmente	1	12	14	38	137	402	604
Concordo parcialmente	2	12	31	81	222	706	1.054
Concordo	1	11	40	99	307	1.100	1.558
Concordo totalmente	0	8	37	145	568	3.148	3.906
Total	4	66	157	401	1.394	5.848	7.870

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.33 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas são adequados ao curso", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	14	12	16	56	217	315
Discordo	0	16	18	30	61	235	360
Discordo parcialmente	0	21	26	48	88	394	577
Concordo parcialmente	0	19	43	64	173	780	1.079
Concordo	0	19	46	92	259	1.116	1.532
Concordo totalmente	0	28	71	111	502	3.339	4.051
Total	0	117	216	361	1.139	6.081	7.914

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.34 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "A biblioteca possui quantidade de livros (exemplares físicos e digitais) suficiente para atender às necessidades dos estudantes e professores", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	1	3	0	8	66	78
Discordo	0	6	1	2	25	118	152
Discordo parcialmente	0	5	7	1	56	285	354
Concordo parcialmente	0	9	10	3	74	788	884
Concordo	0	18	17	4	139	1.480	1.658
Concordo totalmente	0	18	36	9	258	4.402	4.723
Total	0	57	74	19	560	7.139	7.849

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.35 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As atividades acadêmicas desenvolvidas dentro e fora da sala de aula possibilitam reflexão, convivência e respeito à diversidade", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	0	9	105	114
Discordo	0	0	0	0	11	167	178
Discordo parcialmente	0	0	0	0	26	374	400
Concordo parcialmente	0	0	0	0	64	943	1.007
Concordo	0	0	0	0	70	1.590	1.660
Concordo totalmente	0	0	0	0	143	4.653	4.796
Total	0	0	0	0	323	7.832	8.155

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.36 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "A instituição promove com regularidade atividades de cultura, de lazer e de interação social", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	3	6	33	40	414	496
Discordo	0	4	7	25	48	377	461
Discordo parcialmente	0	3	2	43	67	529	644
Concordo parcialmente	0	7	5	80	152	948	1.192
Concordo	0	10	4	104	172	1.140	1.430
Concordo totalmente	0	14	12	144	395	3.154	3.719
Total	0	41	36	429	874	6.562	7.942

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela IV.37 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "A instituição dispõe de refeitório, cantina e banheiros em condições adequadas que atendem às necessidades dos seus usuários", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	4	4	0	13	36	145	202
Discordo	2	2	0	10	34	178	226
Discordo parcialmente	5	3	0	20	52	356	436
Concordo parcialmente	7	10	1	45	105	707	875
Concordo	7	8	6	39	160	1.229	1.449
Concordo totalmente	3	17	30	77	344	4.278	4.749
Total	28	44	37	204	731	6.893	7.937

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

ANEXO IV

ANÁLISE GRÁFICA DAS QUESTÕES

Gráfico I.1 - Análise Gráfica da questão 1 [Gabarito = B] de Formação Geral - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

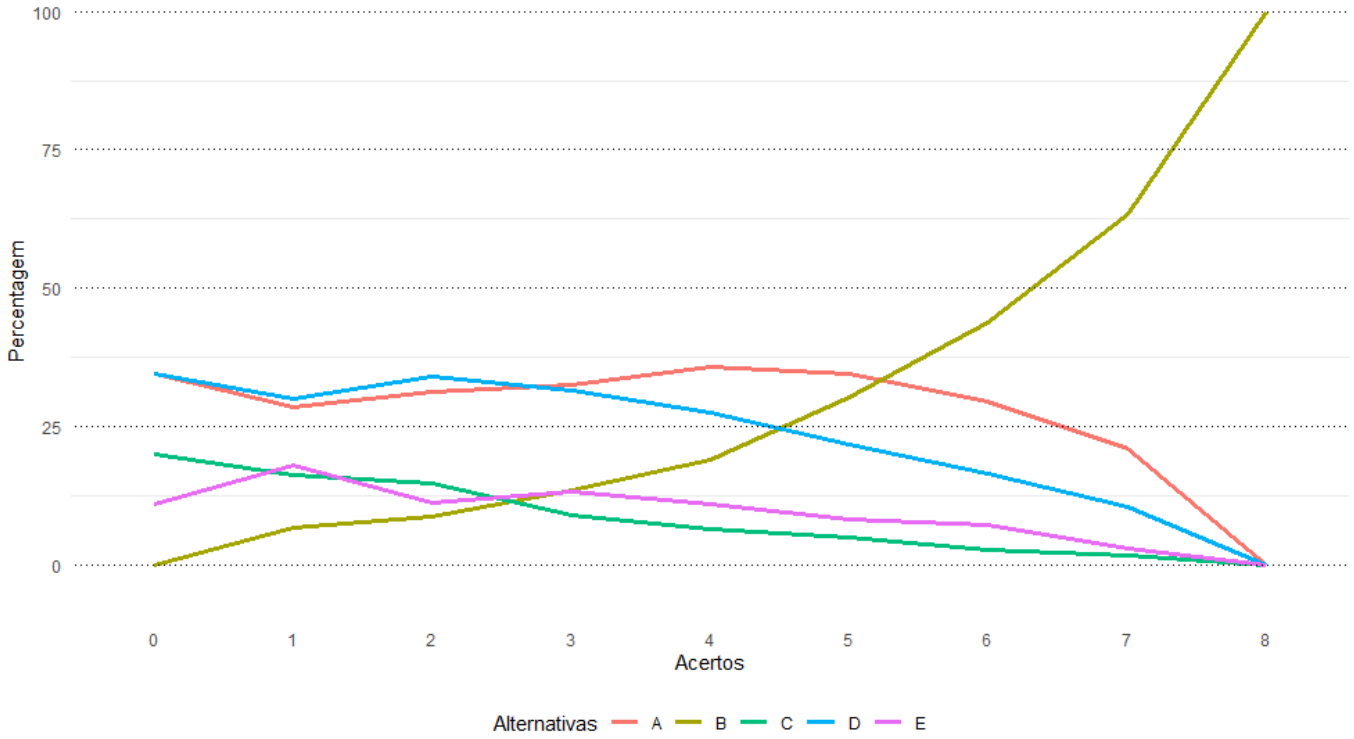


Gráfico I.2 - Análise Gráfica da questão 2 [Gabarito = D] de Formação Geral - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

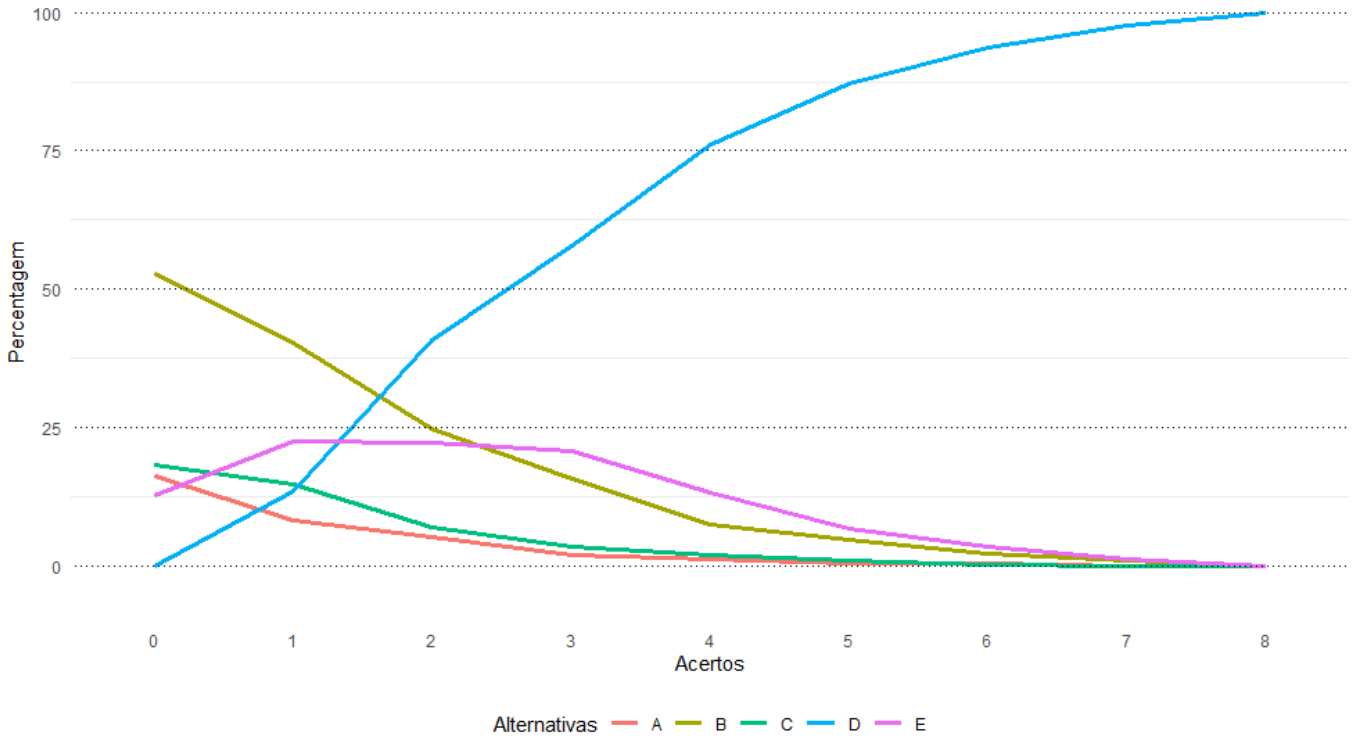


Gráfico I.3 - Análise Gráfica da questão 3 [Gabarito = A] de Formação Geral - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

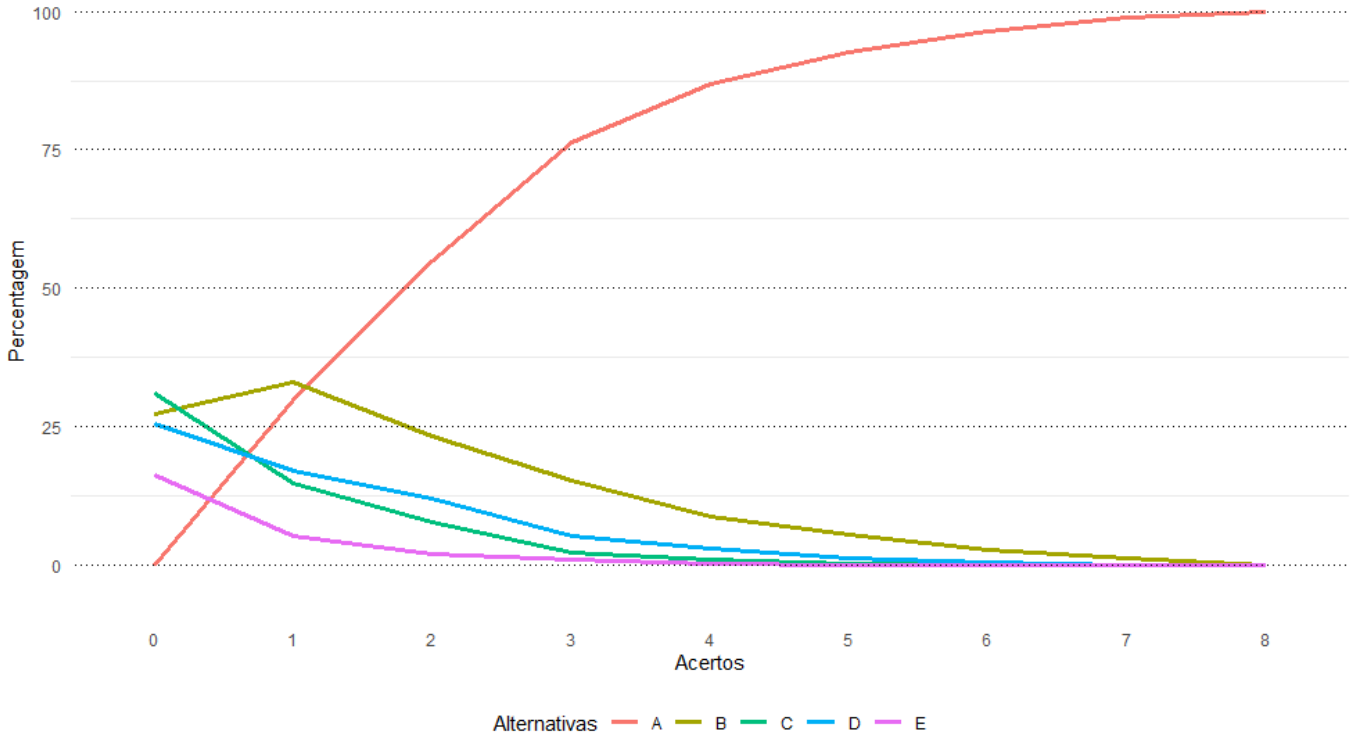


Gráfico I.4 - Análise Gráfica da questão 4 [Gabarito = C] de Formação Geral - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

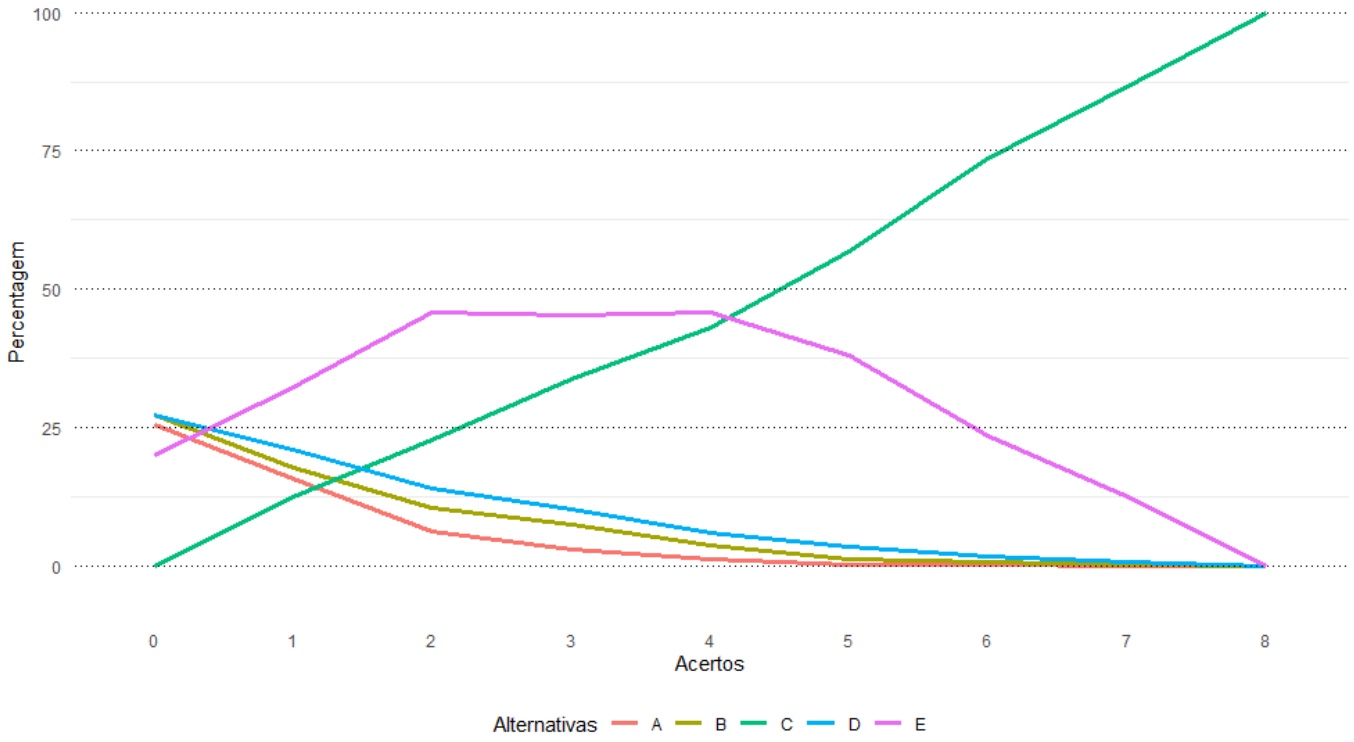


Gráfico I.5 - Análise Gráfica da questão 5 [Gabarito = D] de Formação Geral - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

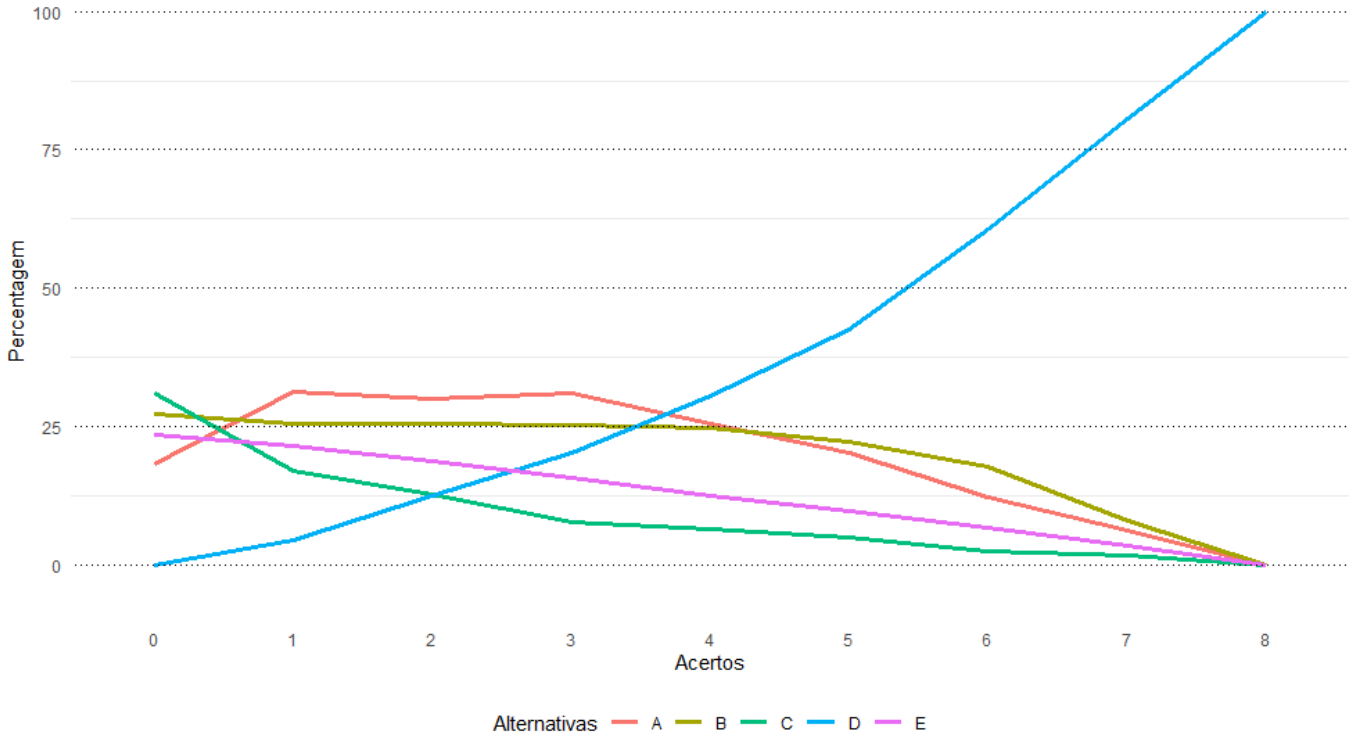


Gráfico I.6 - Análise Gráfica da questão 6 [Gabarito = E] de Formação Geral - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

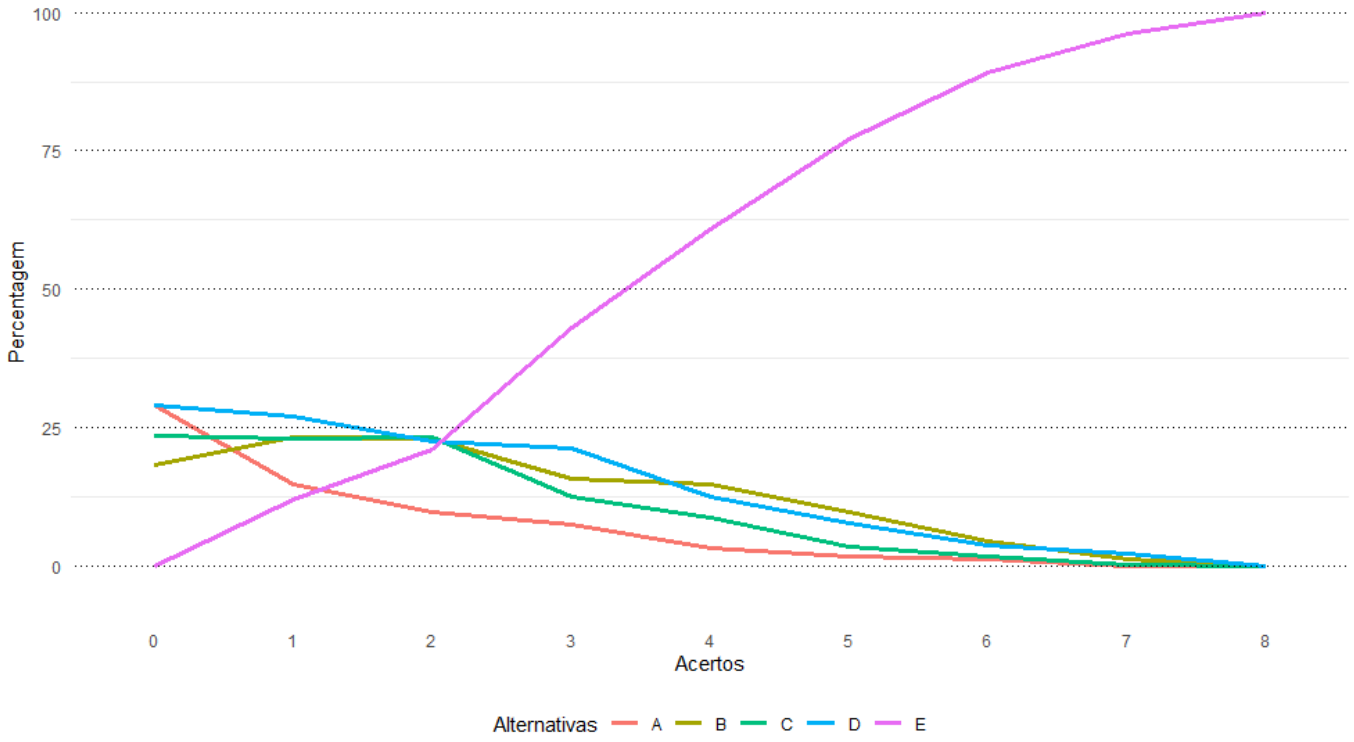


Gráfico I.7 - Análise Gráfica da questão 7 [Gabarito = D] de Formação Geral - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

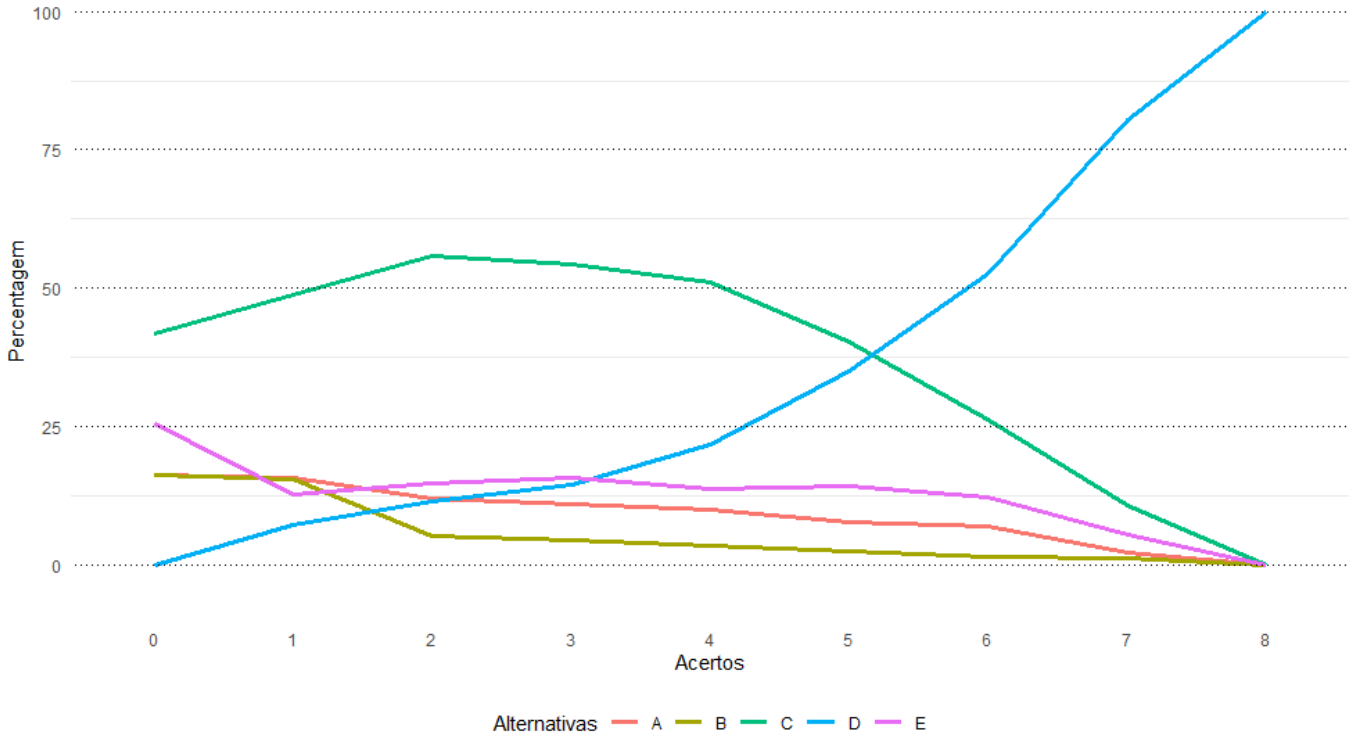


Gráfico I.8 - Análise Gráfica da questão 8 [Gabarito = C] de Formação Geral - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

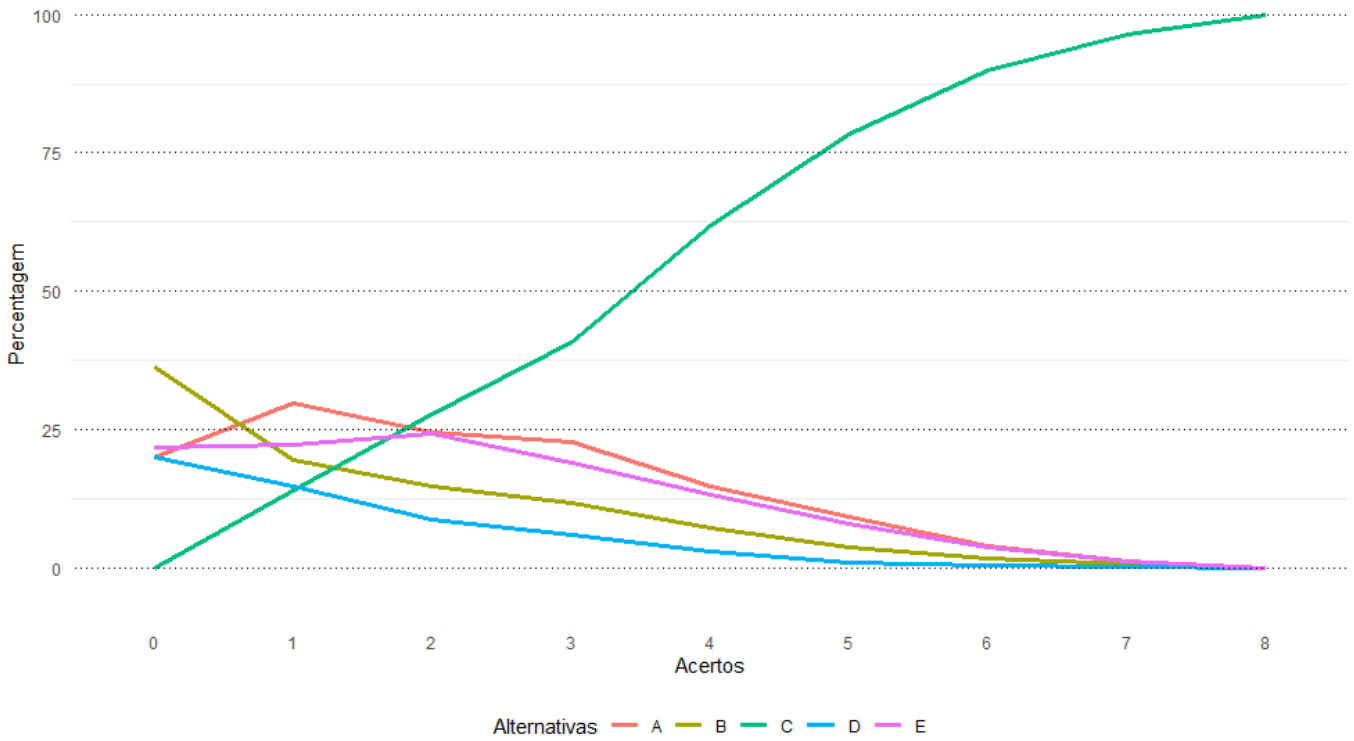


Gráfico I.9 - Análise Gráfica da questão 9 [Gabarito = E] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

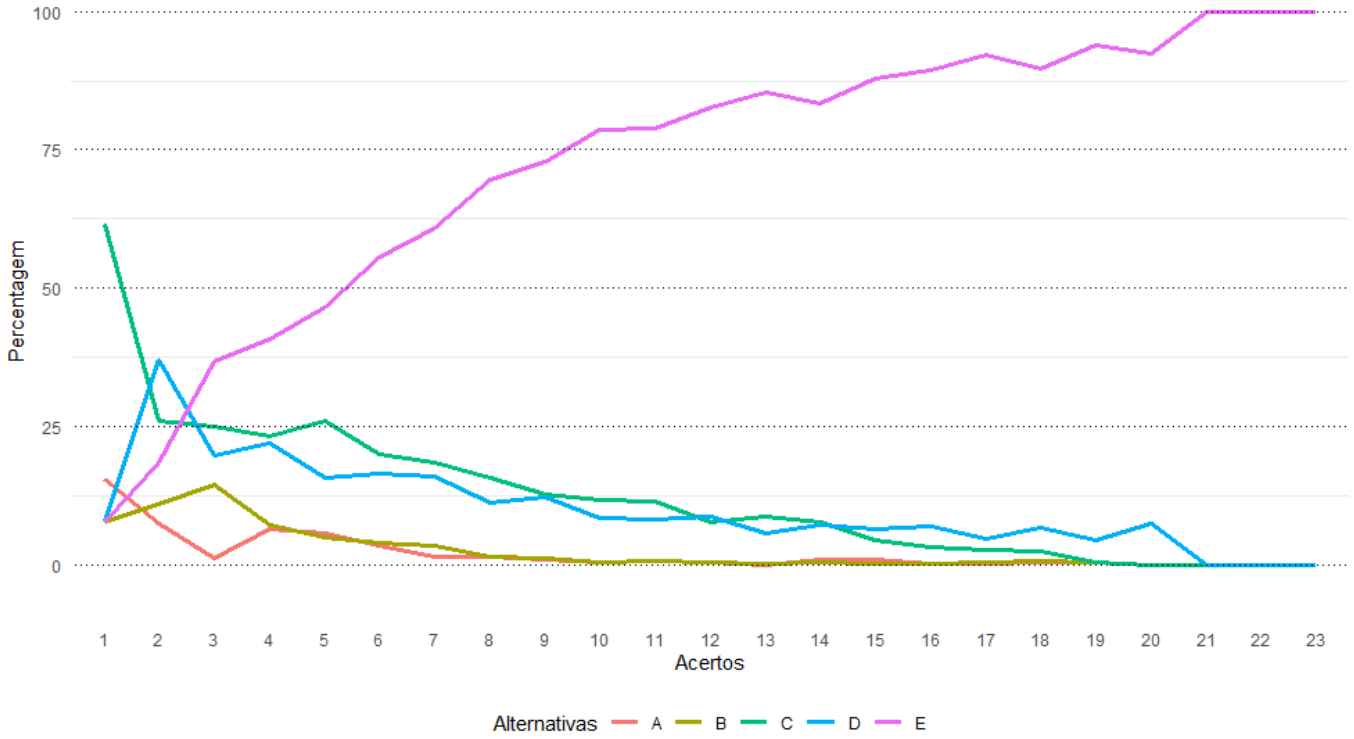


Gráfico I.10 - Análise Gráfica da questão 10 [Gabarito = D] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

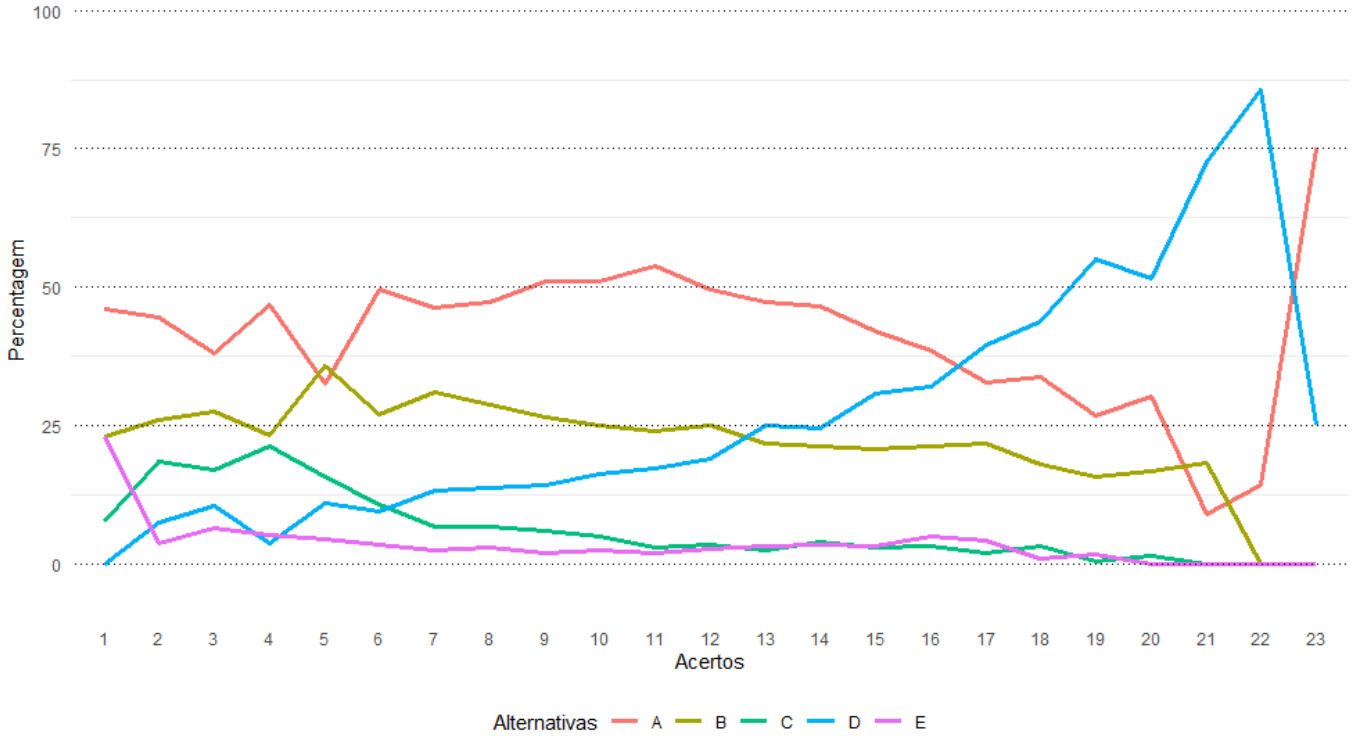


Gráfico I.11 - Análise Gráfica da questão 11 [Gabarito = B] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

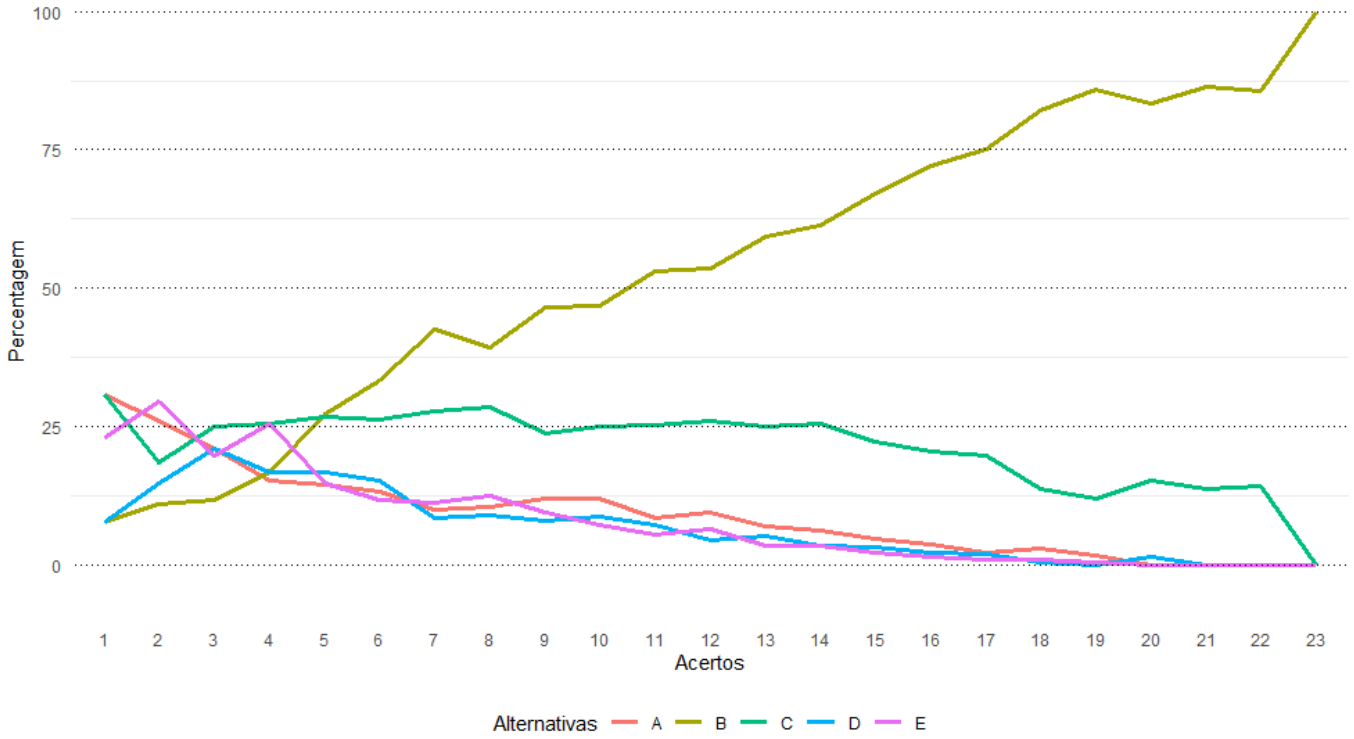


Gráfico I.12 - Análise Gráfica da questão 12 [Gabarito = C] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

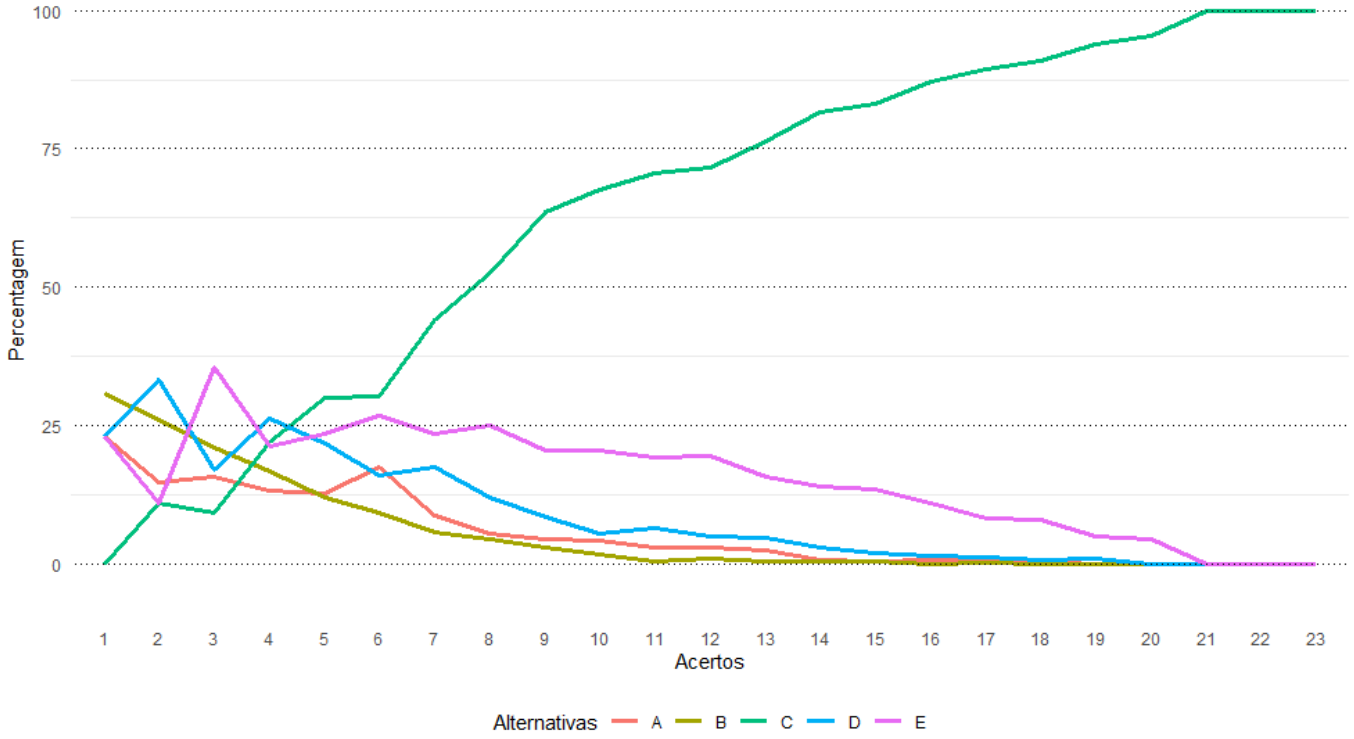


Gráfico I.13 - Análise Gráfica da questão 13 [Gabarito = D] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

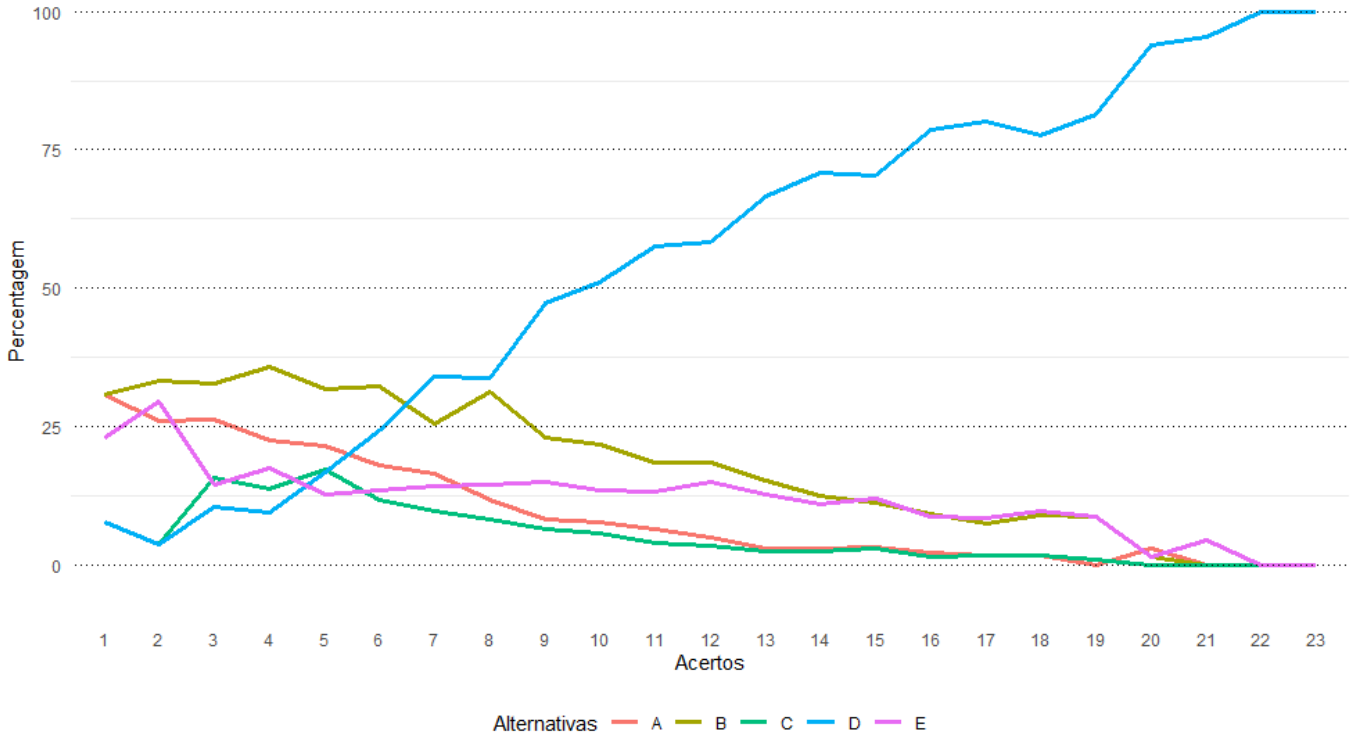


Gráfico I.14 - Análise Gráfica da questão 14 [Gabarito = D] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

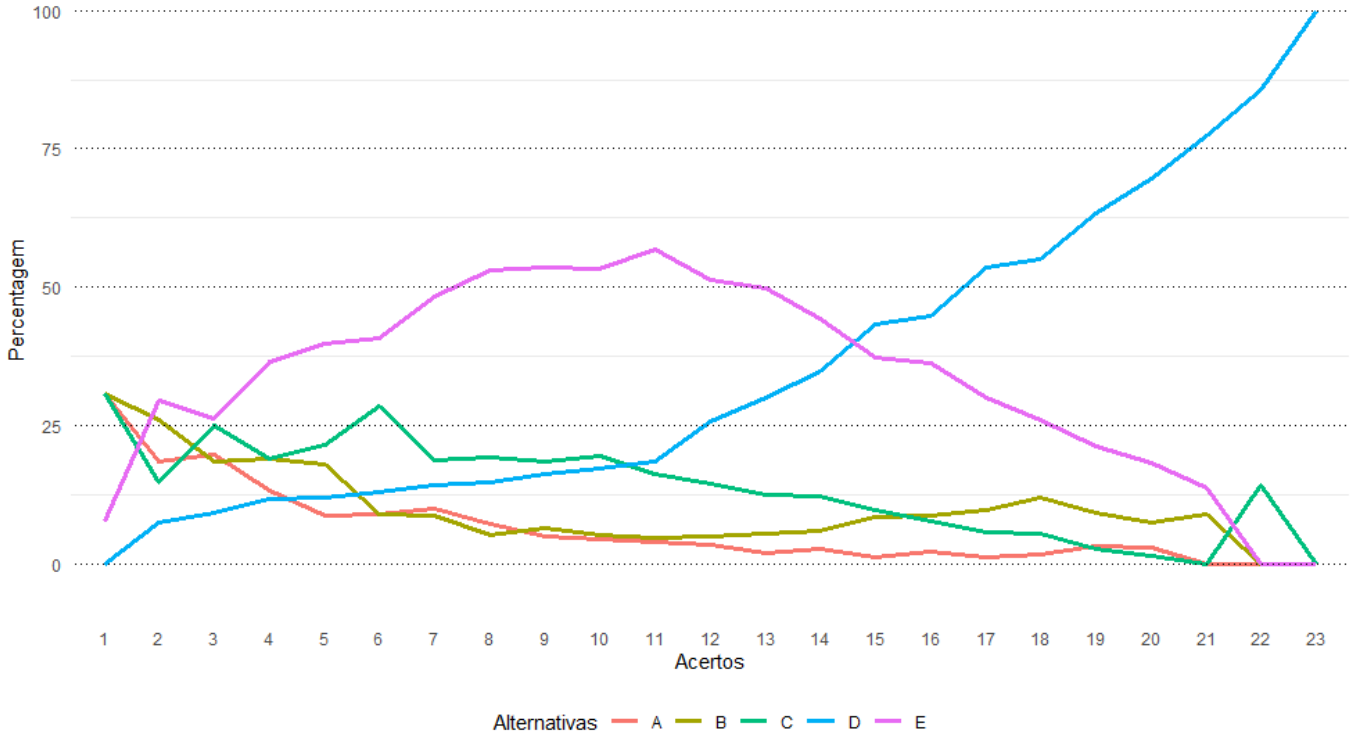


Gráfico I.15 - Análise Gráfica da questão 15 [Gabarito = B] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

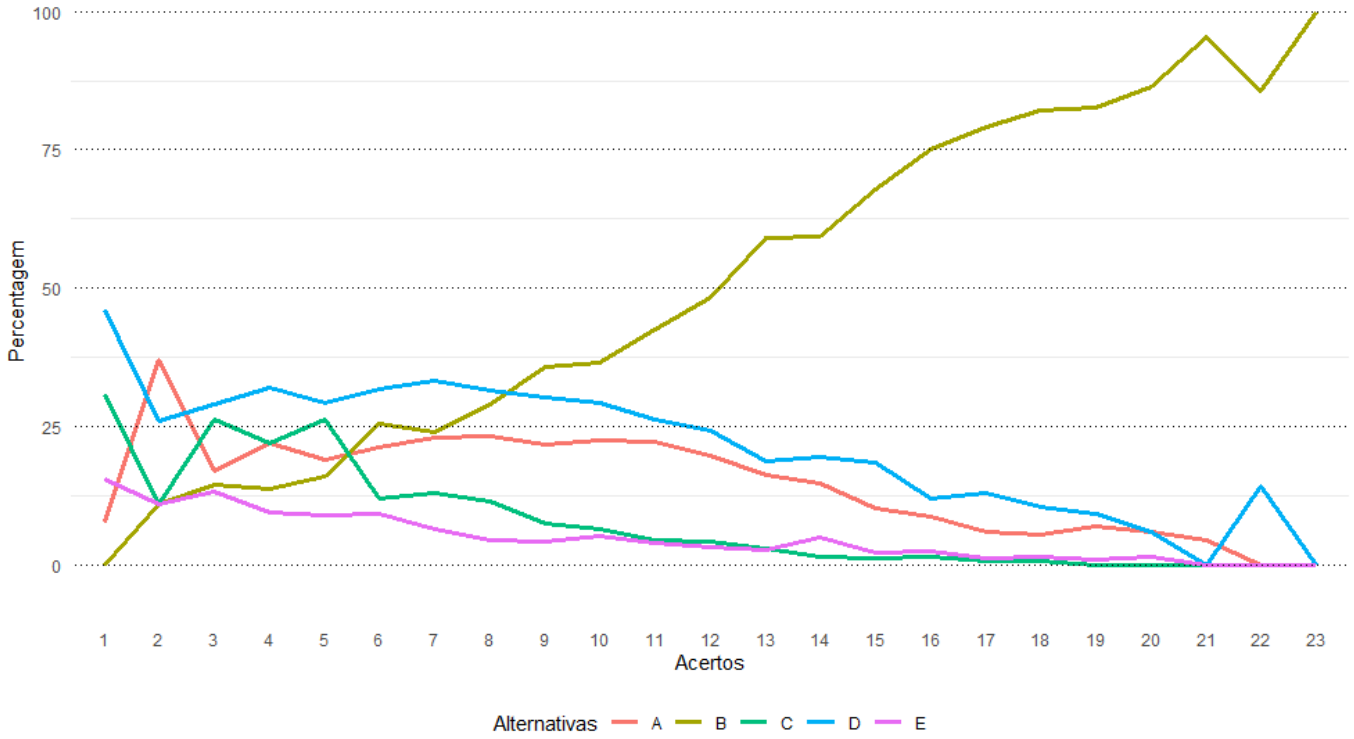


Gráfico I.16 - Análise Gráfica da questão 16 [Gabarito = B] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

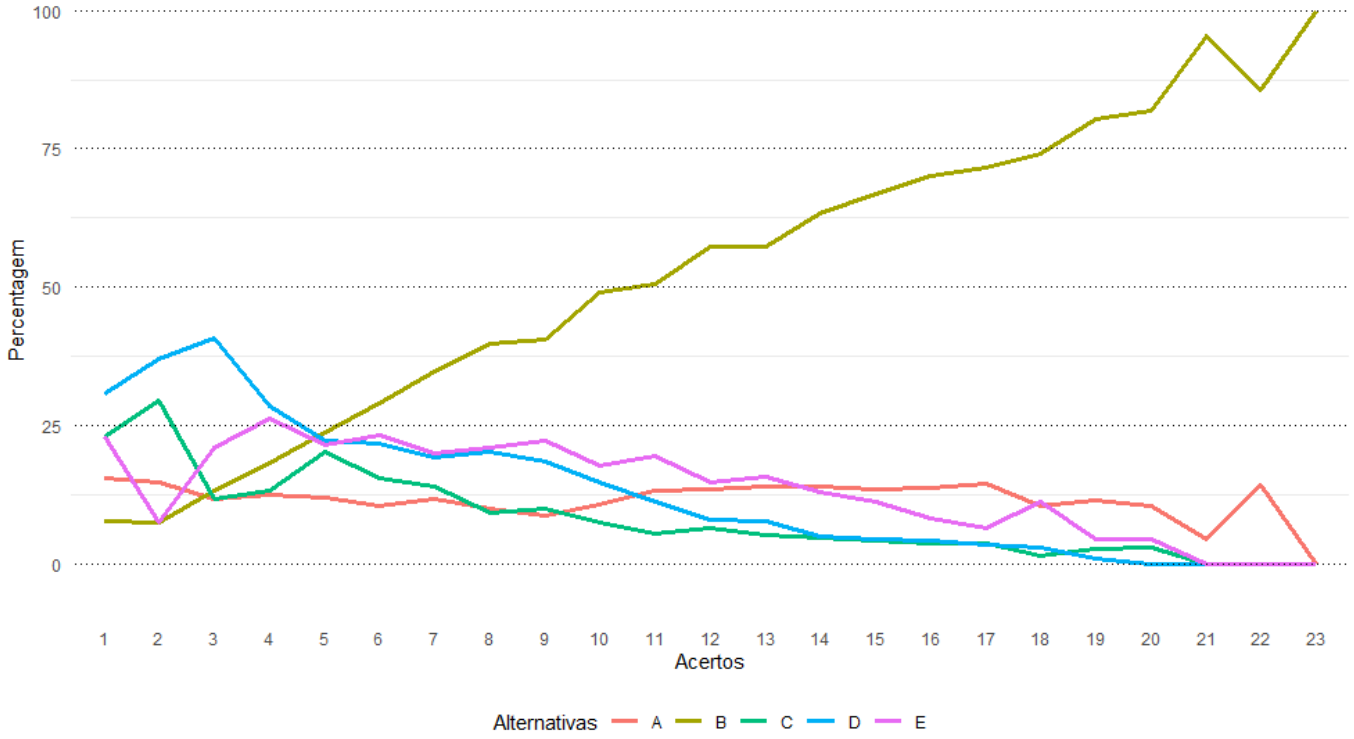


Gráfico I.17 - Análise Gráfica da questão 17 [Gabarito = A] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

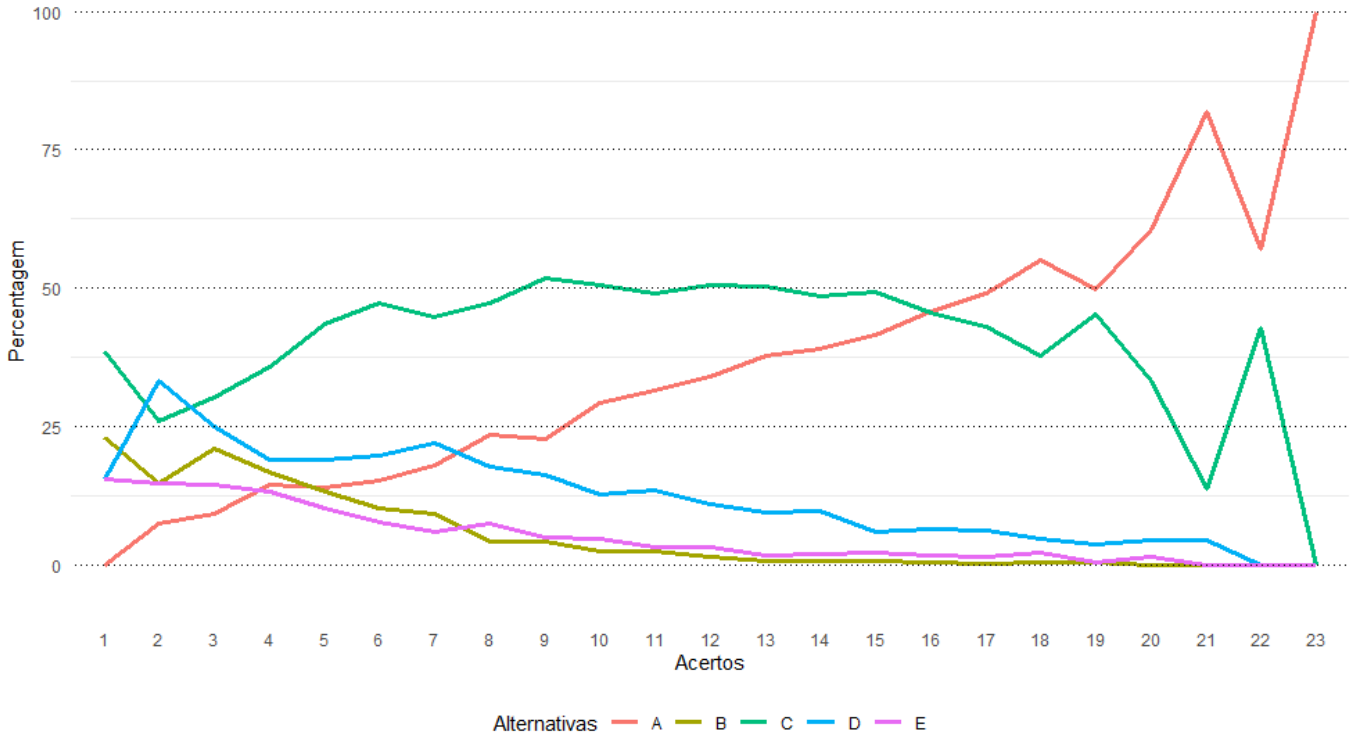


Gráfico I.18 - Análise Gráfica da questão 18 [Gabarito = D] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

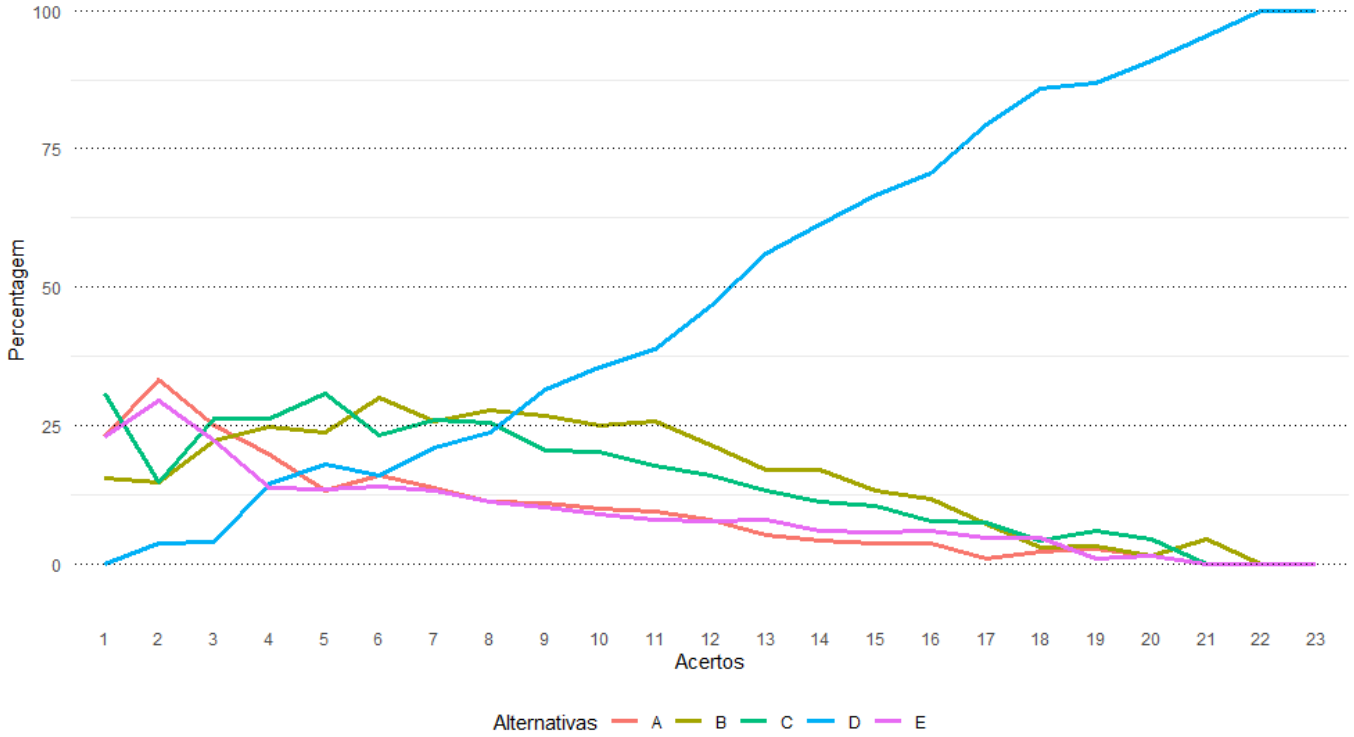


Gráfico I.19 - Análise Gráfica da questão 19 [Gabarito = D] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

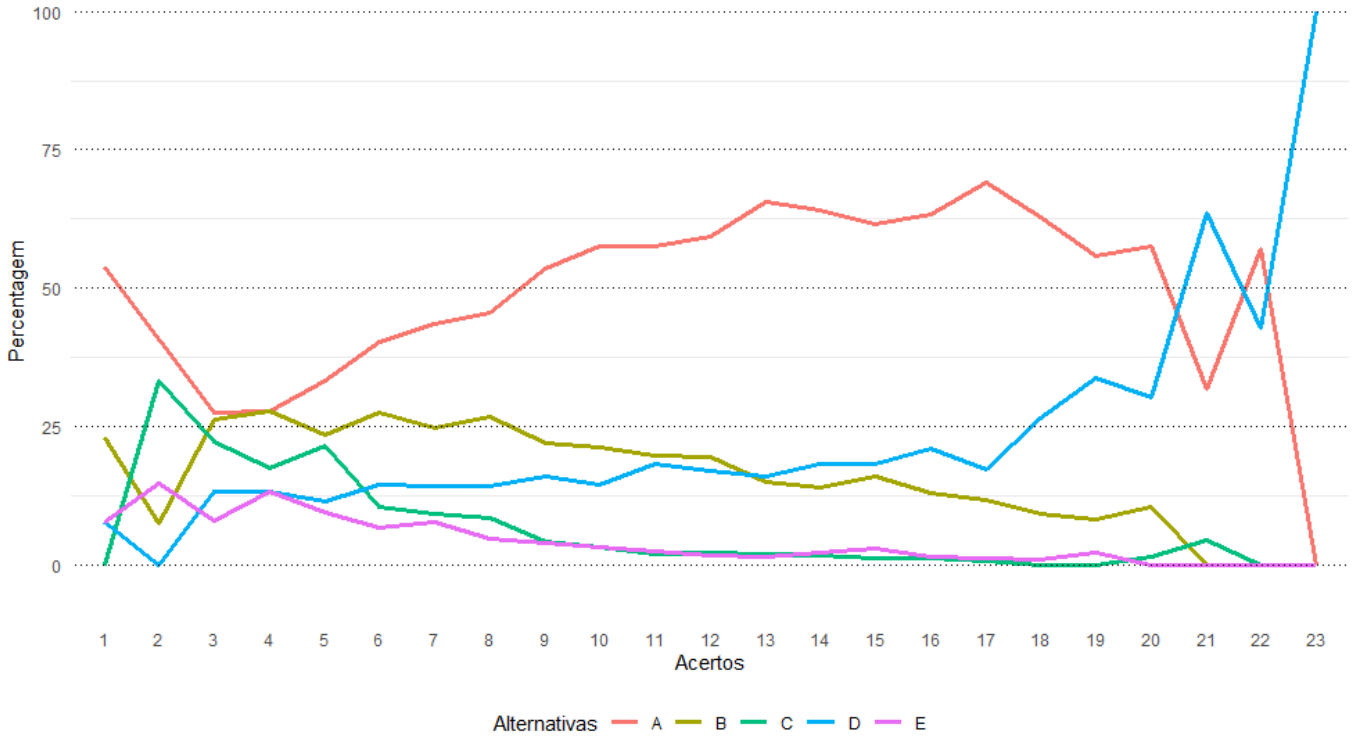


Gráfico I.20 - Análise Gráfica da questão 20 [Gabarito = A] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

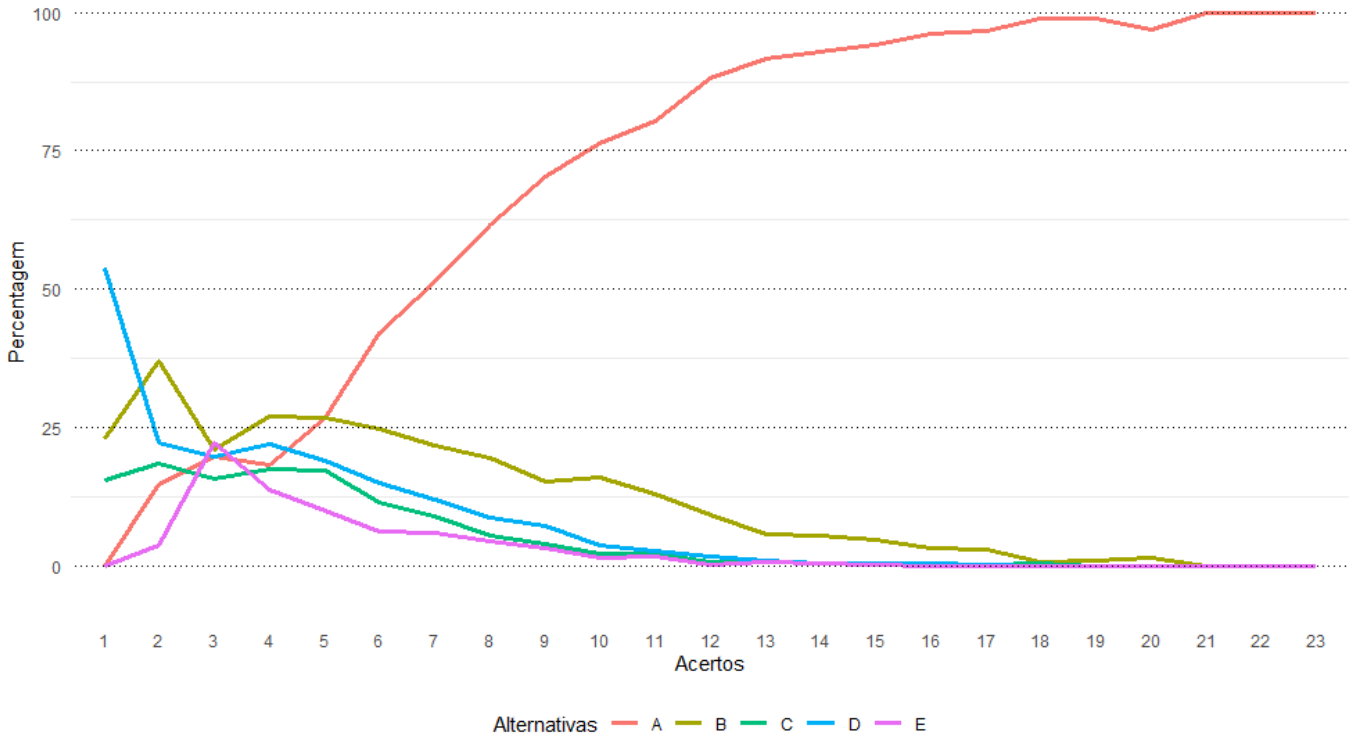


Gráfico I.21 - Análise Gráfica da questão 21 [Gabarito = C] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

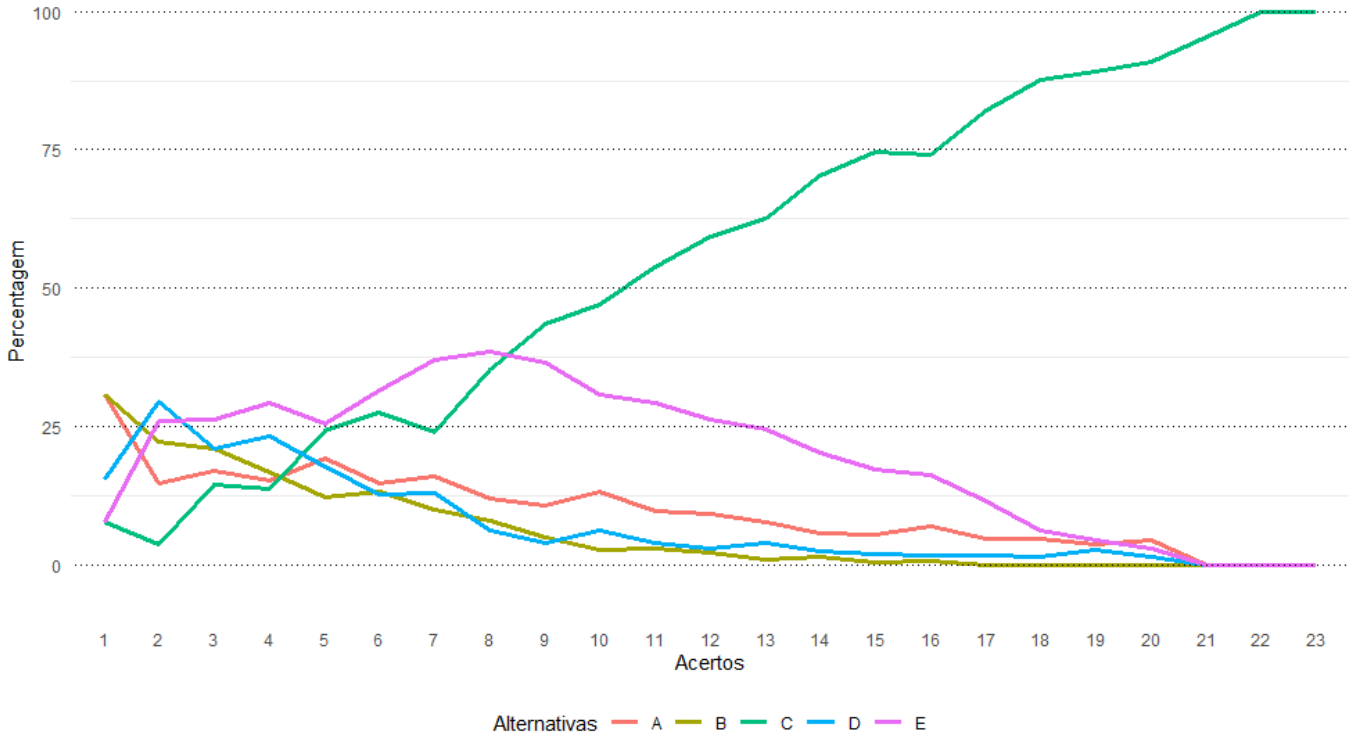


Gráfico I.22 - Análise Gráfica da questão 22 [Gabarito = E] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

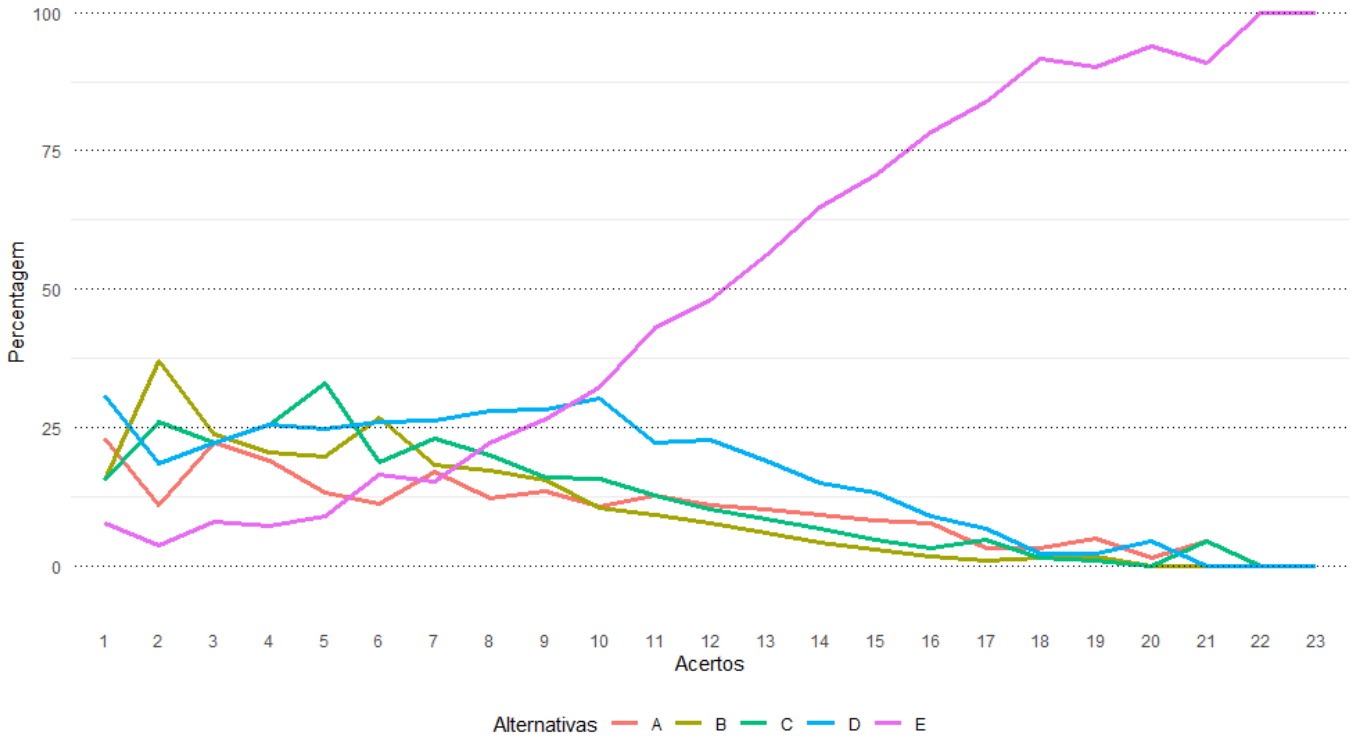


Gráfico I.23 - Análise Gráfica da questão 23 [Gabarito = C] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

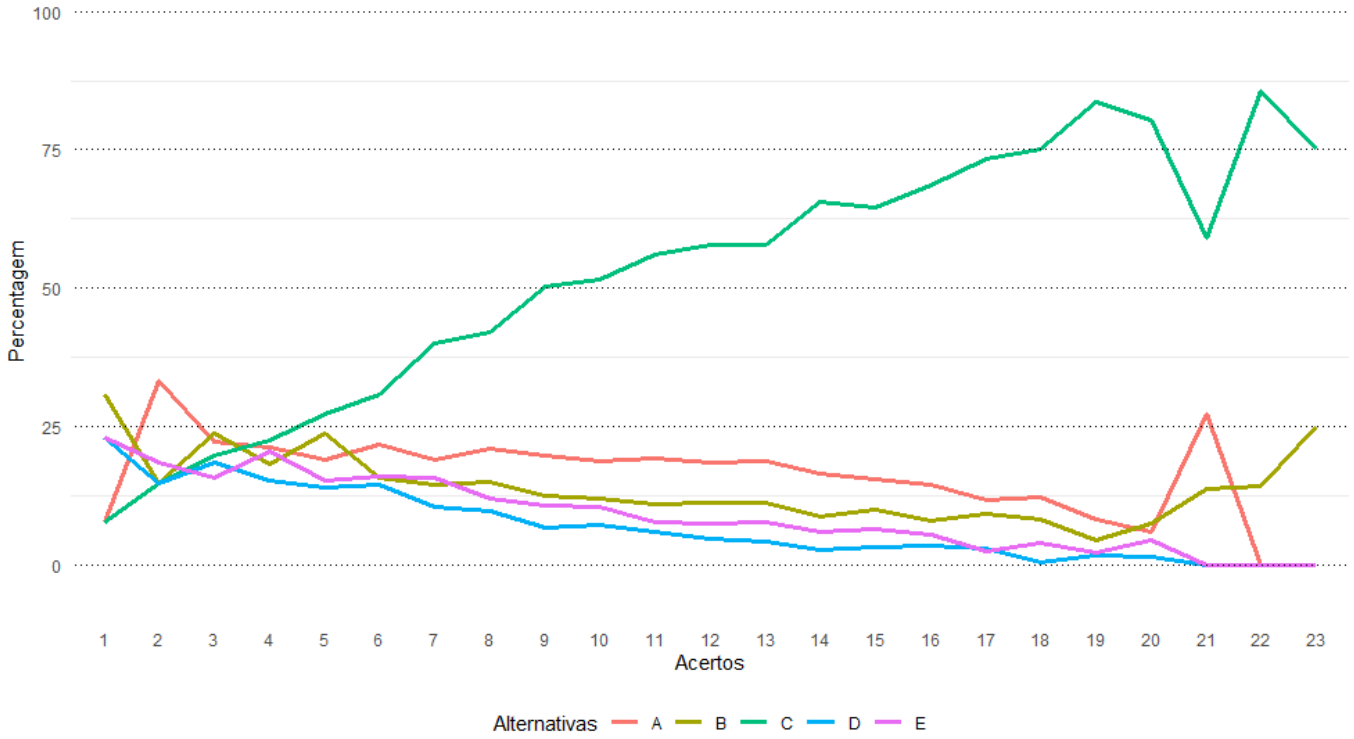


Gráfico I.24 - Análise Gráfica da questão 24 [Gabarito = A] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

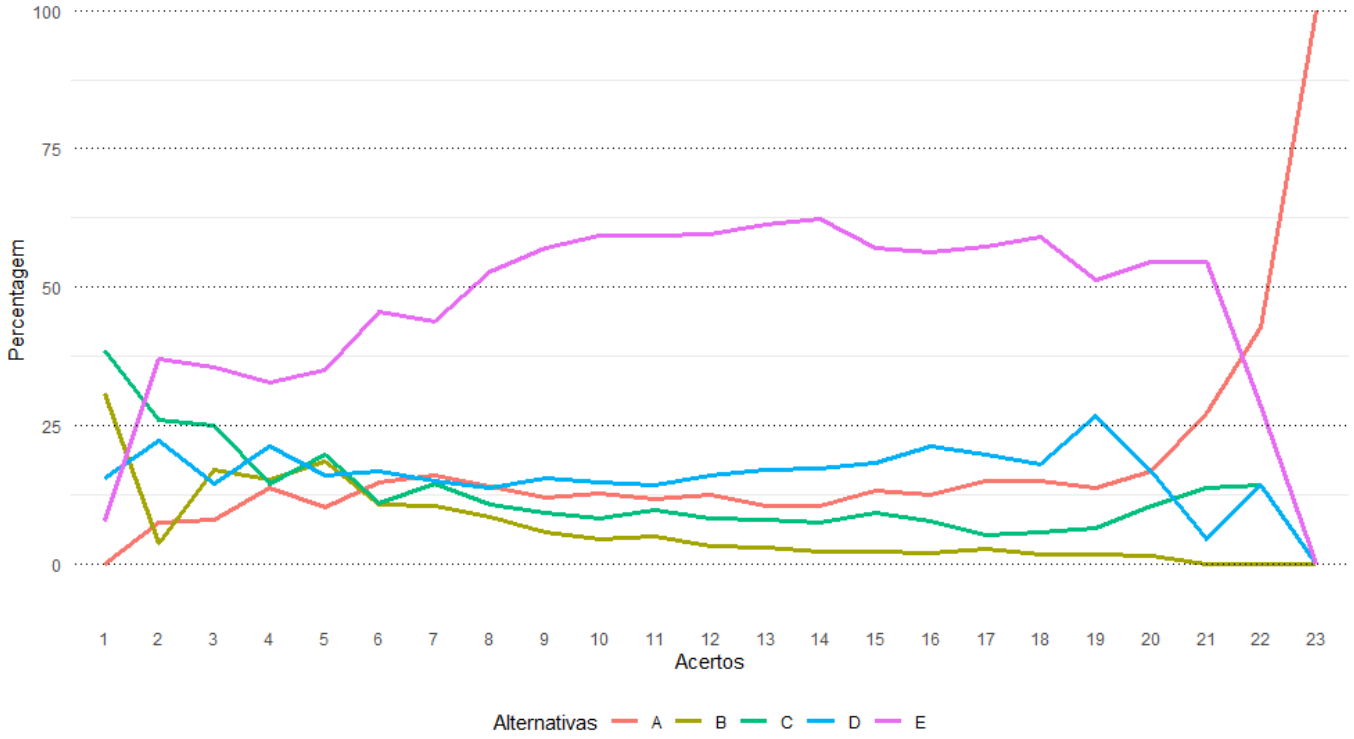


Gráfico I.25 - Análise Gráfica da questão 25 [Gabarito = C] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

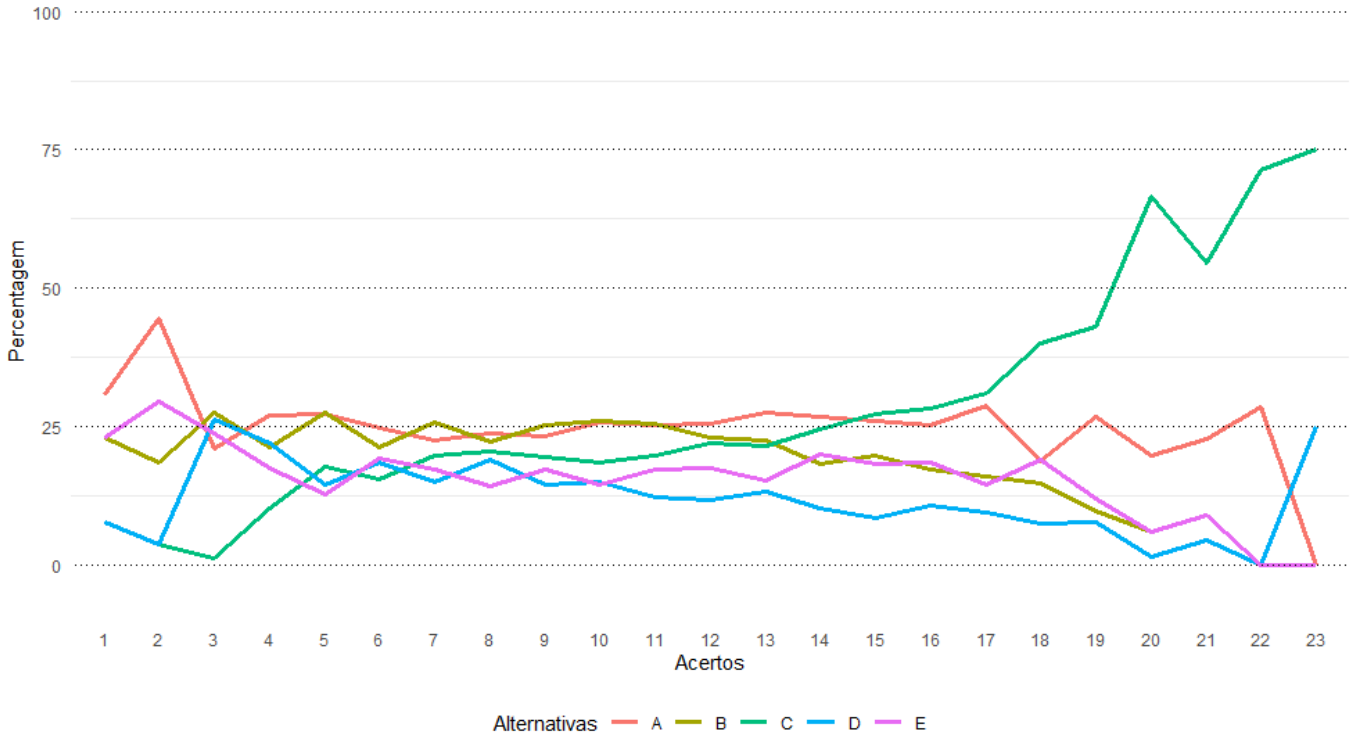


Gráfico I.26 - Análise Gráfica da questão 26 [Gabarito = B] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

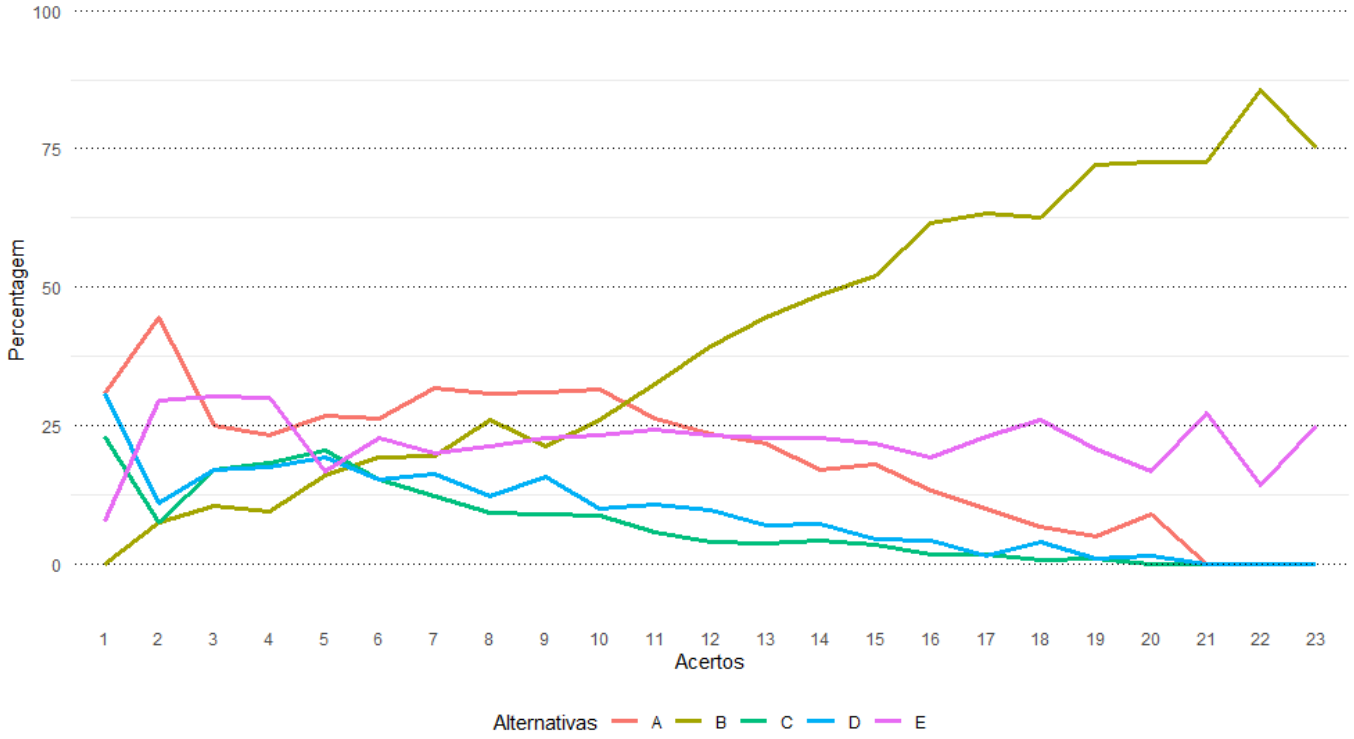


Gráfico I.27 - Análise Gráfica da questão 27 [Gabarito = D] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

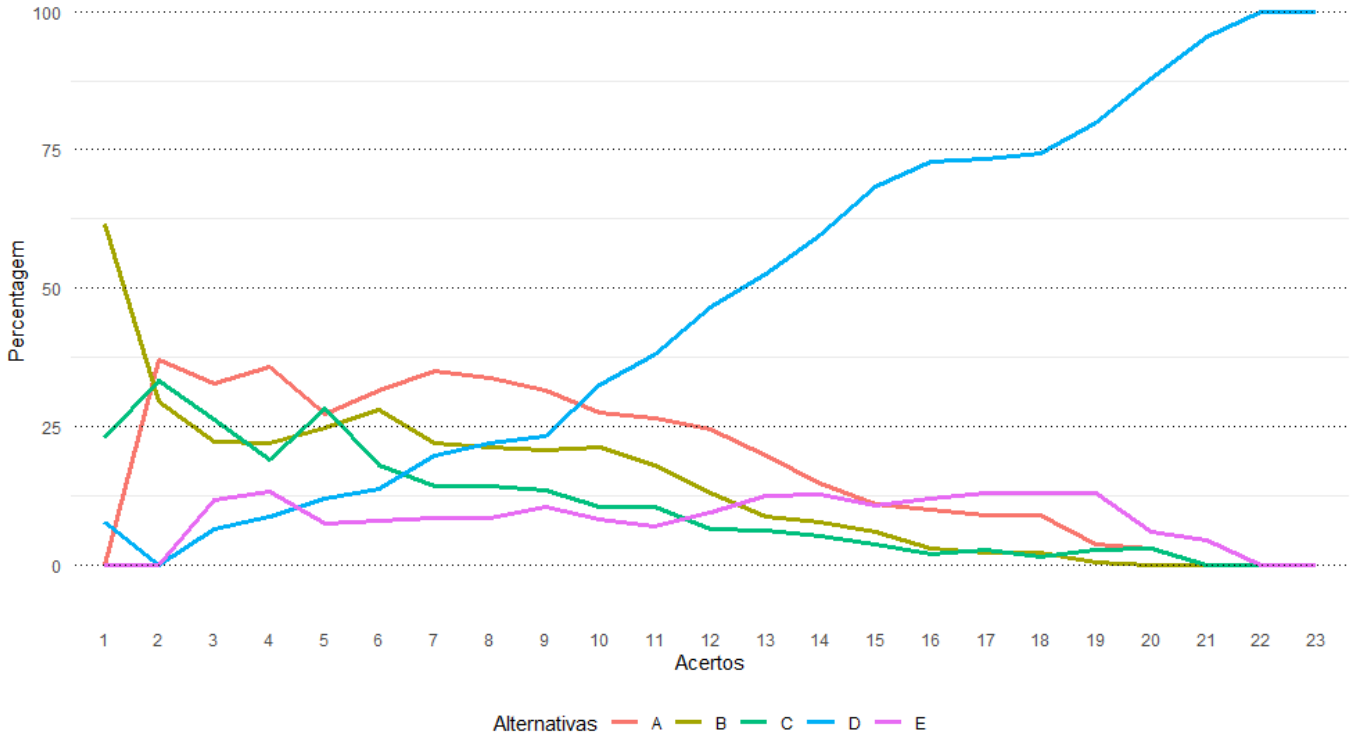


Gráfico I.28 - Análise Gráfica da questão 28 [Gabarito = A] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

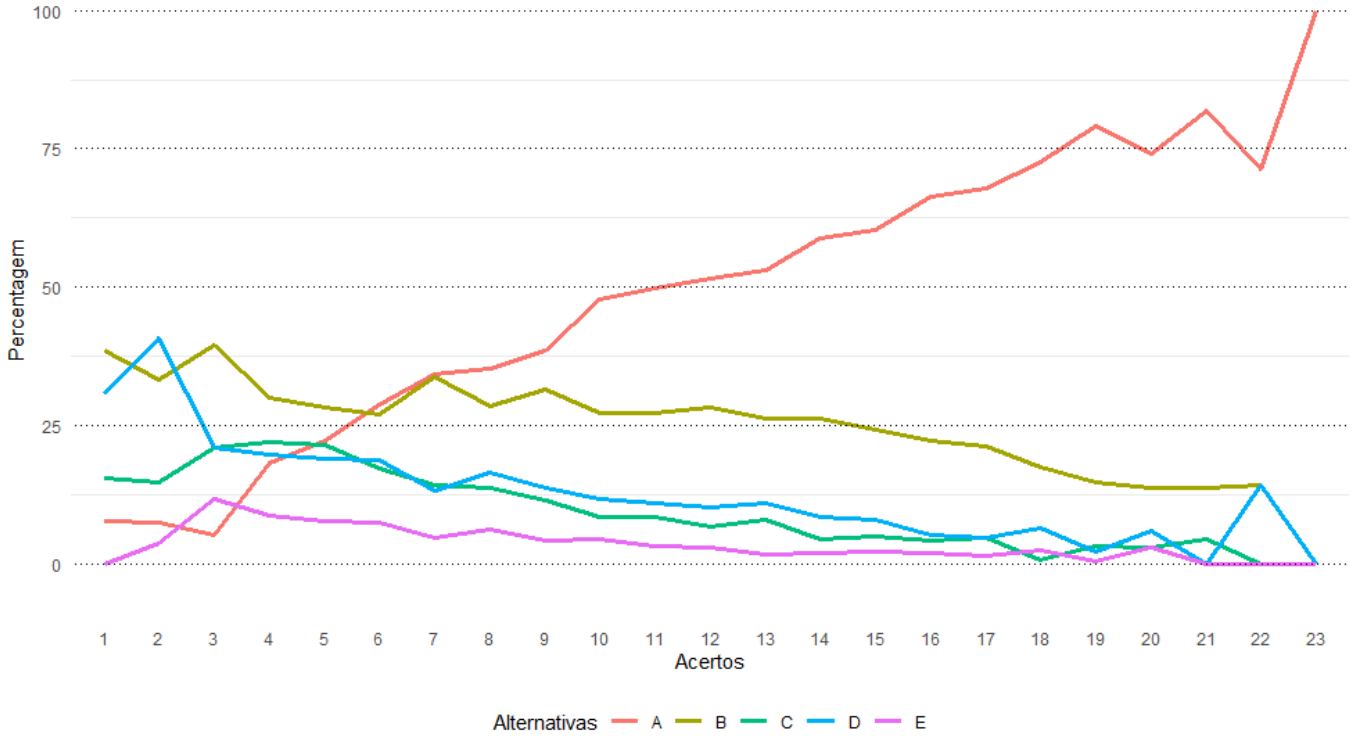


Gráfico I.29 - Análise Gráfica da questão 29 [Gabarito = A] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

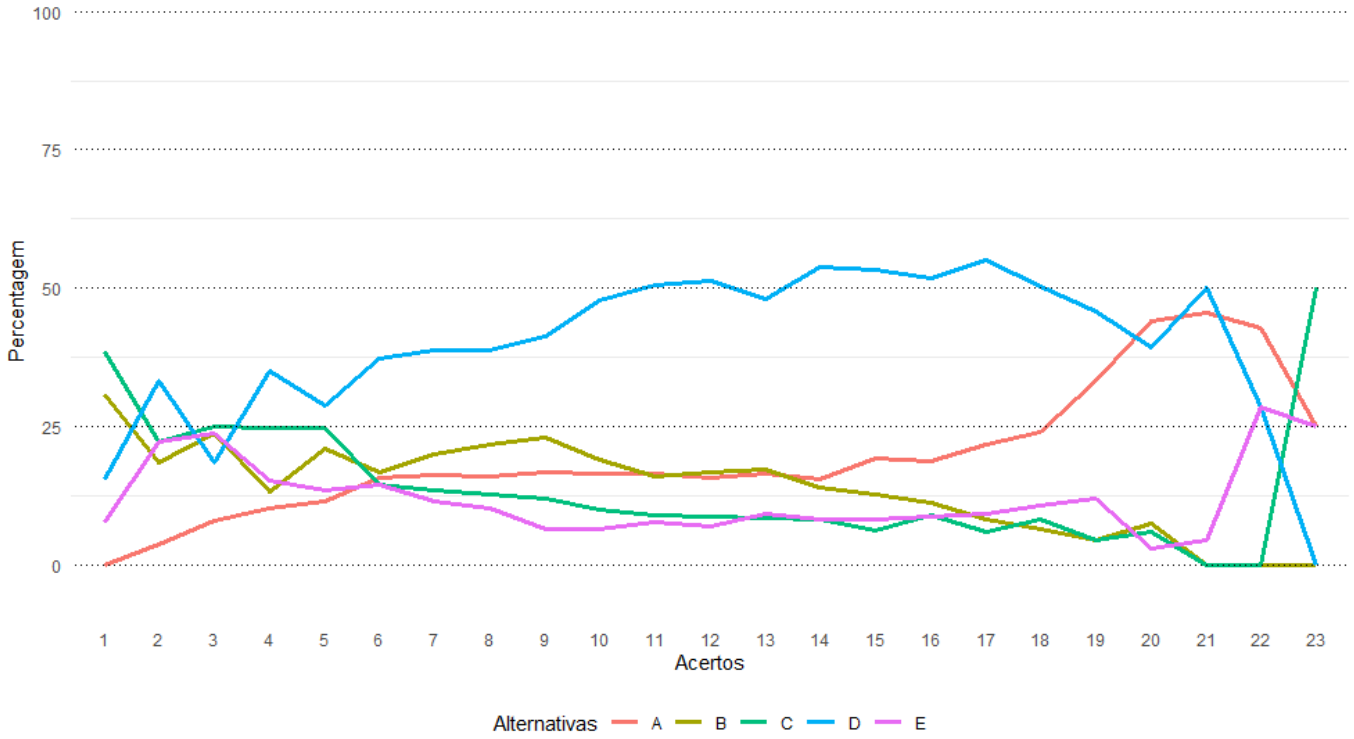


Gráfico I.30 - Análise Gráfica da questão 30 [Gabarito = C] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

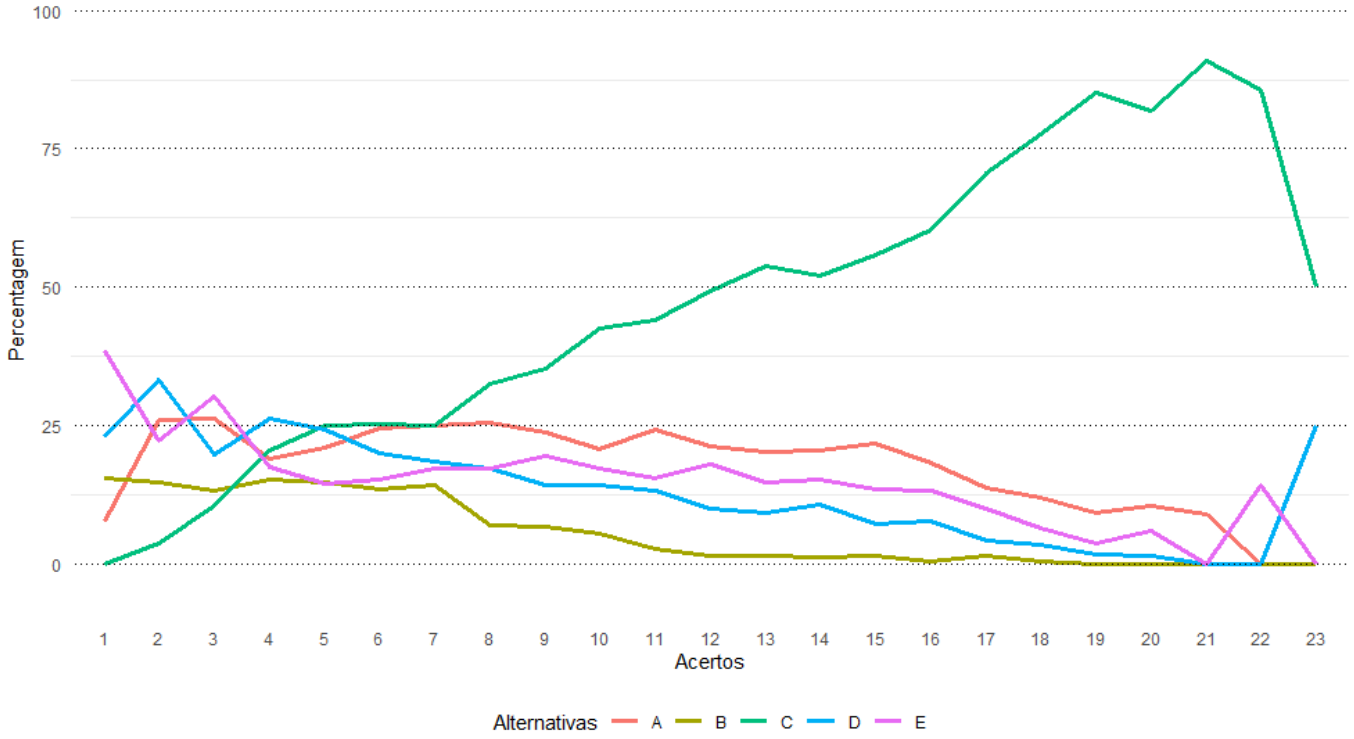


Gráfico I.31 - Análise Gráfica da questão 31 [Gabarito = B] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

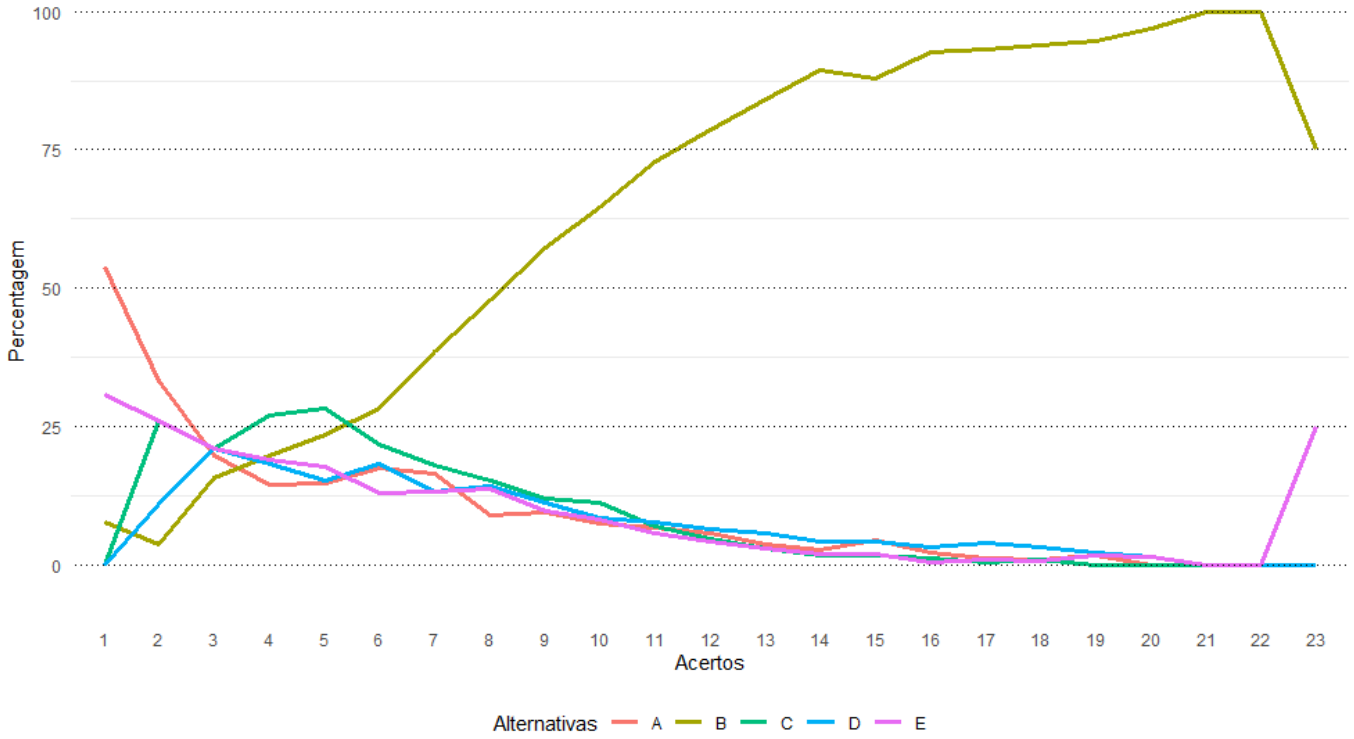


Gráfico I.32 - Análise Gráfica da questão 32 [Gabarito = E] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

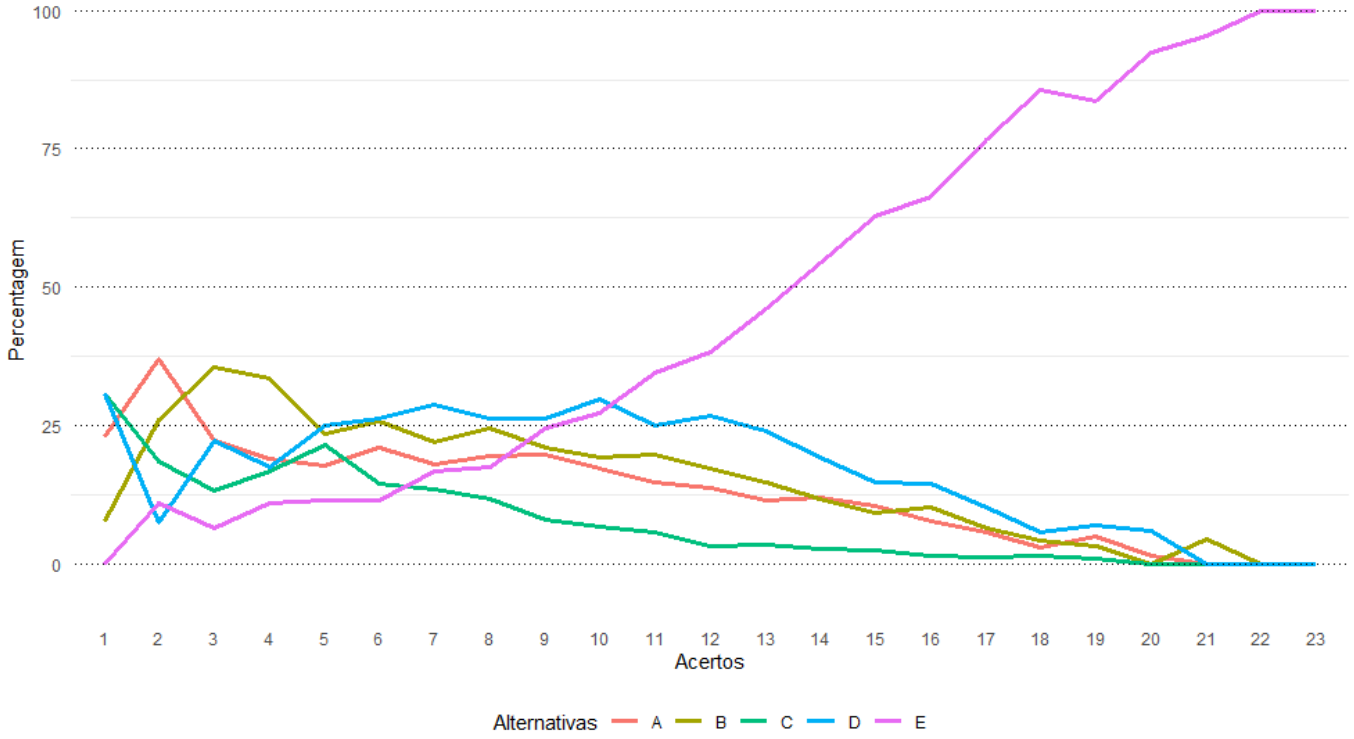


Gráfico I.33 - Análise Gráfica da questão 33 [Gabarito = B] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

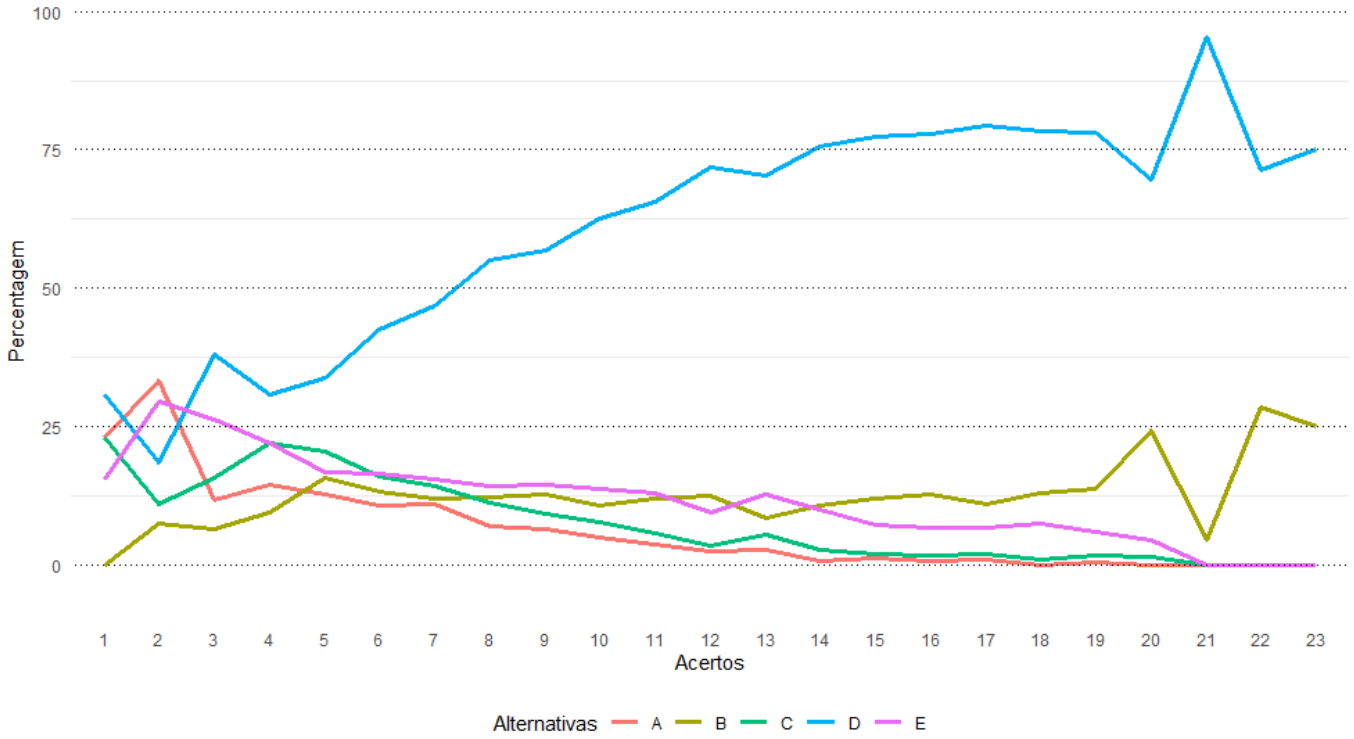


Gráfico I.34 - Análise Gráfica da questão 34 [Gabarito = E] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda

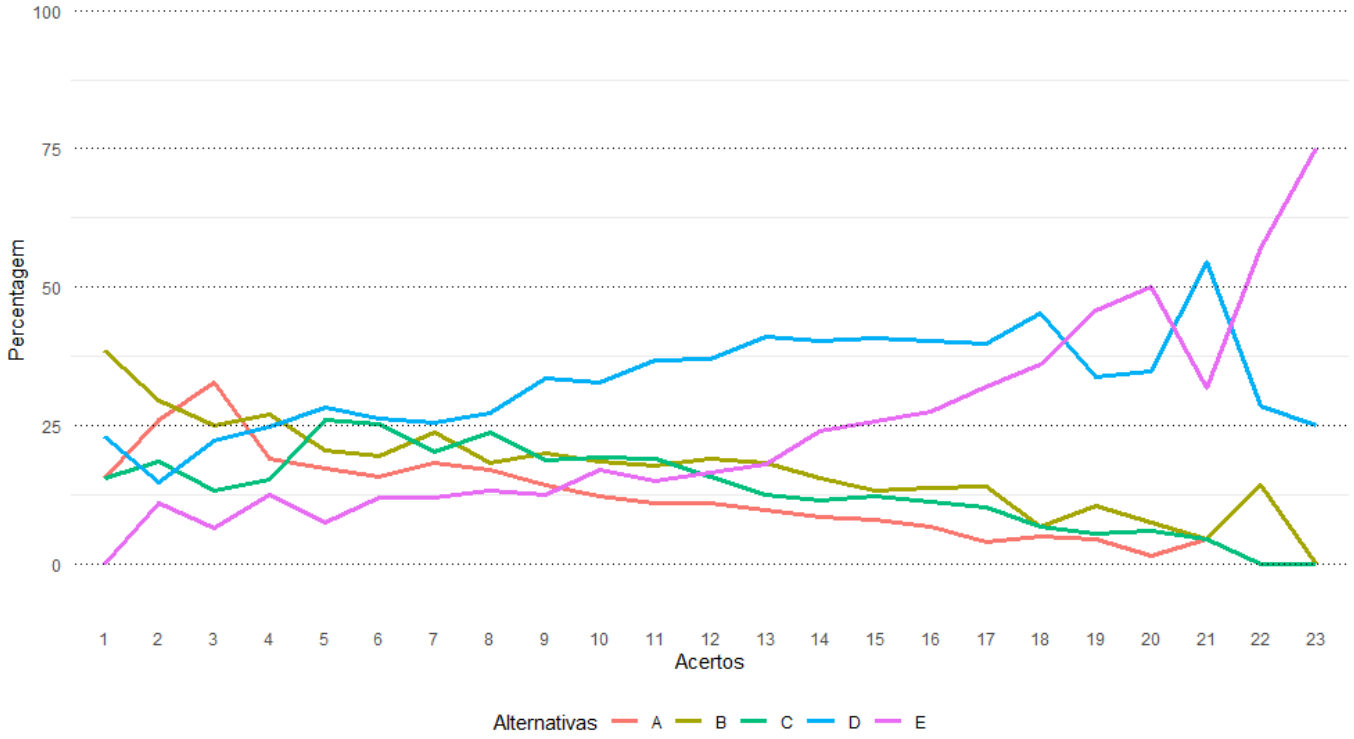
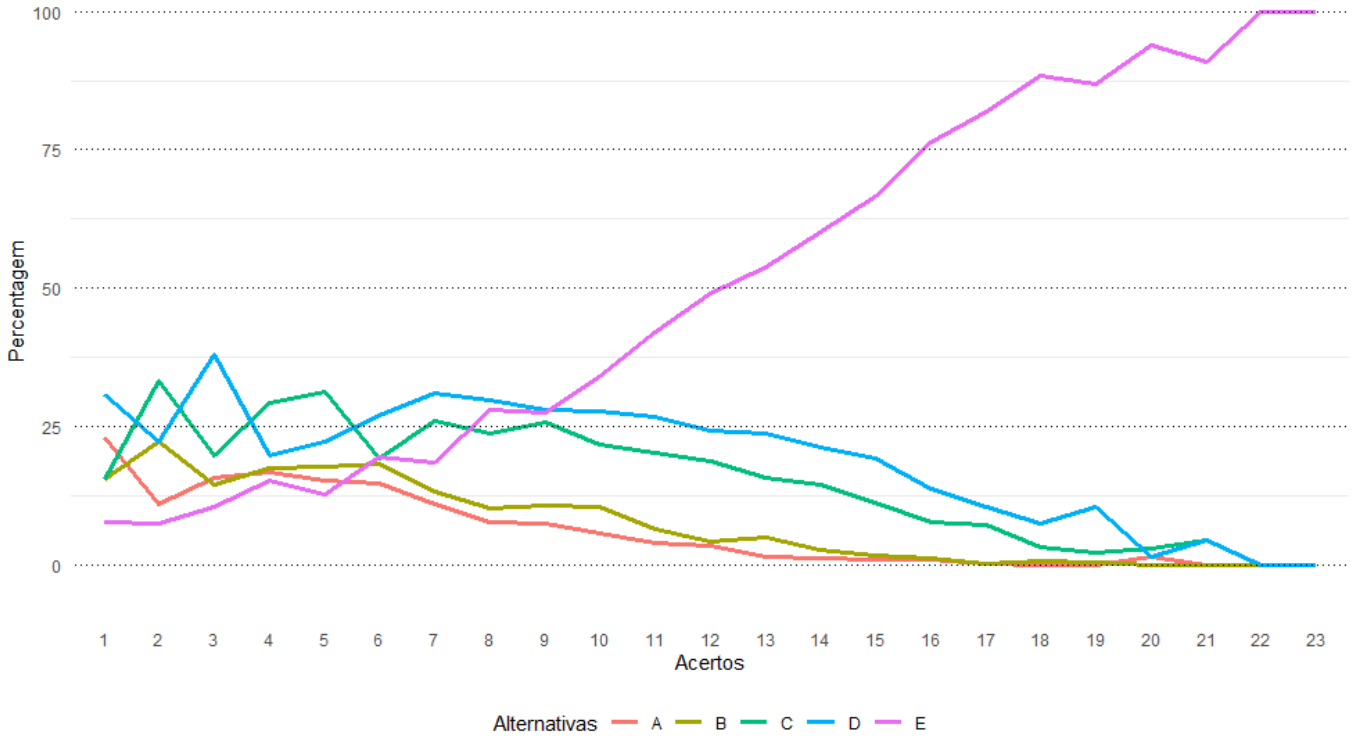


Gráfico I.35 - Análise Gráfica da questão 35 [Gabarito = E] de Formação Específica - Enade/2022 - Publicidade E Propaganda



ANEXO V

TABULAÇÃO DAS RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO DA PERCEPÇÃO DA PROVA POR QUARTOS DE DESEMPENHO E GRANDES REGIÕES

Como uma pequena parte dos estudantes não respondeu a todas as questões referentes ao "Questionário de Percepção da Prova", o total das colunas não é obrigatoriamente o mesmo em todas as tabelas.

Tabela II.1 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 1 "Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?", por Grande Região e por Quartos de Desempenho, segundo o Grau de dificuldade - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Grau de dificuldade	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL		1º quarto		2º quarto		3º quarto		4º quarto	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.828	100,0%	582	100,0%	1.014	100,0%	515	100,0%	5.530	100,0%	1.187	100,0%	2.178	100,0%	2.195	100,0%	2.219	100,0%	2.236	100,0%
Muito fácil.	312	3,5%	19	3,3%	45	4,4%	10	1,9%	200	3,6%	38	3,2%	72	3,3%	57	2,6%	80	3,6%	103	4,6%
Fácil.	1.631	18,5%	108	18,6%	196	19,3%	79	15,3%	1.050	19,0%	198	16,7%	262	12,0%	328	14,9%	431	19,4%	610	27,3%
Médio.	5.864	66,4%	402	69,1%	677	66,8%	327	63,5%	3.671	66,4%	787	66,3%	1.469	67,4%	1.524	69,4%	1.490	67,1%	1.381	61,8%
Difícil.	910	10,3%	50	8,6%	85	8,4%	86	16,7%	539	9,7%	150	12,6%	311	14,3%	264	12,0%	201	9,1%	134	6,0%
Muito difícil.	111	1,3%	3	0,5%	11	1,1%	13	2,5%	70	1,3%	14	1,2%	64	2,9%	22	1,0%	17	0,8%	8	0,4%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.2 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 1 "Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Formação Geral?", por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica, segundo o Grau de dificuldade - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Grau de dificuldade	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Brasil		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.828	100,0%	958	100,0%	7.870	100,0%	5.164	100,0%	2.220	100,0%	1.444	100,0%	0	100,0%
Muito fácil.	312	3,5%	56	5,8%	256	3,3%	195	3,8%	56	2,5%	61	4,2%	0	0,0%
Fácil.	1.631	18,5%	245	25,6%	1.386	17,6%	973	18,8%	376	16,9%	282	19,5%	0	0,0%
Médio.	5.864	66,4%	581	60,6%	5.283	67,1%	3.432	66,5%	1.489	67,1%	943	65,3%	0	0,0%
Difícil.	910	10,3%	67	7,0%	843	10,7%	499	9,7%	267	12,0%	144	10,0%	0	0,0%
Muito difícil.	111	1,3%	9	0,9%	102	1,3%	65	1,3%	32	1,4%	14	1,0%	0	0,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.3 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 2 "Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico?", por Grande Região e por Quartos de Desempenho, segundo o Grau de dificuldade - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Grau de dificuldade	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL		1º quarto		2º quarto		3º quarto		4º quarto	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.824	100,0%	581	100,0%	1.012	100,0%	517	100,0%	5.529	100,0%	1.185	100,0%	2.178	100,0%	2.193	100,0%	2.219	100,0%	2.234	100,0%
Muito fácil.	175	2,0%	7	1,2%	16	1,6%	10	1,9%	123	2,2%	19	1,6%	77	3,5%	45	2,1%	33	1,5%	20	0,9%
Fácil.	1.112	12,6%	65	11,2%	124	12,3%	44	8,5%	752	13,6%	127	10,7%	252	11,6%	257	11,7%	284	12,8%	319	14,3%
Médio.	6.196	70,2%	428	73,7%	752	74,3%	353	68,3%	3.829	69,3%	834	70,4%	1.464	67,2%	1.546	70,5%	1.568	70,7%	1.618	72,4%
Difícil.	1.227	13,9%	77	13,3%	106	10,5%	99	19,1%	750	13,6%	195	16,5%	324	14,9%	321	14,6%	313	14,1%	269	12,0%
Muito difícil.	114	1,3%	4	0,7%	14	1,4%	11	2,1%	75	1,4%	10	0,8%	61	2,8%	24	1,1%	21	0,9%	8	0,4%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.4 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 2 "Qual o grau de dificuldade desta prova na parte de Componente Específico?", por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica, segundo o Grau de dificuldade - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Grau de dificuldade	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Brasil		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.824	100,0%	955	100,0%	7.869	100,0%	5.160	100,0%	2.221	100,0%	1.443	100,0%	0	100,0%
Muito fácil.	175	2,0%	17	1,8%	158	2,0%	112	2,2%	29	1,3%	34	2,4%	0	0,0%
Fácil.	1.112	12,6%	126	13,2%	986	12,5%	636	12,3%	239	10,8%	237	16,4%	0	0,0%
Médio.	6.196	70,2%	675	70,7%	5.521	70,2%	3.610	70,0%	1.608	72,4%	978	67,8%	0	0,0%
Difícil.	1.227	13,9%	130	13,6%	1.097	13,9%	734	14,2%	313	14,1%	180	12,5%	0	0,0%
Muito difícil.	114	1,3%	7	0,7%	107	1,4%	68	1,3%	32	1,4%	14	1,0%	0	0,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.5 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 3 "Considerando a extensão da prova, em relação ao tempo total, você considera que a prova foi:", por Grande Região e por Quartos de Desempenho, segundo a Extensão da prova - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Extensão da prova	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL		1º quarto		2º quarto		3º quarto		4º quarto	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.828	100,0%	582	100,0%	1.011	100,0%	516	100,0%	5.532	100,0%	1.187	100,0%	2.177	100,0%	2.197	100,0%	2.217	100,0%	2.237	100,0%
Muito longa.	1.382	15,7%	81	13,9%	151	14,9%	84	16,3%	884	16,0%	182	15,3%	470	21,6%	365	16,6%	300	13,5%	247	11,0%
Longa.	2.026	22,9%	105	18,0%	214	21,2%	93	18,0%	1.295	23,4%	319	26,9%	511	23,5%	495	22,5%	500	22,6%	520	23,2%
Adequada.	5.045	57,1%	367	63,1%	572	56,6%	311	60,3%	3.167	57,2%	628	52,9%	1.129	51,9%	1.257	57,2%	1.325	59,8%	1.334	59,6%
Curta.	302	3,4%	24	4,1%	59	5,8%	23	4,5%	151	2,7%	45	3,8%	42	1,9%	67	3,0%	78	3,5%	115	5,1%
Muito curta.	73	0,8%	5	0,9%	15	1,5%	5	1,0%	35	0,6%	13	1,1%	25	1,1%	13	0,6%	14	0,6%	21	0,9%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.6 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 3 "Considerando a extensão da prova, em relação ao tempo total, você considera que a prova foi:", por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica, segundo a Extensão da prova - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Extensão da prova	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Brasil		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.828	100,0%	957	100,0%	7.871	100,0%	5.164	100,0%	2.221	100,0%	1.443	100,0%	0	100,0%
Muito longa.	1.382	15,7%	111	11,6%	1.271	16,1%	798	15,5%	384	17,3%	200	13,9%	0	0,0%
Longa.	2.026	22,9%	210	21,9%	1.816	23,1%	1.179	22,8%	506	22,8%	341	23,6%	0	0,0%
Adequada.	5.045	57,1%	573	59,9%	4.472	56,8%	2.979	57,7%	1.221	55,0%	845	58,6%	0	0,0%
Curta.	302	3,4%	48	5,0%	254	3,2%	171	3,3%	86	3,9%	45	3,1%	0	0,0%
Muito curta.	73	0,8%	15	1,6%	58	0,7%	37	0,7%	24	1,1%	12	0,8%	0	0,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.7 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 4 "Os enunciados das questões da prova da parte de Formação Geral estavam claros e objetivos?", por Grande Região e por Quartos de Desempenho, segundo a Clareza e objetividade dos enunciados - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Clareza e objetividade dos enunciados	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL		1º quarto		2º quarto		3º quarto		4º quarto	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.822	100,0%	580	100,0%	1.014	100,0%	515	100,0%	5.531	100,0%	1.182	100,0%	2.175	100,0%	2.190	100,0%	2.221	100,0%	2.236	100,0%
Sim, todos.	3.148	35,7%	215	37,1%	376	37,1%	184	35,7%	1.956	35,4%	417	35,3%	651	29,9%	721	32,9%	784	35,3%	992	44,4%
Sim, a maioria.	4.349	49,3%	299	51,6%	484	47,7%	255	49,5%	2.704	48,9%	607	51,4%	977	44,9%	1.121	51,2%	1.164	52,4%	1.087	48,6%
Apenas cerca da metade.	860	9,7%	45	7,8%	103	10,2%	44	8,5%	554	10,0%	114	9,6%	330	15,2%	231	10,5%	192	8,6%	107	4,8%
Poucos.	374	4,2%	19	3,3%	47	4,6%	26	5,0%	243	4,4%	39	3,3%	165	7,6%	96	4,4%	69	3,1%	44	2,0%
Não, nenhum.	91	1,0%	2	0,3%	4	0,4%	6	1,2%	74	1,3%	5	0,4%	52	2,4%	21	1,0%	12	0,5%	6	0,3%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.8 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 4 "Os enunciados das questões da prova da parte de Formação Geral estavam claros e objetivos?", por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica, segundo a Clareza e objetividade dos enunciados - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Clareza e objetividade dos enunciados	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Brasil		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.822	100,0%	958	100,0%	7.864	100,0%	5.158	100,0%	2.222	100,0%	1.442	100,0%	0	100,0%
Sim, todos.	3.148	35,7%	407	42,5%	2.741	34,9%	1.873	36,3%	721	32,4%	554	38,4%	0	0,0%
Sim, a maioria.	4.349	49,3%	459	47,9%	3.890	49,5%	2.521	48,9%	1.154	51,9%	674	46,7%	0	0,0%
Apenas cerca da metade.	860	9,7%	65	6,8%	795	10,1%	487	9,4%	237	10,7%	136	9,4%	0	0,0%
Poucos.	374	4,2%	24	2,5%	350	4,5%	220	4,3%	91	4,1%	63	4,4%	0	0,0%
Não, nenhum.	91	1,0%	3	0,3%	88	1,1%	57	1,1%	19	0,9%	15	1,0%	0	0,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.9 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 5 "Os enunciados das questões da prova da parte de Componente Específico estavam claros e objetivos?", por Grande Região e por Quartos de Desempenho, segundo a Clareza e objetividade dos enunciados - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Clareza e objetividade dos enunciados	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL		1º quarto		2º quarto		3º quarto		4º quarto	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.822	100,0%	582	100,0%	1.011	100,0%	515	100,0%	5.529	100,0%	1.185	100,0%	2.176	100,0%	2.192	100,0%	2.220	100,0%	2.234	100,0%
Sim, todos.	2.634	29,9%	170	29,2%	297	29,4%	153	29,7%	1.669	30,2%	345	29,1%	589	27,1%	611	27,9%	674	30,4%	760	34,0%
Sim, a maioria.	4.774	54,1%	334	57,4%	533	52,7%	265	51,5%	2.980	53,9%	662	55,9%	1.039	47,7%	1.215	55,4%	1.240	55,9%	1.280	57,3%
Apenas cerca da metade.	946	10,7%	57	9,8%	121	12,0%	62	12,0%	588	10,6%	118	10,0%	343	15,8%	264	12,0%	206	9,3%	133	6,0%
Poucos.	376	4,3%	18	3,1%	53	5,2%	27	5,2%	228	4,1%	50	4,2%	157	7,2%	77	3,5%	89	4,0%	53	2,4%
Não, nenhum.	92	1,0%	3	0,5%	7	0,7%	8	1,6%	64	1,2%	10	0,8%	48	2,2%	25	1,1%	11	0,5%	8	0,4%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.10 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 5 "Os enunciados das questões da prova da parte de Componente Específico estavam claros e objetivos?", por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica, segundo a Clareza e objetividade dos enunciados - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Clareza e objetividade dos enunciados	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Brasil		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.822	100,0%	958	100,0%	7.864	100,0%	5.159	100,0%	2.222	100,0%	1.441	100,0%	0	100,0%
Sim, todos.	2.634	29,9%	316	33,0%	2.318	29,5%	1.530	29,7%	619	27,9%	485	33,7%	0	0,0%
Sim, a maioria.	4.774	54,1%	522	54,5%	4.252	54,1%	2.799	54,3%	1.235	55,6%	740	51,4%	0	0,0%
Apenas cerca da metade.	946	10,7%	85	8,9%	861	10,9%	543	10,5%	256	11,5%	147	10,2%	0	0,0%
Poucos.	376	4,3%	29	3,0%	347	4,4%	225	4,4%	94	4,2%	57	4,0%	0	0,0%
Não, nenhum.	92	1,0%	6	0,6%	86	1,1%	62	1,2%	18	0,8%	12	0,8%	0	0,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.11 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas rálidas dos estudantes à Questão 6 "As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?", por Grande Região e por Quartos de Desempenho, segundo a Suficiência das informações/instruções - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Suficiência das informações / instruções	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL		1º quarto		2º quarto		3º quarto		4º quarto	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.828	100,0%	578	100,0%	1.010	100,0%	516	100,0%	5.537	100,0%	1.187	100,0%	2.176	100,0%	2.196	100,0%	2.217	100,0%	2.239	100,0%
Sim, até excessivas.	944	10,7%	59	10,2%	113	11,2%	66	12,8%	594	10,7%	112	9,4%	313	14,4%	236	10,7%	217	9,8%	178	7,9%
Sim, em todas elas.	3.712	42,0%	251	43,4%	414	41,0%	206	39,9%	2.341	42,3%	500	42,1%	820	37,7%	923	42,0%	952	42,9%	1.017	45,4%
Sim, na maioria delas.	3.421	38,8%	225	38,9%	389	38,5%	198	38,4%	2.133	38,5%	476	40,1%	761	35,0%	835	38,0%	902	40,7%	923	41,2%
Sim, somente em algumas.	655	7,4%	40	6,9%	86	8,5%	38	7,4%	404	7,3%	87	7,3%	241	11,1%	175	8,0%	132	6,0%	107	4,8%
Não, em nenhuma delas.	96	1,1%	3	0,5%	8	0,8%	8	1,6%	65	1,2%	12	1,0%	41	1,9%	27	1,2%	14	0,6%	14	0,6%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.12 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 6 "As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?", por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica, segundo a Suficiência das informações/instruções - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Suficiência das informações / instruções	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Brasil		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.828	100,0%	956	100,0%	7.872	100,0%	5.160	100,0%	2.223	100,0%	1.445	100,0%	0	100,0%
Sim, até excessivas.	944	10,7%	84	8,8%	860	10,9%	535	10,4%	231	10,4%	178	12,3%	0	0,0%
Sim, em todas elas.	3.712	42,0%	396	41,4%	3.316	42,1%	2.159	41,8%	907	40,8%	646	44,7%	0	0,0%
Sim, na maioria delas.	3.421	38,8%	395	41,3%	3.026	38,4%	2.009	38,9%	907	40,8%	505	34,9%	0	0,0%
Sim, somente em algumas.	655	7,4%	70	7,3%	585	7,4%	401	7,8%	152	6,8%	102	7,1%	0	0,0%
Não, em nenhuma delas.	96	1,1%	11	1,2%	85	1,1%	56	1,1%	26	1,2%	14	1,0%	0	0,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.13 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 7 "Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova? Qual?", por Grande Região e por Quartos de Desempenho, segundo o Tipo de dificuldade - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Tipo de dificuldade	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL		1º quarto		2º quarto		3º quarto		4º quarto	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.821	100,0%	578	100,0%	1.012	100,0%	515	100,0%	5.532	100,0%	1.184	100,0%	2.176	100,0%	2.194	100,0%	2.215	100,0%	2.236	100,0%
Desconhecimento do conteúdo.	1.192	13,5%	86	14,9%	101	10,0%	68	13,2%	752	13,6%	185	15,6%	314	14,4%	284	12,9%	291	13,1%	303	13,6%
Forma diferente de abordagem do conteúdo.	2.568	29,1%	157	27,2%	308	30,4%	164	31,8%	1.571	28,4%	368	31,1%	607	27,9%	671	30,6%	630	28,4%	660	29,5%
Espaço insuficiente para responder às questões.	326	3,7%	12	2,1%	32	3,2%	19	3,7%	218	3,9%	45	3,8%	80	3,7%	70	3,2%	90	4,1%	86	3,8%
Falta de motivação para fazer a prova.	1.954	22,2%	139	24,0%	258	25,5%	97	18,8%	1.245	22,5%	215	18,2%	576	26,5%	473	21,6%	479	21,6%	426	19,1%
Não tive qualquer tipo de dificuldade para responder à prova.	2.781	31,5%	184	31,8%	313	30,9%	167	32,4%	1.746	31,6%	371	31,3%	599	27,5%	696	31,7%	725	32,7%	761	34,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.14 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 7 "Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova? Qual?", por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica, segundo o Tipo de dificuldade - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Tipo de dificuldade	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Brasil		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.821	100,0%	953	100,0%	7.868	100,0%	5.156	100,0%	2.222	100,0%	1.443	100,0%	0	100,0%
Desconhecimento do conteúdo.	1.192	13,5%	144	15,1%	1.048	13,3%	711	13,8%	339	15,3%	142	9,8%	0	0,0%
Forma diferente de abordagem do conteúdo.	2.568	29,1%	268	28,1%	2.300	29,2%	1.450	28,1%	713	32,1%	405	28,1%	0	0,0%
Espaço insuficiente para responder às questões.	326	3,7%	36	3,8%	290	3,7%	188	3,6%	73	3,3%	65	4,5%	0	0,0%
Falta de motivação para fazer a prova.	1.954	22,2%	244	25,6%	1.710	21,7%	1.166	22,6%	419	18,9%	369	25,6%	0	0,0%
Não tive qualquer tipo de dificuldade para responder à prova.	2.781	31,5%	261	27,4%	2.520	32,0%	1.641	31,8%	678	30,5%	462	32,0%	0	0,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.15 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 8 "Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que:", por Grande Região e por Quartos de Desempenho, segundo o Nível de aprendizado dos conteúdos das questões objetivas - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Nível de aprendizado dos conteúdos	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL		1º quarto		2º quarto		3º quarto		4º quarto	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.820	100,0%	578	100,0%	1.014	100,0%	515	100,0%	5.527	100,0%	1.186	100,0%	2.177	100,0%	2.193	100,0%	2.215	100,0%	2.235	100,0%
Não estudou ainda a maioria desses conteúdos.	256	2,9%	20	3,5%	32	3,2%	23	4,5%	158	2,9%	23	1,9%	143	6,6%	59	2,7%	35	1,6%	19	0,9%
Estudou alguns desses conteúdos, mas não os aprendeu.	646	7,3%	40	6,9%	66	6,5%	48	9,3%	413	7,5%	79	6,7%	281	12,9%	176	8,0%	111	5,0%	78	3,5%
Estudou a maioria desses conteúdos, mas não os aprendeu.	977	11,1%	56	9,7%	115	11,3%	71	13,8%	614	11,1%	121	10,2%	362	16,6%	244	11,1%	224	10,1%	147	6,6%
Estudou e aprendeu muitos desses conteúdos.	5.552	62,9%	383	66,3%	664	65,5%	320	62,1%	3.398	61,5%	787	66,4%	1.072	49,2%	1.392	63,5%	1.501	67,8%	1.587	71,0%
Estudou e aprendeu todos esses conteúdos.	1.389	15,7%	79	13,7%	137	13,5%	53	10,3%	944	17,1%	176	14,8%	319	14,7%	322	14,7%	344	15,5%	404	18,1%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.16 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 8 "Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que:", por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica, segundo o Nível de aprendizado dos conteúdos das questões objetivas - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Nível de aprendizado dos conteúdos	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Brasil		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.820	100,0%	958	100,0%	7.862	100,0%	5.162	100,0%	2.216	100,0%	1.442	100,0%	0	100,0%
Não estudou ainda a maioria desses conteúdos.	256	2,9%	22	2,3%	234	3,0%	166	3,2%	53	2,4%	37	2,6%	0	0,0%
Estudou alguns desses conteúdos, mas não os aprendeu.	646	7,3%	58	6,1%	588	7,5%	398	7,7%	171	7,7%	77	5,3%	0	0,0%
Estudou a maioria desses conteúdos, mas não os aprendeu.	977	11,1%	94	9,8%	883	11,2%	599	11,6%	241	10,9%	137	9,5%	0	0,0%
Estudou e aprendeu muitos desses conteúdos.	5.552	62,9%	649	67,7%	4.903	62,4%	3.222	62,4%	1.439	64,9%	891	61,8%	0	0,0%
Estudou e aprendeu todos esses conteúdos.	1.389	15,7%	135	14,1%	1.254	16,0%	777	15,1%	312	14,1%	300	20,8%	0	0,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.17 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 9 "Qual foi o tempo gasto por você para concluir a prova?", por Grande Região e por Quartos de Desempenho, segundo o Tempo gasto - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Tempo gasto	Grande Região												Quartos de Desempenho							
	Brasil		CO		NE		NO		SE		SUL		1º quarto		2º quarto		3º quarto		4º quarto	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.797	100,0%	579	100,0%	1.008	100,0%	508	100,0%	5.520	100,0%	1.182	100,0%	2.175	100,0%	2.196	100,0%	2.202	100,0%	2.224	100,0%
Menos de uma hora.	268	3,0%	16	2,8%	27	2,7%	14	2,8%	187	3,4%	24	2,0%	176	8,1%	44	2,0%	29	1,3%	19	0,9%
Entre uma e duas horas.	2.754	31,3%	175	30,2%	217	21,5%	127	25,0%	1.923	34,8%	312	26,4%	1.037	47,7%	764	34,8%	574	26,1%	379	17,0%
Entre duas e três horas.	2.858	32,5%	187	32,3%	314	31,2%	165	32,5%	1.817	32,9%	375	31,7%	600	27,6%	747	34,0%	775	35,2%	736	33,1%
Entre três e quatro horas.	2.601	29,6%	182	31,4%	379	37,6%	175	34,4%	1.448	26,2%	417	35,3%	315	14,5%	565	25,7%	742	33,7%	979	44,0%
Quatro horas e não consegui terminar.	316	3,6%	19	3,3%	71	7,0%	27	5,3%	145	2,6%	54	4,6%	47	2,2%	76	3,5%	82	3,7%	111	5,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela II.18 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de respostas válidas dos estudantes à Questão 9 "Qual foi o tempo gasto por você para concluir a prova?", por Categoria Administrativa e por Organização Acadêmica, segundo o Tempo gasto - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Nível de aprendizado dos conteúdos	Categoria Administrativa						Organização Acadêmica							
	Brasil		Públicas		Privadas		Universidades		Centros Universitários		Faculdades		CEFET/IF	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Total	8.797	100,0%	947	100,0%	7.850	100,0%	5.136	100,0%	2.219	100,0%	1.442	100,0%	0	100,0%
Menos de uma hora.	268	3,0%	20	2,1%	248	3,2%	169	3,3%	43	1,9%	56	3,9%	0	0,0%
Entre uma e duas horas.	2.754	31,3%	188	19,9%	2.566	32,7%	1.663	32,4%	582	26,2%	509	35,3%	0	0,0%
Entre duas e três horas.	2.858	32,5%	329	34,7%	2.529	32,2%	1.702	33,1%	697	31,4%	459	31,8%	0	0,0%
Entre três e quatro horas.	2.601	29,6%	342	36,1%	2.259	28,8%	1.411	27,5%	812	36,6%	378	26,2%	0	0,0%
Quatro horas e não consegui terminar.	316	3,6%	68	7,2%	248	3,2%	191	3,7%	85	3,8%	40	2,8%	0	0,0%

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

ANEXO VI

TABULAÇÃO DAS RESPOSTAS DO "QUESTIONÁRIO DO ESTUDANTE" SEGUNDO SEXO E QUARTOS DE DESEMPENHO DOS **ESTUDANTES**

Neste Anexo estão tabuladas as respostas válidas dadas às perguntas dos estudantes ao "Questionário do Estudante". Os dados estão apresentados segundo Sexo e Quartos de Desempenho dos estudantes. O universo, considerado é o de regularmente inscritos. As informações da Categoria Administrativa, Organização Acadêmica, Sexo e Idade foram tabuladas para o mesmo universo.

Tabela III.1 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de estudantes, por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria Administrativa da IES - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Públicas	10,8%	16,5%	28,1%	44,6%	11,3%	11,5%	14,4%	25,9%	48,2%	10,1%
Privadas	28,2%	26,1%	23,7%	22,1%	88,7%	25,1%	26,1%	25,6%	23,2%	89,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.2 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de estudantes, por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Organização Acadêmica da IES - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Organização Acadêmica	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Universidades	26,5%	24,9%	23,5%	25,1%	57,3%	24,6%	24,5%	24,6%	26,3%	58,8%
Centros Universitários	24,4%	23,6%	28,7%	23,3%	25,2%	22,9%	27,3%	27,6%	22,2%	24,9%
Faculdades	27,9%	27,1%	20,0%	25,1%	17,5%	22,0%	22,7%	26,1%	29,2%	16,2%
CEFET/IF	-	-	-	-	0,0%	-	-	-	-	0,0%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.3 - Distribuição absoluta e percentual (na coluna) de estudantes, por Quartos de Desempenho, segundo o Sexo - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Sexo	Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Masculino	26,2%	25,0%	24,2%	24,6%	42,9%
Feminino	23,8%	24,9%	25,6%	25,7%	57,1%
Total	2.330	2.343	2.346	2.372	9.391

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.4 - Distribuição percentual (na coluna) de estudantes, por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo o Grupo etário, a Média e o Desvio padrão das idades - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Grupo etário, Média e Desvio padrão das idades	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Até 24	25,7%	24,6%	25,0%	24,7%	59,0%	22,7%	24,5%	25,7%	27,0%	71,5%
25 a 29	26,6%	25,1%	22,2%	26,1%	30,0%	26,6%	25,5%	24,9%	23,0%	22,4%
30 a 34	27,1%	26,4%	24,5%	21,9%	6,7%	25,1%	28,1%	25,6%	21,2%	3,8%
35 a 39	32,9%	30,5%	22,0%	14,6%	2,0%	25,3%	26,6%	26,6%	21,5%	1,5%
40 a 44	26,1%	23,9%	28,3%	21,7%	1,1%	36,0%	20,0%	28,0%	16,0%	0,5%
45 e mais	26,1%	23,9%	30,4%	19,6%	1,1%	26,7%	33,3%	33,3%	6,7%	0,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359
Média	25,3	25,2	25,1	24,9	25,1	24,2	24,1	24,0	23,7	24,0
Desvio padrão	4,7	4,6	5,0	4,2	4,6	3,7	3,7	3,6	3,0	3,5

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.5 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 1 "Qual o seu estado civil?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Solteiro(a)	25,9%	24,9%	24,3%	24,8%	93,1%	23,6%	24,9%	25,4%	26,2%	93,2%
Casado(a)	30,9%	25,7%	19,4%	24,1%	4,7%	27,0%	27,4%	27,4%	18,3%	4,9%
Separado(a) judicialmente/divorciado(a)	35,3%	29,4%	17,6%	17,6%	0,4%	26,7%	16,7%	16,7%	40,0%	0,6%
Viúvo(a)	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Outro	24,6%	24,6%	30,4%	20,3%	1,7%	20,6%	23,5%	39,7%	16,2%	1,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.6 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 2 "Qual é a sua cor ou raça?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Branca	25,6%	25,2%	23,6%	25,6%	63,6%	22,5%	24,5%	25,6%	27,5%	67,4%
Preta	27,1%	24,0%	26,4%	22,5%	11,4%	28,1%	23,8%	26,7%	21,3%	9,7%
Amarela	31,9%	27,7%	21,3%	19,1%	1,2%	34,1%	27,3%	20,5%	18,2%	1,6%
Parda	27,1%	24,9%	24,6%	23,4%	22,3%	25,0%	26,9%	25,2%	22,9%	20,1%
Indígena	28,6%	14,3%	42,9%	14,3%	0,3%	25,0%	25,0%	50,0%	0,0%	0,1%
Não quero declarar	28,0%	24,0%	22,0%	26,0%	1,2%	24,1%	22,4%	31,0%	22,4%	1,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.7 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 3 "Qual a sua nacionalidade?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Brasileira	26,1%	25,0%	24,2%	24,8%	99,1%	23,5%	24,9%	25,6%	25,9%	98,7%
Brasileira naturalizada	37,0%	33,3%	22,2%	7,4%	0,7%	40,3%	29,0%	21,0%	9,7%	1,2%
Estrangeira	54,5%	9,1%	18,2%	18,2%	0,3%	33,3%	33,3%	22,2%	11,1%	0,2%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.8 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 4 "Até que etapa de escolarização seu pai concluiu?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Nenhuma	39,8%	26,9%	18,5%	14,8%	2,7%	36,2%	28,2%	18,8%	16,8%	2,8%
Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série)	25,1%	25,9%	28,6%	20,4%	12,7%	27,0%	27,8%	25,7%	19,5%	11,4%
Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série)	27,0%	27,0%	23,0%	23,0%	12,5%	24,5%	25,1%	29,3%	21,2%	13,0%
Ensino Médio	25,5%	25,8%	24,7%	24,0%	35,6%	23,9%	25,8%	25,3%	25,1%	37,5%
Ensino Superior - Graduação	25,4%	24,9%	23,9%	25,8%	25,1%	22,2%	23,5%	26,3%	28,0%	24,9%
Pós-graduação	27,4%	18,9%	20,8%	32,9%	11,3%	19,4%	21,0%	22,2%	37,5%	10,5%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.9 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 5 "Até que etapa de escolarização sua mãe concluiu?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Nenhuma	40,0%	10,0%	20,0%	30,0%	0,7%	30,0%	40,0%	20,0%	10,0%	0,6%
Ensino Fundamental: 1º ao 5º ano (1ª a 4ª série)	26,5%	26,8%	25,7%	21,0%	9,0%	28,9%	27,0%	27,0%	17,1%	7,9%
Ensino Fundamental: 6º ao 9º ano (5ª a 8ª série)	25,1%	27,9%	25,3%	21,6%	11,5%	28,0%	28,6%	22,8%	20,6%	10,1%
Ensino Médio	26,9%	26,8%	24,3%	22,0%	35,4%	23,7%	26,1%	27,1%	23,1%	38,7%
Ensino Superior - Graduação	25,9%	23,8%	24,0%	26,2%	28,1%	23,9%	23,0%	24,7%	28,4%	26,7%
Pós-graduação	25,2%	20,4%	22,6%	31,8%	15,4%	18,1%	21,4%	24,7%	35,8%	16,0%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.10 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 6 "Onde e com quem você mora atualmente?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Em casa ou apartamento, sozinho	24,4%	26,5%	20,5%	28,6%	10,7%	27,7%	19,2%	25,9%	27,1%	9,3%
Em casa ou apartamento, com pais e/ou parentes	27,7%	25,3%	24,1%	22,8%	73,7%	23,6%	26,0%	25,5%	24,9%	75,0%
Em casa ou apartamento, com cônjuge e/ou filhos	25,4%	25,1%	25,4%	24,2%	8,6%	24,6%	27,3%	26,4%	21,7%	9,6%
Em casa ou apartamento, com outras pessoas (incluindo república)	14,1%	18,7%	29,4%	37,8%	6,5%	16,6%	16,3%	25,7%	41,4%	5,7%
Em alojamento universitário da própria instituição	10,0%	10,0%	20,0%	60,0%	0,2%	16,7%	33,3%	33,3%	16,7%	0,1%
Em outros tipos de habitação individual ou coletiva (hotel, hospedaria, pensão ou outro)	15,4%	30,8%	30,8%	23,1%	0,3%	41,7%	25,0%	8,3%	25,0%	0,2%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.11 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 7 "Quantas pessoas da sua família moram com você? Considere seus pais, irmãos, cônjuge, filhos e outros parentes que moram na mesma casa com você", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Nenhuma	20,2%	23,9%	24,2%	31,6%	14,7%	23,5%	18,0%	26,0%	32,5%	12,9%
Uma	26,0%	24,0%	25,4%	24,6%	17,0%	24,6%	25,1%	26,0%	24,4%	18,0%
Duas	27,6%	24,7%	24,4%	23,3%	26,7%	21,8%	25,9%	26,4%	25,9%	26,2%
Três	26,0%	25,8%	23,3%	24,8%	25,2%	22,8%	26,3%	25,3%	25,6%	26,4%
Quatro	28,2%	25,7%	24,8%	21,3%	11,1%	24,7%	25,9%	25,8%	23,5%	10,9%
Cinco	28,8%	25,0%	25,6%	20,5%	3,9%	31,9%	26,3%	21,6%	20,2%	4,0%
Seis	46,2%	28,2%	5,1%	20,5%	1,0%	40,7%	25,9%	20,4%	13,0%	1,0%
Sete ou mais	40,9%	36,4%	22,7%	0,0%	0,5%	30,0%	40,0%	13,3%	16,7%	0,6%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.12 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 8 "Qual a renda total de sua família, incluindo seus rendimentos?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	30,5%	26,6%	24,7%	18,3%	9,0%	33,8%	26,2%	21,9%	18,1%	9,3%
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	29,6%	26,0%	23,3%	21,0%	22,8%	26,3%	26,9%	25,4%	21,3%	24,7%
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	24,8%	24,7%	26,3%	24,1%	20,0%	23,0%	26,9%	27,6%	22,5%	20,4%
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	21,7%	26,3%	26,7%	25,3%	14,0%	20,7%	25,1%	27,0%	27,2%	14,2%
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	23,1%	25,3%	24,5%	27,1%	16,3%	17,0%	23,7%	27,5%	31,8%	14,5%
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	24,8%	22,7%	21,6%	31,0%	13,2%	22,8%	18,9%	22,6%	35,8%	11,5%
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	35,4%	19,3%	17,2%	28,1%	4,8%	25,7%	21,9%	22,3%	30,1%	5,4%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.13 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 9 "Qual alternativa a seguir melhor descreve sua situação financeira (incluindo bolsas)?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Não tenho renda e meus gastos são financiados por programas governamentais	36,5%	25,4%	28,6%	9,5%	1,6%	37,0%	22,0%	21,0%	20,0%	1,9%
Não tenho renda e meus gastos são financiados pela minha família ou por outras pessoas	28,9%	24,6%	26,5%	20,0%	13,5%	25,2%	24,2%	27,8%	22,8%	13,5%
Tenho renda, mas recebo ajuda da família ou de outras pessoas para financiar meus gastos	25,4%	25,4%	23,3%	25,9%	45,5%	20,2%	25,0%	25,4%	29,4%	51,4%
Tenho renda e não preciso de ajuda para financiar meus gastos	26,6%	23,1%	25,2%	25,1%	20,1%	32,2%	24,4%	23,8%	19,6%	14,5%
Tenho renda e contribuo com o sustento da família	25,2%	25,8%	23,8%	25,2%	15,8%	24,0%	26,4%	26,0%	23,6%	16,5%
Sou o principal responsável pelo sustento da família	25,0%	27,1%	20,8%	27,1%	3,6%	29,3%	24,4%	27,6%	18,7%	2,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.14 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 10 "Qual alternativa a seguir melhor descreve sua situação de trabalho (exceto estágio ou bolsas)?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Não estou trabalhando	26,1%	24,8%	26,9%	22,2%	20,3%	20,3%	23,8%	27,5%	28,4%	22,7%
Trabalho eventualmente	29,1%	21,2%	27,4%	22,3%	8,8%	28,6%	23,9%	26,6%	20,9%	7,5%
Trabalho até 20 horas semanais	27,6%	28,7%	21,5%	22,2%	6,8%	25,7%	26,2%	24,9%	23,2%	7,6%
Trabalho de 21 a 39 horas semanais	29,6%	23,2%	22,3%	24,9%	19,9%	26,6%	23,8%	24,7%	24,9%	21,6%
Trabalho 40 horas semanais ou mais	24,0%	26,0%	23,6%	26,4%	44,2%	22,9%	26,1%	24,9%	26,0%	40,7%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.15 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 11 "Que tipo de bolsa de estudos ou financiamento do curso você recebeu para custear todas ou a maior parte das mensalidades? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Nenhum, pois meu curso é gratuito	10,2%	14,6%	27,3%	47,9%	10,2%	10,1%	13,5%	25,6%	50,9%	9,3%
Nenhum, embora meu curso não seja gratuito	31,6%	25,3%	21,0%	22,1%	38,0%	28,0%	26,1%	23,4%	22,5%	36,9%
ProUni integral	11,8%	24,5%	32,5%	31,3%	10,3%	12,8%	22,8%	31,4%	33,1%	12,0%
ProUni parcial, apenas	23,1%	29,6%	29,6%	17,6%	2,7%	31,0%	19,6%	27,2%	22,2%	2,9%
FIES, apenas	24,0%	23,4%	28,6%	24,0%	3,8%	21,7%	26,7%	25,0%	26,7%	3,4%
ProUni Parcial e FIES	44,1%	20,6%	17,6%	17,6%	0,8%	21,7%	43,5%	4,3%	30,4%	0,4%
Bolsa oferecida por governo estadual, distrital ou municipal	32,1%	24,7%	28,4%	14,8%	2,0%	30,6%	30,6%	25,0%	13,7%	2,3%
Bolsa oferecida pela própria instituição	27,5%	28,7%	23,5%	20,4%	23,4%	25,0%	26,8%	26,5%	21,7%	23,9%
Bolsa oferecida por outra entidade (empresa, ONG, outra)	36,4%	23,4%	24,4%	15,8%	5,2%	26,7%	28,2%	26,3%	18,7%	4,9%
Financiamento oferecido pela própria instituição	24,3%	33,0%	20,9%	21,7%	2,9%	28,8%	27,6%	25,9%	17,6%	3,2%
Financiamento bancário	51,6%	19,4%	19,4%	9,7%	0,8%	37,5%	33,3%	16,7%	12,5%	0,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.16 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 12 "Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de auxílio permanência? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Nenhum	26,7%	25,2%	24,0%	24,1%	94,7%	23,8%	25,2%	25,5%	25,5%	95,2%
Auxílio moradia	11,1%	22,2%	22,2%	44,4%	0,2%	27,3%	0,0%	36,4%	36,4%	0,2%
Auxílio alimentação	17,5%	15,0%	27,5%	40,0%	1,0%	8,7%	28,3%	23,9%	39,1%	0,9%
Auxílio moradia e alimentação	25,0%	18,8%	18,8%	37,5%	0,4%	29,4%	11,8%	35,3%	23,5%	0,3%
Auxílio permanência	16,3%	20,9%	32,6%	30,2%	1,1%	28,6%	17,5%	22,2%	31,7%	1,2%
Outro tipo de auxílio	19,0%	24,8%	25,7%	30,5%	2,6%	24,8%	21,5%	27,3%	26,4%	2,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.17 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 13 "Ao longo da sua trajetória acadêmica, você recebeu algum tipo de bolsa acadêmica? No caso de haver mais de uma opção, marcar apenas a bolsa de maior duração", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Nenhum	27,0%	25,8%	23,8%	23,4%	85,6%	24,7%	25,9%	25,2%	24,1%	86,1%
Bolsa de iniciação científica	10,8%	20,3%	35,1%	33,8%	1,8%	11,3%	9,4%	30,2%	49,1%	2,0%
Bolsa de extensão	9,9%	8,6%	33,3%	48,1%	2,0%	6,3%	11,6%	29,5%	52,6%	1,8%
Bolsa de monitoria/tutoria	5,3%	8,8%	36,8%	49,1%	1,4%	16,9%	10,8%	25,3%	47,0%	1,5%
Bolsa PET	0,0%	11,1%	22,2%	66,7%	0,2%	7,1%	7,1%	50,0%	35,7%	0,3%
Outro tipo de bolsa acadêmica	29,2%	25,1%	21,7%	24,0%	8,9%	22,2%	24,2%	26,7%	26,9%	8,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.18 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 14 "Durante o curso de graduação você participou de programas e/ou atividades curriculares no exterior?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Não participei	26,2%	25,1%	24,2%	24,4%	97,9%	24,0%	25,0%	25,5%	25,5%	96,7%
Sim, Programa Ciência sem Fronteiras	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sim, programa de intercâmbio financiado pelo Governo Federal (Marca; Brafitec; PLI; outro)	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%
Sim, programa de intercâmbio financiado pelo Governo Estadual	-	-	-	-	0,0%	-	-	-	-	0,0%
Sim, programa de intercâmbio da minha instituição	14,3%	23,8%	19,0%	42,9%	0,5%	11,5%	21,2%	23,1%	44,2%	1,0%
Sim, outro intercâmbio não institucional	28,3%	16,7%	23,3%	31,7%	1,5%	19,2%	25,0%	28,3%	27,5%	2,2%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.19 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 15 "Seu ingresso no curso de graduação se deu por meio de políticas de ação afirmativa ou inclusão social?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Não	28,1%	25,6%	23,0%	23,3%	78,3%	25,2%	25,5%	24,8%	24,5%	76,9%
Sim, por critério étnico-racial	13,6%	19,8%	37,0%	29,6%	2,0%	26,1%	25,0%	28,3%	20,7%	1,7%
Sim, por critério de renda	27,8%	23,1%	27,4%	21,7%	5,3%	21,8%	24,8%	30,5%	22,9%	5,0%
Sim, por ter estudado em escola pública ou particular com bolsa de estudos	19,3%	23,0%	26,7%	31,1%	6,7%	20,5%	22,9%	27,4%	29,1%	7,8%
Sim, por sistema que combina dois ou mais critérios anteriores	11,5%	20,8%	29,2%	38,5%	6,4%	11,8%	19,9%	28,2%	40,1%	7,4%
Sim, por sistema diferente dos anteriores	34,6%	34,6%	23,1%	7,7%	1,3%	28,1%	35,9%	23,4%	12,5%	1,2%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.20 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 16 "Em que Unidade da Federação você concluiu o ensino médio?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
AC	-	-	-	-	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%
AL	27,3%	31,8%	31,8%	9,1%	0,5%	37,9%	20,7%	20,7%	20,7%	0,5%
AM	38,5%	19,2%	26,9%	15,4%	0,6%	23,1%	50,0%	23,1%	3,8%	0,5%
AP	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
BA	26,0%	31,3%	21,4%	21,4%	3,3%	24,5%	23,4%	34,2%	17,9%	3,4%
CE	22,1%	17,2%	26,2%	34,4%	3,0%	19,5%	21,1%	27,1%	32,3%	2,5%
DF	24,1%	22,6%	25,5%	27,7%	3,4%	16,9%	26,6%	29,2%	27,3%	2,9%
ES	11,1%	20,8%	26,4%	41,7%	1,8%	11,6%	19,8%	26,7%	41,9%	1,6%
GO	12,4%	20,6%	34,0%	33,0%	2,4%	20,2%	23,9%	23,9%	32,1%	2,0%
MA	10,7%	32,1%	50,0%	7,1%	0,7%	28,6%	22,9%	31,4%	17,1%	0,7%
MG	20,9%	22,8%	27,9%	28,4%	9,0%	15,5%	20,0%	30,3%	34,3%	8,0%
MS	15,8%	31,6%	36,8%	15,8%	0,5%	18,4%	23,7%	26,3%	31,6%	0,7%
MT	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	0,2%	23,1%	15,4%	53,8%	7,7%	0,2%
PA	13,3%	21,7%	23,3%	41,7%	1,5%	12,7%	16,9%	25,4%	45,1%	1,3%
PB	41,7%	25,0%	25,0%	8,3%	0,3%	25,0%	33,3%	25,0%	16,7%	0,2%
PE	31,8%	27,1%	23,5%	17,6%	2,1%	26,2%	33,6%	17,8%	22,4%	2,0%
PI	21,1%	21,1%	26,3%	31,6%	0,5%	57,1%	28,6%	14,3%	0,0%	0,1%
PR	18,1%	24,5%	28,4%	29,0%	3,9%	16,7%	22,3%	26,0%	34,9%	5,0%
RJ	21,6%	26,0%	20,9%	31,5%	10,4%	19,3%	21,2%	28,8%	30,7%	11,7%
RN	14,3%	19,5%	27,3%	39,0%	1,9%	9,8%	19,7%	36,1%	34,4%	1,1%
RO	50,0%	33,3%	0,0%	16,7%	0,1%	30,8%	23,1%	30,8%	15,4%	0,2%
RR	33,3%	0,0%	66,7%	0,0%	0,1%	0,0%	66,7%	0,0%	33,3%	0,1%
RS	12,0%	26,8%	24,4%	36,8%	6,2%	19,7%	20,0%	28,3%	31,9%	6,7%
SC	21,7%	28,3%	26,1%	23,9%	2,3%	20,0%	27,1%	24,1%	28,8%	3,2%
SE	11,1%	25,9%	27,8%	35,2%	1,3%	10,9%	25,5%	23,6%	40,0%	1,0%
SP	34,3%	25,7%	22,0%	18,0%	43,7%	29,8%	27,9%	22,7%	19,7%	43,9%
TO	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,3%	0,0%	33,3%	33,3%	0,1%
Não se aplica	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	1.047	1.002	970	988	4.007	1.263	1.329	1.367	1.378	5.337

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.21 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 17 "Em que tipo de escola você cursou o ensino médio?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Todo em escola pública.	27,8%	26,7%	24,6%	20,9%	46,9%	27,0%	27,1%	25,2%	20,7%	46,5%
Todo em escola privada (particular).	23,6%	22,4%	23,9%	30,1%	42,6%	19,4%	22,5%	26,0%	32,0%	44,6%
Todo no exterior.	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	33,3%	16,7%	50,0%	0,0%	0,1%
A maior parte em escola pública.	24,2%	32,7%	24,2%	19,0%	3,8%	29,5%	28,8%	23,1%	18,6%	2,9%
A maior parte em escola privada (particular).	32,2%	25,1%	23,8%	18,8%	5,9%	27,0%	27,0%	25,5%	20,5%	4,9%
Parte no Brasil e parte no exterior.	36,7%	23,3%	20,0%	20,0%	0,7%	32,7%	9,6%	28,8%	28,8%	1,0%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.22 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 18 "Qual Modalidade de Oferta médio você concluiu?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Ensino médio tradicional.	26,8%	25,1%	23,8%	24,4%	85,4%	24,1%	24,9%	25,2%	25,8%	87,4%
Profissionalizante técnico (eletrônica, contabilidade, agrícola, outro).	13,4%	22,4%	29,3%	34,9%	8,7%	14,7%	24,3%	29,8%	31,1%	8,5%
Profissionalizante magistério (curso Normal)	30,0%	30,0%	20,0%	20,0%	0,2%	33,3%	20,8%	33,3%	12,5%	0,4%
Educação de jovens e adultos (EJA) e/ou Supletivo.	39,8%	27,1%	22,1%	11,0%	4,5%	37,5%	28,9%	21,1%	12,5%	2,8%
Outra modalidade.	24,4%	28,9%	26,7%	20,0%	1,1%	26,2%	23,8%	31,0%	19,0%	0,8%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.23 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 19 "Quem lhe deu maior incentivo para cursar a graduação?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Ninguém	28,9%	25,1%	24,6%	21,5%	15,7%	34,5%	26,8%	23,0%	15,7%	10,7%
Pais	25,0%	25,1%	24,5%	25,4%	70,4%	22,6%	24,6%	25,5%	27,4%	77,6%
Outros membros da família que não os pais	35,0%	23,5%	20,2%	21,3%	4,5%	19,9%	27,2%	32,2%	20,7%	4,9%
Professores	16,5%	17,5%	28,2%	37,9%	2,6%	19,2%	22,4%	24,0%	34,4%	2,3%
Líder ou representante religioso	18,2%	9,1%	54,5%	18,2%	0,3%	27,3%	36,4%	18,2%	18,2%	0,2%
Colegas/Amigos	27,2%	28,8%	20,9%	23,0%	4,7%	25,5%	23,6%	28,7%	22,3%	2,9%
Outras pessoas	41,7%	25,0%	18,1%	15,3%	1,8%	24,3%	27,1%	25,7%	22,9%	1,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.24 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 20 "Algum dos grupos abaixo foi determinante para você enfrentar dificuldades durante seu curso superior e concluí-lo?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Não tive dificuldade	28,9%	26,0%	23,9%	21,2%	41,2%	25,9%	25,0%	25,4%	23,7%	39,5%
Não recebi apoio para enfrentar dificuldades	26,0%	24,0%	24,7%	25,3%	7,1%	27,7%	32,0%	21,9%	18,3%	5,2%
Pais	24,0%	24,5%	25,8%	25,7%	28,8%	23,2%	24,3%	25,1%	27,3%	33,0%
Avós	18,6%	18,6%	27,1%	35,7%	1,7%	15,8%	30,3%	31,6%	22,4%	1,4%
Irmãos, primos ou tios	37,0%	23,3%	17,8%	21,9%	1,8%	16,1%	27,7%	32,1%	24,1%	2,1%
Líder ou representante religioso	30,8%	15,4%	23,1%	30,8%	0,3%	41,7%	8,3%	8,3%	41,7%	0,2%
Colegas de curso ou amigos	22,0%	23,0%	22,0%	33,1%	10,0%	17,0%	22,3%	26,8%	33,9%	10,3%
Professores do curso	21,5%	26,2%	22,3%	30,0%	3,2%	15,0%	27,8%	28,6%	28,6%	2,5%
Profissionais do serviço de apoio ao estudante da IES	22,2%	11,1%	22,2%	44,4%	0,2%	25,0%	16,7%	33,3%	25,0%	0,2%
Colegas de trabalho	34,5%	18,2%	20,0%	27,3%	1,4%	31,7%	26,7%	18,3%	23,3%	1,1%
Outro grupo	24,4%	31,0%	25,0%	19,6%	4,2%	27,6%	23,4%	27,6%	21,3%	4,5%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.25 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 21 "Alguém em sua família concluiu um curso superior?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Sim	26,2%	24,4%	24,1%	25,3%	78,0%	22,8%	24,1%	25,7%	27,4%	77,9%
Não	26,1%	27,0%	24,5%	22,4%	22,0%	27,1%	27,9%	25,3%	19,7%	22,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.26 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 22 "Excetuando-se os livros indicados na bibliografia do seu curso, quantos livros você leu neste ano?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Nenhum	32,9%	26,5%	21,7%	18,9%	21,0%	31,9%	26,2%	22,1%	19,8%	17,6%
Um ou dois	27,8%	25,3%	23,9%	23,0%	38,7%	24,7%	26,8%	25,8%	22,7%	37,8%
De três a cinco	22,9%	25,1%	25,6%	26,3%	27,1%	21,8%	24,8%	25,6%	27,8%	27,7%
De seis a oito	20,6%	20,6%	25,8%	33,0%	6,6%	16,6%	19,9%	28,6%	34,8%	7,3%
Mais de oito	15,0%	21,8%	26,3%	36,8%	6,6%	16,4%	19,5%	28,6%	35,4%	9,6%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.27 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 23 "Quantas horas por semana, aproximadamente, você dedicou aos estudos, excetuando as horas de aula?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Nenhuma, apenas assisto às aulas	31,6%	24,4%	22,2%	21,8%	11,3%	30,2%	26,1%	21,7%	22,0%	6,8%
De uma a três	27,8%	26,3%	24,9%	20,9%	46,8%	25,6%	26,7%	24,5%	23,2%	48,5%
De quatro a sete	24,2%	23,4%	23,0%	29,3%	28,8%	20,3%	24,0%	27,8%	27,8%	29,9%
De oito a doze	17,9%	24,9%	25,2%	31,9%	7,8%	21,9%	20,4%	25,1%	32,6%	8,9%
Mais de doze	23,5%	22,6%	26,7%	27,2%	5,4%	21,3%	20,6%	28,1%	30,0%	6,0%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.28 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 24 "Você teve oportunidade de aprendizado de idioma estrangeiro na Instituição?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Sim, somente na modalidade presencial	25,0%	25,2%	22,6%	27,2%	11,3%	24,1%	19,8%	20,7%	35,4%	10,1%
Sim, somente na modalidade semipresencial	26,0%	32,0%	20,0%	22,0%	1,2%	35,7%	32,9%	17,1%	14,3%	1,3%
Sim, parte na modalidade presencial e parte na modalidade semipresencial	20,6%	21,0%	24,8%	33,7%	7,8%	17,4%	17,7%	28,8%	36,1%	7,1%
Sim, na modalidade a distância	22,3%	25,3%	24,2%	28,2%	9,2%	21,4%	23,5%	26,8%	28,4%	11,4%
Não	27,5%	25,2%	24,4%	22,8%	70,4%	24,5%	26,5%	25,9%	23,1%	70,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.29 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 25 "Qual o principal motivo para você ter escolhido este curso?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Inserção no mercado de trabalho	29,9%	25,3%	22,2%	22,6%	24,4%	26,4%	26,0%	24,3%	23,4%	23,8%
Influência familiar	33,0%	29,7%	20,9%	16,5%	4,5%	31,1%	30,3%	24,8%	13,9%	4,4%
Valorização profissional	29,4%	26,0%	23,2%	21,4%	8,1%	27,3%	27,6%	25,0%	20,1%	7,2%
Prestígio Social	35,3%	26,5%	23,5%	14,7%	0,8%	28,1%	18,8%	37,5%	15,6%	0,6%
Vocação	21,8%	24,4%	25,7%	28,1%	45,0%	19,9%	23,0%	26,2%	31,0%	46,2%
Oferecido na modalidade a distância	33,3%	11,1%	16,7%	38,9%	0,4%	20,0%	40,0%	20,0%	20,0%	0,7%
Baixa concorrência para ingresso	39,4%	36,4%	12,1%	12,1%	0,8%	27,3%	27,3%	30,3%	15,2%	0,6%
Outro motivo	28,3%	23,9%	25,2%	22,7%	15,9%	27,1%	25,8%	26,0%	21,1%	16,5%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.30 - Distribuição percentual (na coluna) das respostas dos estudantes à Questão 26 "Qual a principal razão para você ter escolhido a sua instituição de educação superior?", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Gratuidade	14,6%	24,6%	26,3%	34,6%	6,0%	18,0%	19,7%	23,1%	39,3%	5,5%
Preço da mensalidade	38,4%	25,8%	20,1%	15,8%	13,8%	32,4%	28,5%	23,4%	15,7%	15,5%
Proximidade da minha residência	29,6%	24,8%	23,8%	21,7%	12,9%	24,4%	27,8%	26,3%	21,5%	12,1%
Proximidade do meu trabalho	37,0%	33,3%	22,2%	7,4%	1,3%	36,5%	36,5%	15,9%	11,1%	1,2%
Facilidade de acesso	33,0%	27,0%	23,0%	17,0%	5,7%	28,7%	24,7%	29,3%	17,3%	5,6%
Qualidade/reputação	21,8%	23,7%	25,6%	28,9%	41,9%	20,0%	21,9%	26,0%	32,1%	40,5%
Foi a única onde tive aprovação	26,9%	23,7%	31,2%	18,3%	2,3%	25,5%	24,5%	26,6%	23,4%	1,8%
Possibilidade de ter bolsa de estudo	18,6%	27,1%	24,9%	29,4%	8,7%	19,7%	28,4%	26,7%	25,1%	10,7%
Outro motivo	33,7%	25,9%	20,9%	19,5%	7,4%	29,4%	26,6%	25,5%	18,5%	7,2%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.31 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 27 "As disciplinas cursadas contribuíram para sua formação integral, como cidadão e profissional", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	47,2%	33,3%	16,7%	2,8%	0,9%	30,4%	17,4%	26,1%	26,1%	0,4%
Discordo	42,0%	25,0%	14,8%	18,2%	2,2%	30,2%	23,8%	22,2%	23,8%	1,2%
Discordo parcialmente	37,9%	24,2%	22,7%	15,2%	5,3%	18,8%	36,3%	23,8%	21,1%	4,8%
Concordo parcialmente	27,8%	28,3%	21,4%	22,5%	15,8%	28,5%	23,8%	25,3%	22,4%	13,6%
Concordo	23,7%	22,4%	27,7%	26,2%	25,6%	22,5%	24,4%	27,5%	25,6%	25,2%
Concordo totalmente	23,8%	25,5%	24,2%	26,6%	50,2%	23,1%	24,4%	25,3%	27,2%	54,7%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.32 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 28 "Os conteúdos abordados nas disciplinas do curso favoreceram sua atuação em estágios ou em atividades de iniciação profissional", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	47,7%	30,2%	12,8%	9,3%	2,2%	21,4%	28,6%	23,2%	26,8%	1,1%
Discordo	37,7%	23,1%	16,9%	22,3%	3,3%	23,4%	23,4%	24,8%	28,3%	2,8%
Discordo parcialmente	29,9%	24,7%	24,0%	21,4%	7,7%	23,7%	26,0%	23,4%	26,9%	6,6%
Concordo parcialmente	27,0%	23,9%	24,0%	25,1%	16,8%	23,7%	27,9%	24,3%	24,2%	15,4%
Concordo	22,0%	24,3%	27,6%	26,1%	24,5%	23,0%	23,0%	25,5%	28,5%	24,2%
Concordo totalmente	25,2%	25,8%	23,5%	25,4%	45,5%	23,6%	24,7%	26,7%	25,0%	50,0%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.33 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 29 "As metodologias de ensino utilizadas no curso desafiaram você a aprofundar conhecimentos e desenvolver competências reflexivas e críticas", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	45,6%	22,8%	16,5%	15,2%	2,0%	31,7%	25,4%	22,2%	20,6%	1,2%
Discordo	28,7%	26,5%	22,1%	22,8%	3,4%	21,0%	32,5%	20,4%	26,1%	3,0%
Discordo parcialmente	27,8%	27,1%	21,2%	23,9%	7,7%	23,9%	27,8%	26,1%	22,2%	6,8%
Concordo parcialmente	27,2%	23,9%	26,0%	22,9%	17,0%	24,5%	25,6%	27,6%	22,3%	15,6%
Concordo	25,1%	25,7%	24,2%	25,1%	24,9%	22,2%	25,3%	24,5%	28,0%	24,5%
Concordo totalmente	24,5%	24,8%	24,7%	26,0%	45,1%	23,9%	23,7%	25,9%	26,5%	49,0%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.34 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 30 "O Curso propiciou experiências de aprendizagem inovadoras", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	42,4%	26,4%	17,4%	13,9%	3,6%	24,3%	33,6%	23,6%	18,6%	2,6%
Discordo	28,9%	26,5%	22,3%	22,3%	5,3%	23,8%	27,1%	29,7%	19,3%	5,1%
Discordo parcialmente	25,7%	25,2%	24,5%	24,5%	10,1%	23,1%	27,7%	22,4%	26,8%	9,0%
Concordo parcialmente	26,8%	23,7%	23,2%	26,3%	18,8%	22,9%	26,4%	26,1%	24,6%	17,7%
Concordo	22,8%	25,6%	25,5%	26,0%	22,4%	21,6%	22,4%	27,6%	28,4%	23,5%
Concordo totalmente	25,2%	25,1%	24,9%	24,7%	39,8%	25,1%	24,4%	24,6%	25,9%	42,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.35 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 31 "O Curso contribuiu para o desenvolvimento da sua consciência ética para o exercício profissional", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	44,4%	30,2%	22,2%	3,2%	1,6%	34,2%	28,9%	21,1%	15,8%	0,7%
Discordo	41,7%	28,1%	16,7%	13,5%	2,4%	26,0%	30,1%	23,6%	20,3%	2,3%
Discordo parcialmente	30,6%	25,5%	22,6%	21,3%	5,9%	24,2%	32,0%	23,0%	20,7%	4,8%
Concordo parcialmente	34,3%	25,6%	20,3%	19,8%	14,2%	29,1%	27,7%	23,2%	20,0%	12,5%
Concordo	24,2%	24,6%	25,7%	25,4%	23,1%	25,2%	24,5%	24,8%	25,6%	22,7%
Concordo totalmente	22,6%	24,8%	25,2%	27,3%	52,8%	21,3%	23,7%	27,0%	28,0%	56,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.36 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 32 "No curso você teve oportunidade de aprender a trabalhar em equipe", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	35,9%	29,7%	17,2%	17,2%	1,6%	26,9%	32,8%	26,9%	13,4%	1,3%
Discordo	32,8%	28,4%	20,9%	17,9%	1,7%	19,4%	36,1%	23,6%	20,8%	1,4%
Discordo parcialmente	34,8%	24,6%	20,3%	20,3%	3,5%	26,1%	33,5%	19,3%	21,1%	3,0%
Concordo parcialmente	32,5%	27,3%	21,2%	19,0%	9,1%	26,7%	26,7%	27,2%	19,4%	6,7%
Concordo	22,7%	25,7%	26,4%	25,2%	18,0%	24,5%	25,2%	27,3%	22,9%	16,4%
Concordo totalmente	25,0%	24,4%	24,5%	26,1%	66,1%	23,1%	24,0%	25,4%	27,6%	71,2%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.37 – Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 33 "O curso possibilitou aumentar sua capacidade de reflexão e argumentação", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	48,1%	27,8%	18,5%	5,6%	1,4%	16,7%	30,6%	27,8%	25,0%	0,7%
Discordo	41,0%	25,3%	18,1%	15,7%	2,1%	24,2%	25,3%	31,9%	18,7%	1,7%
Discordo parcialmente	31,9%	21,6%	27,6%	18,9%	4,6%	20,8%	36,4%	22,8%	20,0%	4,7%
Concordo parcialmente	31,9%	26,4%	21,5%	20,2%	13,3%	28,4%	27,1%	24,1%	20,4%	12,2%
Concordo	23,5%	24,9%	26,4%	25,2%	24,0%	24,2%	25,4%	25,5%	24,9%	23,2%
Concordo totalmente	24,0%	24,8%	24,2%	26,9%	54,7%	22,6%	23,3%	26,1%	28,1%	57,5%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.38 – Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 34 "O curso promoveu o desenvolvimento da sua capacidade de pensar criticamente, analisar e refletir sobre soluções para problemas da sociedade", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	50,0%	31,7%	10,0%	8,3%	1,5%	27,5%	35,0%	17,5%	20,0%	0,8%
Discordo	27,8%	28,9%	21,1%	22,2%	2,3%	19,0%	28,9%	27,3%	24,8%	2,3%
Discordo parcialmente	32,4%	22,8%	26,5%	18,3%	5,5%	22,9%	27,5%	26,1%	23,6%	5,3%
Concordo parcialmente	33,1%	22,1%	23,5%	21,3%	13,1%	26,3%	28,3%	24,4%	21,1%	12,0%
Concordo	22,6%	27,4%	24,4%	25,6%	24,9%	25,6%	25,0%	25,1%	24,3%	23,4%
Concordo totalmente	24,2%	24,5%	24,7%	26,6%	52,8%	22,4%	23,4%	26,3%	27,9%	56,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.39 – Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 35 "O curso contribuiu para você ampliar sua capacidade de comunicação nas formas oral e escrita", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	43,5%	28,3%	19,6%	8,7%	1,2%	25,6%	23,1%	33,3%	17,9%	0,7%
Discordo	40,5%	24,1%	19,0%	16,5%	2,0%	19,8%	37,2%	24,4%	18,6%	1,6%
Discordo parcialmente	34,7%	23,7%	23,7%	17,9%	4,3%	29,3%	29,3%	25,9%	15,6%	3,8%
Concordo parcialmente	28,7%	26,2%	22,4%	22,6%	13,2%	27,9%	26,6%	25,9%	19,6%	10,4%
Concordo	24,8%	25,5%	25,0%	24,8%	24,4%	24,3%	25,7%	25,1%	24,9%	23,4%
Concordo totalmente	24,2%	24,6%	24,7%	26,5%	55,0%	22,3%	23,7%	25,8%	28,1%	59,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.40 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 36 "O curso contribuiu para o desenvolvimento da sua capacidade de aprender e atualizar-se permanentemente", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	46,8%	25,5%	19,1%	8,5%	1,2%	20,6%	38,2%	23,5%	17,6%	0,6%
Discordo	41,2%	24,7%	16,5%	17,5%	2,4%	21,7%	30,2%	21,7%	26,4%	2,0%
Discordo parcialmente	31,4%	21,0%	23,1%	24,5%	5,7%	23,2%	32,6%	23,2%	21,0%	5,0%
Concordo parcialmente	25,6%	27,2%	22,7%	24,6%	14,5%	24,8%	28,6%	24,2%	22,4%	13,4%
Concordo	26,2%	22,2%	25,8%	25,9%	27,1%	24,1%	23,5%	25,7%	26,7%	25,1%
Concordo totalmente	24,0%	26,4%	24,5%	25,1%	49,0%	23,1%	23,6%	26,4%	26,8%	53,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.41 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 37 "As relações professor-aluno ao longo do curso estimularam você a estudar e aprender", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	45,1%	31,3%	15,3%	8,3%	3,6%	24,6%	33,3%	24,6%	17,5%	2,2%
Discordo	31,3%	26,3%	22,5%	20,0%	4,0%	27,5%	29,4%	24,8%	18,3%	4,1%
Discordo parcialmente	29,9%	27,0%	20,4%	22,6%	8,0%	19,1%	29,7%	28,4%	22,8%	7,7%
Concordo parcialmente	25,9%	22,8%	24,9%	26,4%	17,3%	26,0%	25,2%	24,9%	23,9%	17,8%
Concordo	24,7%	24,1%	24,3%	26,8%	25,3%	22,4%	24,6%	25,4%	27,6%	24,2%
Concordo totalmente	23,8%	25,5%	25,5%	25,3%	41,8%	23,7%	23,3%	25,6%	27,4%	44,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.42 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 38 "Os planos de ensino apresentados pelos professores contribuíram para o desenvolvimento das atividades acadêmicas e para seus estudos", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	45,3%	33,3%	14,7%	6,7%	1,9%	20,0%	26,7%	28,3%	25,0%	1,1%
Discordo	33,1%	26,3%	20,3%	20,3%	3,3%	21,6%	26,4%	29,1%	23,0%	2,8%
Discordo parcialmente	30,2%	26,2%	22,0%	21,6%	8,2%	22,1%	31,5%	24,5%	21,8%	7,0%
Concordo parcialmente	26,3%	23,2%	23,4%	27,1%	18,1%	24,6%	26,7%	24,2%	24,6%	17,9%
Concordo	22,8%	24,5%	25,9%	26,8%	28,3%	23,1%	22,8%	26,2%	28,0%	28,4%
Concordo totalmente	25,6%	25,7%	24,7%	24,0%	40,2%	24,3%	24,2%	25,7%	25,8%	42,8%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.43 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 39 "As referências bibliográficas indicadas pelos professores nos planos de ensino contribuíram para seus estudos e aprendizagens", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	36,7%	34,2%	13,9%	15,2%	2,0%	23,2%	29,0%	26,1%	21,7%	1,3%
Discordo	31,3%	24,3%	25,0%	19,4%	3,7%	23,6%	29,9%	25,3%	21,3%	3,3%
Discordo parcialmente	25,5%	26,9%	24,1%	23,5%	7,5%	23,1%	30,0%	25,5%	21,4%	8,1%
Concordo parcialmente	30,0%	23,6%	22,0%	24,3%	18,9%	25,0%	26,0%	23,9%	25,1%	17,4%
Concordo	23,4%	24,6%	25,6%	26,3%	25,8%	23,0%	25,3%	25,2%	26,6%	25,4%
Concordo totalmente	24,8%	25,2%	24,6%	25,3%	42,0%	23,5%	22,9%	26,5%	27,1%	44,5%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.44 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 40 "Foram oferecidas oportunidades para os estudantes superarem dificuldades relacionadas ao processo de formação", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	33,8%	31,8%	19,7%	14,6%	4,1%	27,7%	31,2%	27,7%	13,4%	5,0%
Discordo	27,1%	28,0%	20,1%	24,8%	5,6%	18,5%	29,5%	26,5%	25,5%	6,0%
Discordo parcialmente	25,5%	24,1%	23,6%	26,8%	9,9%	22,4%	25,4%	26,3%	25,8%	11,1%
Concordo parcialmente	28,8%	24,5%	24,3%	22,4%	19,1%	25,1%	26,6%	24,1%	24,2%	19,3%
Concordo	25,5%	24,6%	25,7%	24,2%	24,6%	23,4%	22,3%	27,2%	27,1%	22,8%
Concordo totalmente	24,6%	25,1%	24,0%	26,3%	36,7%	23,9%	24,1%	25,3%	26,7%	35,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.45 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 41 "A coordenação do curso esteve disponível para orientação acadêmica dos estudantes", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	37,6%	27,9%	21,3%	13,2%	5,0%	29,7%	28,1%	24,6%	17,6%	4,8%
Discordo	28,0%	32,3%	16,8%	22,8%	5,9%	25,5%	28,0%	25,8%	20,7%	6,9%
Discordo parcialmente	29,8%	25,1%	24,9%	20,2%	9,1%	26,8%	24,3%	26,6%	22,4%	8,9%
Concordo parcialmente	26,6%	25,5%	22,4%	25,5%	14,0%	24,7%	28,6%	24,4%	22,3%	13,2%
Concordo	25,8%	22,6%	25,5%	26,1%	19,5%	23,9%	25,5%	26,0%	24,6%	18,4%
Concordo totalmente	23,5%	24,8%	25,6%	26,1%	46,6%	21,8%	23,1%	25,7%	29,3%	47,7%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.46 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 42 "O curso exigiu de você organização e dedicação frequente aos estudos", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	35,7%	24,5%	18,4%	21,4%	2,5%	27,7%	32,3%	13,8%	26,2%	1,2%
Discordo	27,5%	25,0%	19,4%	28,1%	4,0%	22,0%	31,1%	26,2%	20,7%	3,1%
Discordo parcialmente	27,0%	25,8%	22,3%	24,9%	8,4%	24,6%	28,0%	23,8%	23,5%	6,6%
Concordo parcialmente	27,6%	24,6%	23,4%	24,3%	16,9%	25,3%	25,5%	24,9%	24,3%	15,0%
Concordo	23,6%	25,8%	24,9%	25,6%	25,4%	22,3%	25,2%	26,0%	26,5%	25,9%
Concordo totalmente	25,5%	24,6%	25,6%	24,2%	42,7%	23,8%	23,3%	26,4%	26,5%	48,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.47 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 43 "Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de programas, projetos ou atividades de extensão universitária", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	37,2%	33,3%	18,9%	10,6%	4,7%	27,4%	30,3%	23,7%	18,7%	4,7%
Discordo	27,7%	28,7%	18,1%	25,5%	4,9%	28,0%	28,0%	22,8%	21,3%	5,2%
Discordo parcialmente	29,4%	23,6%	24,8%	22,1%	8,5%	24,0%	29,7%	26,7%	19,6%	7,9%
Concordo parcialmente	27,4%	25,1%	23,2%	24,3%	14,7%	28,7%	26,4%	23,2%	21,7%	13,3%
Concordo	24,8%	25,7%	25,6%	23,9%	20,0%	24,7%	25,2%	26,2%	23,9%	19,2%
Concordo totalmente	23,8%	23,6%	25,1%	27,6%	47,2%	20,8%	22,6%	26,4%	30,2%	49,7%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.48 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 44 "Foram oferecidas oportunidades para os estudantes participarem de projetos de iniciação científica e de atividades que estimularam a investigação acadêmica", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	31,3%	28,5%	22,4%	17,9%	6,5%	24,9%	26,8%	27,2%	21,1%	6,2%
Discordo	25,9%	22,4%	25,9%	25,9%	6,1%	24,0%	26,4%	29,1%	20,4%	6,6%
Discordo parcialmente	25,1%	23,7%	26,8%	24,5%	9,4%	25,4%	28,8%	25,2%	20,6%	8,8%
Concordo parcialmente	29,3%	26,9%	19,9%	23,9%	16,3%	25,7%	26,0%	23,8%	24,6%	14,3%
Concordo	28,4%	23,1%	24,5%	24,1%	18,9%	24,7%	25,7%	23,7%	25,8%	17,9%
Concordo totalmente	22,8%	24,8%	25,4%	26,9%	42,7%	21,6%	22,7%	26,3%	29,4%	46,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.49 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 45 "O curso ofereceu condições para os estudantes participarem de eventos internos e/ou externos à instituição", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	44,7%	30,9%	11,4%	13,0%	3,1%	34,5%	29,3%	21,3%	14,9%	3,3%
Discordo	29,4%	28,1%	24,8%	17,6%	3,9%	26,1%	31,3%	22,9%	19,7%	4,8%
Discordo parcialmente	26,3%	29,5%	21,7%	22,4%	7,2%	25,1%	28,6%	25,1%	21,3%	7,7%
Concordo parcialmente	29,2%	24,7%	22,1%	24,0%	13,8%	25,7%	26,7%	23,5%	24,1%	14,2%
Concordo	25,7%	24,2%	25,3%	24,8%	21,9%	23,3%	22,8%	26,9%	26,9%	20,1%
Concordo totalmente	23,3%	24,2%	25,6%	26,9%	50,0%	21,4%	23,6%	26,7%	28,3%	49,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.50 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 46 "A instituição ofereceu oportunidades para os estudantes atuarem como representantes em órgãos colegiados", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	34,8%	26,0%	19,9%	19,3%	8,9%	25,1%	27,7%	27,0%	20,2%	9,5%
Discordo	21,0%	25,2%	26,2%	27,6%	6,4%	24,4%	28,4%	22,1%	25,2%	8,1%
Discordo parcialmente	28,6%	21,6%	22,6%	27,2%	11,2%	21,8%	28,3%	29,5%	20,4%	11,6%
Concordo parcialmente	28,7%	26,4%	22,7%	22,2%	17,1%	28,7%	23,8%	22,0%	25,5%	14,5%
Concordo	27,7%	28,4%	23,9%	20,0%	18,8%	25,7%	24,1%	24,5%	25,7%	17,9%
Concordo totalmente	24,3%	24,1%	25,2%	26,4%	37,6%	23,3%	22,7%	26,7%	27,3%	38,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.51 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 47 "O curso favoreceu a articulação do conhecimento teórico com atividades práticas", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	44,3%	31,1%	16,0%	8,5%	2,7%	29,8%	35,5%	20,2%	14,5%	2,4%
Discordo	29,0%	29,7%	22,8%	18,6%	3,7%	23,2%	23,2%	30,9%	22,7%	4,2%
Discordo parcialmente	28,3%	23,8%	23,8%	24,1%	7,9%	27,8%	31,7%	23,8%	16,7%	7,7%
Concordo parcialmente	27,3%	25,0%	23,3%	24,4%	16,6%	25,2%	26,8%	24,7%	23,3%	15,1%
Concordo	25,0%	24,1%	26,3%	24,6%	22,7%	23,5%	23,8%	24,6%	28,0%	22,2%
Concordo totalmente	23,8%	24,7%	24,5%	27,0%	46,6%	22,2%	23,0%	26,6%	28,1%	48,5%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.52 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 48 "As atividades práticas foram suficientes para relacionar os conteúdos do curso com a prática, contribuindo para sua formação profissional", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	37,1%	28,4%	20,6%	13,9%	4,9%	21,8%	28,7%	24,9%	24,5%	4,9%
Discordo	24,1%	28,2%	24,1%	23,7%	6,1%	21,8%	27,7%	27,7%	22,8%	6,2%
Discordo parcialmente	25,5%	27,6%	24,0%	23,0%	9,9%	24,9%	22,9%	27,3%	24,9%	10,2%
Concordo parcialmente	25,4%	22,4%	24,3%	27,8%	18,4%	24,9%	25,7%	24,1%	25,2%	16,7%
Concordo	23,8%	26,0%	26,4%	23,9%	22,9%	22,7%	24,8%	26,0%	26,4%	23,1%
Concordo totalmente	25,8%	24,2%	23,8%	26,2%	37,8%	23,3%	24,1%	25,6%	27,0%	38,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.53 – Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 49 "O curso propiciou acesso a conhecimentos atualizados e/ou contemporâneos em sua área de formação", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	42,3%	35,1%	12,4%	10,3%	2,4%	23,1%	29,9%	21,4%	25,6%	2,2%
Discordo	27,1%	28,4%	20,6%	23,9%	3,9%	24,2%	26,3%	23,7%	25,8%	3,5%
Discordo parcialmente	30,1%	21,6%	22,9%	25,5%	7,7%	25,0%	28,6%	26,5%	19,9%	7,4%
Concordo parcialmente	27,5%	23,5%	25,0%	24,0%	16,7%	26,7%	26,2%	21,9%	25,1%	14,9%
Concordo	23,9%	25,6%	24,5%	26,1%	24,7%	23,9%	23,4%	26,8%	25,9%	24,8%
Concordo totalmente	24,4%	25,0%	25,2%	25,4%	44,6%	22,1%	24,4%	26,4%	27,1%	47,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.54 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 50 "O estágio supervisionado proporcionou experiências diversificadas para a sua formação", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	40,0%	23,9%	19,4%	16,8%	5,0%	32,7%	29,3%	24,7%	13,3%	3,7%
Discordo	37,1%	23,8%	26,7%	12,4%	3,4%	26,0%	36,2%	22,8%	15,0%	3,1%
Discordo parcialmente	27,7%	30,2%	20,3%	21,8%	6,5%	33,3%	25,0%	25,5%	16,2%	5,3%
Concordo parcialmente	31,9%	25,1%	21,9%	21,2%	13,2%	33,3%	25,0%	20,6%	21,0%	11,7%
Concordo	28,9%	24,4%	24,7%	21,9%	19,2%	26,7%	25,3%	24,6%	23,4%	17,4%
Concordo totalmente	24,5%	25,3%	24,6%	25,6%	52,8%	21,8%	23,9%	26,5%	27,9%	58,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.55 – Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 51 "As atividades realizadas durante seu trabalho de conclusão de curso contribuíram para qualificar sua formação profissional", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	46,6%	25,2%	18,4%	9,7%	2,8%	32,1%	27,4%	23,8%	16,7%	1,7%
Discordo	30,5%	23,2%	18,9%	27,4%	2,6%	25,0%	29,6%	24,1%	21,3%	2,2%
Discordo parcialmente	30,5%	27,0%	23,2%	19,3%	6,3%	28,6%	28,6%	23,4%	19,4%	5,0%
Concordo parcialmente	29,0%	26,6%	21,8%	22,6%	12,7%	31,2%	26,4%	21,5%	20,9%	12,2%
Concordo	27,4%	24,0%	25,2%	23,4%	23,7%	23,7%	25,0%	24,8%	26,4%	22,0%
Concordo totalmente	23,9%	25,2%	25,0%	25,9%	51,9%	22,1%	24,0%	26,7%	27,2%	57,0%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.56 – Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 52 "Foram oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios no país", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	30,5%	28,7%	20,7%	20,0%	20,2%	25,5%	30,7%	24,0%	19,8%	21,5%
Discordo	27,7%	21,3%	27,3%	23,6%	7,8%	23,1%	25,4%	25,9%	25,6%	8,6%
Discordo parcialmente	27,0%	24,1%	27,9%	21,0%	10,1%	19,7%	26,4%	25,4%	28,5%	8,6%
Concordo parcialmente	26,5%	26,8%	21,9%	24,8%	13,3%	27,2%	20,2%	25,8%	26,8%	12,4%
Concordo	24,5%	24,3%	24,1%	27,0%	15,3%	26,7%	21,6%	22,9%	28,9%	14,0%
Concordo totalmente	24,3%	22,7%	25,1%	27,9%	33,4%	21,5%	23,5%	27,4%	27,6%	35,0%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.57 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 53 "Foram oferecidas oportunidades para os estudantes realizarem intercâmbios e/ou estágios fora do país", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	27,3%	26,4%	23,7%	22,6%	28,6%	23,8%	29,0%	25,2%	22,0%	28,8%
Discordo	22,0%	24,6%	26,9%	26,6%	9,1%	18,5%	26,7%	24,7%	30,2%	8,9%
Discordo parcialmente	30,3%	23,9%	21,9%	23,9%	8,9%	21,7%	24,2%	24,2%	29,9%	8,2%
Concordo parcialmente	28,1%	25,0%	21,7%	25,2%	12,5%	28,0%	19,0%	25,6%	27,4%	10,8%
Concordo	26,4%	25,4%	23,5%	24,7%	12,3%	25,5%	23,4%	22,8%	28,3%	11,9%
Concordo totalmente	26,0%	23,0%	24,2%	26,8%	28,6%	23,2%	22,8%	26,2%	27,7%	31,4%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.58 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 54 "Os estudantes participaram de avaliações periódicas do curso (disciplinas, atuação dos professores, infraestrutura)", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	33,6%	27,0%	23,4%	16,1%	3,5%	27,7%	31,0%	18,5%	22,8%	3,6%
Discordo	38,9%	22,1%	19,5%	19,5%	2,9%	23,1%	26,5%	29,9%	20,4%	2,9%
Discordo parcialmente	33,6%	27,4%	19,9%	19,1%	6,2%	29,2%	28,2%	22,7%	19,9%	5,4%
Concordo parcialmente	30,2%	25,7%	21,5%	22,5%	13,1%	29,9%	24,8%	25,8%	19,5%	11,6%
Concordo	27,0%	26,6%	24,6%	21,9%	20,2%	25,9%	25,3%	25,0%	23,8%	17,7%
Concordo totalmente	21,9%	24,0%	25,6%	28,4%	53,9%	20,3%	23,8%	26,7%	29,2%	58,9%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.59 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 55 "As avaliações da aprendizagem realizadas durante o curso foram compatíveis com os conteúdos ou temas trabalhados pelos professores", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	44,9%	30,6%	14,3%	10,2%	1,2%	33,3%	25,0%	11,1%	30,6%	0,7%
Discordo	36,8%	25,0%	22,1%	16,2%	1,7%	26,9%	34,4%	21,5%	17,2%	1,8%
Discordo parcialmente	36,9%	23,0%	23,0%	17,1%	5,5%	28,8%	27,0%	29,6%	14,6%	4,3%
Concordo parcialmente	32,4%	25,0%	19,7%	23,0%	13,8%	28,4%	28,4%	23,3%	19,9%	12,2%
Concordo	24,4%	24,6%	26,1%	24,9%	26,8%	24,8%	24,2%	24,2%	26,7%	25,0%
Concordo totalmente	22,9%	25,3%	24,9%	26,9%	50,9%	21,4%	23,9%	26,9%	27,8%	56,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.60 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 56 "Os professores apresentaram disponibilidade para atender os estudantes fora do horário das aulas", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	34,9%	36,0%	18,6%	10,5%	2,2%	30,4%	31,3%	30,4%	8,0%	2,1%
Discordo	33,8%	30,8%	13,5%	21,8%	3,4%	31,5%	29,1%	24,8%	14,5%	3,2%
Discordo parcialmente	29,5%	27,1%	22,9%	20,5%	7,3%	25,5%	29,6%	24,6%	20,3%	6,6%
Concordo parcialmente	29,8%	26,5%	20,8%	23,0%	13,9%	25,6%	26,3%	24,7%	23,4%	14,3%
Concordo	27,1%	22,5%	24,8%	25,5%	24,5%	23,4%	23,2%	25,2%	28,2%	22,5%
Concordo totalmente	22,6%	24,8%	26,3%	26,3%	48,8%	22,2%	24,2%	25,8%	27,8%	51,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.61 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 57 "Os professores demonstraram domínio dos conteúdos abordados nas disciplinas", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	43,6%	41,0%	7,7%	7,7%	1,0%	52,2%	13,0%	21,7%	13,0%	0,4%
Discordo	42,0%	26,0%	20,0%	12,0%	1,3%	26,9%	30,8%	24,4%	17,9%	1,5%
Discordo parcialmente	34,1%	19,1%	23,7%	23,1%	4,3%	27,2%	28,3%	22,0%	22,5%	3,6%
Concordo parcialmente	34,0%	26,3%	17,4%	22,3%	12,4%	27,3%	28,2%	24,3%	20,1%	10,7%
Concordo	25,7%	24,3%	24,5%	25,6%	25,1%	21,7%	25,0%	26,9%	26,5%	23,8%
Concordo totalmente	23,0%	25,2%	26,1%	25,7%	56,0%	23,3%	24,0%	25,7%	27,1%	60,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.62 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 58 "Os professores utilizaram tecnologias da informação e comunicação (TICs) como estratégia de ensino (projetor multimídia, laboratório de informática, ambiente virtual de aprendizagem)", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	46,9%	32,8%	14,1%	6,3%	1,6%	39,8%	26,2%	20,4%	13,6%	2,0%
Discordo	36,0%	27,0%	27,0%	10,0%	2,5%	26,4%	31,3%	27,1%	15,3%	2,8%
Discordo parcialmente	30,5%	31,8%	13,6%	24,1%	5,6%	28,9%	28,9%	26,8%	15,5%	4,6%
Concordo parcialmente	35,5%	26,3%	18,7%	19,6%	11,3%	29,6%	24,3%	25,5%	20,6%	10,2%
Concordo	26,5%	24,7%	25,0%	23,7%	20,1%	24,4%	27,3%	23,2%	25,1%	18,3%
Concordo totalmente	22,1%	24,0%	26,4%	27,6%	58,8%	21,0%	23,8%	26,1%	29,1%	62,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.63 – Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 59 "A instituição dispôs de quantidade suficiente de funcionários para o apoio administrativo e acadêmico", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	33,3%	24,9%	22,1%	19,7%	5,5%	29,9%	24,3%	26,9%	18,9%	5,9%
Discordo	24,6%	27,7%	24,6%	23,0%	4,9%	19,9%	35,5%	28,9%	15,6%	5,0%
Discordo parcialmente	24,8%	32,1%	18,5%	24,5%	7,8%	23,8%	26,8%	26,3%	23,0%	7,7%
Concordo parcialmente	32,1%	24,6%	22,1%	21,3%	14,8%	28,1%	26,0%	21,8%	24,1%	13,6%
Concordo	25,6%	23,4%	26,0%	25,1%	20,7%	25,7%	21,9%	25,3%	27,1%	20,2%
Concordo totalmente	23,3%	24,1%	25,7%	26,8%	46,3%	21,1%	24,1%	26,5%	28,4%	47,7%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.64 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 60 "O curso disponibilizou monitores ou tutores para auxiliar os estudantes", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	26,6%	26,1%	22,1%	25,2%	9,4%	22,4%	30,2%	24,9%	22,5%	11,3%
Discordo	27,2%	29,0%	24,4%	19,4%	7,5%	23,5%	26,4%	27,4%	22,7%	7,8%
Discordo parcialmente	25,6%	28,5%	23,9%	22,0%	9,6%	23,4%	26,2%	26,7%	23,7%	9,5%
Concordo parcialmente	31,7%	22,1%	22,6%	23,6%	16,4%	25,6%	25,9%	23,2%	25,3%	14,7%
Concordo	26,4%	25,5%	23,2%	24,9%	18,1%	27,6%	21,2%	24,4%	26,8%	16,3%
Concordo totalmente	23,7%	24,3%	25,3%	26,6%	38,9%	23,0%	23,6%	25,7%	27,7%	40,4%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.65 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 61 "As condições de infraestrutura das salas de aula foram adequadas", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	40,0%	24,6%	20,8%	14,6%	3,3%	31,8%	29,6%	19,0%	19,6%	3,5%
Discordo	34,7%	28,1%	18,0%	19,2%	4,3%	24,3%	25,7%	27,0%	23,0%	4,5%
Discordo parcialmente	21,7%	26,7%	23,5%	28,1%	7,2%	24,2%	26,0%	24,0%	25,8%	7,8%
Concordo parcialmente	26,1%	24,5%	24,0%	25,4%	15,2%	25,0%	24,9%	27,0%	23,1%	14,2%
Concordo	25,2%	25,1%	25,5%	24,2%	23,0%	21,4%	24,6%	26,4%	27,6%	20,7%
Concordo totalmente	24,9%	24,4%	24,9%	25,8%	47,0%	23,0%	24,1%	25,3%	27,7%	49,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.66 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 62 "Os equipamentos e materiais disponíveis para as aulas práticas foram adequados para a quantidade de estudantes", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	33,5%	22,5%	22,5%	21,5%	5,0%	24,3%	29,3%	23,2%	23,2%	5,2%
Discordo	26,1%	28,3%	21,1%	24,4%	4,7%	24,7%	23,1%	26,3%	25,9%	5,1%
Discordo parcialmente	24,3%	24,3%	25,9%	25,6%	7,8%	23,3%	27,8%	24,8%	24,3%	8,0%
Concordo parcialmente	29,9%	23,5%	22,6%	23,9%	14,6%	23,5%	24,3%	27,3%	24,9%	13,6%
Concordo	25,1%	27,0%	24,2%	23,7%	21,4%	23,5%	24,9%	24,8%	26,7%	18,8%
Concordo totalmente	24,2%	24,4%	25,1%	26,3%	46,6%	23,2%	23,7%	25,7%	27,4%	49,5%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.67 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 63 "Os ambientes e equipamentos destinados às aulas práticas foram adequados ao curso", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	38,1%	23,1%	21,3%	17,5%	4,2%	26,9%	25,9%	22,4%	24,9%	4,0%
Discordo	25,7%	29,4%	19,8%	25,1%	4,9%	20,9%	26,8%	30,5%	21,8%	4,8%
Discordo parcialmente	24,7%	22,6%	23,6%	29,2%	7,5%	28,2%	21,8%	22,3%	27,7%	7,4%
Concordo parcialmente	29,4%	22,8%	22,9%	24,9%	14,5%	23,0%	27,7%	25,6%	23,7%	14,2%
Concordo	25,9%	27,9%	23,9%	22,3%	20,8%	23,2%	25,2%	25,8%	25,8%	18,4%
Concordo totalmente	23,5%	24,2%	25,9%	26,4%	48,1%	22,6%	23,8%	25,9%	27,7%	51,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.68 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 64 "A biblioteca dispôs das referências bibliográficas que os estudantes necessitaram", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	47,6%	26,2%	11,9%	14,3%	1,1%	36,2%	25,5%	17,0%	21,3%	0,9%
Discordo	32,8%	21,9%	26,6%	18,8%	1,7%	23,3%	29,1%	26,2%	21,4%	2,1%
Discordo parcialmente	33,1%	29,3%	19,9%	17,7%	4,8%	31,7%	29,5%	21,9%	17,0%	4,5%
Concordo parcialmente	34,9%	24,2%	19,8%	21,1%	12,9%	28,1%	26,1%	21,2%	24,6%	10,8%
Concordo	25,0%	28,0%	23,7%	23,3%	22,7%	25,4%	24,2%	26,3%	24,1%	20,4%
Concordo totalmente	23,1%	24,0%	26,3%	26,6%	56,8%	21,3%	24,4%	26,6%	27,7%	61,3%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.69 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 65 "A instituição contou com biblioteca virtual ou conferiu acesso a obras disponíveis em acervos virtuais", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	30,7%	25,0%	27,3%	17,0%	2,4%	28,6%	22,9%	21,9%	26,7%	2,1%
Discordo	35,4%	19,5%	22,0%	23,2%	2,2%	25,7%	32,7%	23,8%	17,8%	2,0%
Discordo parcialmente	32,2%	24,0%	21,3%	22,4%	4,9%	30,7%	29,4%	23,4%	16,5%	4,4%
Concordo parcialmente	34,1%	25,6%	21,3%	19,0%	12,6%	31,8%	27,2%	21,4%	19,7%	10,5%
Concordo	29,8%	27,5%	22,8%	19,9%	18,3%	25,5%	26,6%	25,1%	22,7%	17,7%
Concordo totalmente	22,4%	24,8%	25,2%	27,6%	59,6%	21,1%	23,4%	27,1%	28,5%	63,2%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.70 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 66 "As atividades acadêmicas desenvolvidas dentro e fora da sala de aula possibilitaram reflexão, convivência e respeito à diversidade", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	52,2%	26,9%	13,4%	7,5%	1,7%	32,3%	32,3%	21,0%	14,5%	1,2%
Discordo	30,1%	30,1%	19,2%	20,5%	1,9%	27,9%	27,9%	27,0%	17,2%	2,3%
Discordo parcialmente	36,1%	22,5%	23,0%	18,3%	4,9%	27,6%	27,2%	25,2%	20,0%	4,8%
Concordo parcialmente	33,7%	24,4%	23,0%	18,9%	13,4%	29,4%	27,1%	23,4%	20,1%	11,6%
Concordo	25,7%	25,3%	24,2%	24,7%	21,3%	23,9%	25,9%	25,2%	25,0%	19,9%
Concordo totalmente	22,2%	24,9%	25,2%	27,8%	56,7%	21,4%	23,4%	26,6%	28,6%	60,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.71 – Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 67 "A instituição promoveu atividades de cultura, de lazer e de interação social", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	34,1%	29,5%	21,2%	15,2%	5,6%	28,8%	31,6%	22,9%	16,7%	6,4%
Discordo	27,6%	27,1%	25,6%	19,7%	5,3%	22,0%	26,4%	27,7%	23,9%	6,3%
Discordo parcialmente	29,9%	22,1%	23,2%	24,8%	7,8%	23,8%	29,8%	21,9%	24,5%	8,5%
Concordo parcialmente	29,8%	22,7%	23,7%	23,7%	16,1%	25,7%	25,1%	26,4%	22,9%	14,1%
Concordo	25,9%	26,4%	21,9%	25,9%	19,0%	24,7%	22,3%	26,1%	26,8%	17,6%
Concordo totalmente	22,7%	24,5%	25,7%	27,1%	46,1%	21,5%	23,5%	26,0%	28,9%	47,1%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela III.72 - Distribuição percentual (na coluna) do nível de discordância/concordância dos estudantes com a Assertiva 68 "A instituição dispôs de refeitório, cantina e banheiros em condições adequadas que atenderam as necessidades dos seus usuários", por Sexo e Quartos de Desempenho, segundo a Categoria de resposta - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria de resposta	Sexo									
	Masculino					Feminino				
	Quartos de Desempenho					Quartos de Desempenho				
	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total	1º quarto	2º quarto	3º quarto	4º quarto	Total
Discordo totalmente	35,4%	22,9%	19,8%	21,9%	2,5%	22,2%	25,4%	26,2%	26,2%	2,5%
Discordo	23,7%	25,8%	23,7%	26,9%	2,4%	26,0%	25,3%	23,4%	25,3%	3,0%
Discordo parcialmente	28,2%	28,6%	21,4%	21,8%	5,4%	24,8%	25,9%	23,8%	25,5%	5,6%
Concordo parcialmente	28,7%	25,9%	21,0%	24,4%	12,3%	25,5%	27,3%	23,6%	23,6%	10,9%
Concordo	27,6%	23,1%	23,7%	25,6%	18,7%	24,6%	22,9%	25,4%	27,2%	18,3%
Concordo totalmente	24,1%	24,9%	25,7%	25,4%	58,8%	22,5%	24,9%	26,2%	26,4%	59,7%
Total	1.057	1.007	975	993	4.032	1.273	1.336	1.371	1.379	5.359

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

ANEXO VII

OPINIÃO DOS ESTUDANTES E COORDENADORES COM RESPEITO AOS ASPECTOS DO PROCESSO DE APRENDIZAGEM IMPACTADOS PELA PANDEMIA

Neste Anexo estão tabuladas as distribuições em valores absoluto do nível de discordância/concordância dos estudantes e dos coordenadores a quesitos sobre possíveis repercussões da pandemia no processo formativo. Ainda, todas as sete comparações possíveis das questões em comum são disponibilizadas em números absolutos. Como uma pequena parte dos estudantes não respondeu todas as questões referentes aos Aspectos do Processo de Aprendizagem Impactados pela Pandemia, o total pode apresentar uma pequena variação de tabela a tabela.

Tabela V.1 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	165	122	147	111	83	171	799
Pública Estadual	24	15	15	13	8	20	95
Pública Municipal	2	3	3	7	9	61	85
Privada sem fins lucrativos	53	51	153	238	390	3.048	3.933
Privada com fins lucrativos	115	99	248	308	532	2.824	4.126
Total	359	290	566	677	1.022	6.124	9.038

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.2 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Com o início da pandemia sua instituição passou rapidamente a ofertar aulas não presenciais", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	58	35	45	67	106	513	824
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	86	88	140	174	239	1.427	2.154
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	77	47	128	150	191	1.228	1.821
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	40	42	75	84	156	863	1.260
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	51	34	94	96	179	926	1.380
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	36	40	64	78	116	791	1.125
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	11	4	20	28	35	376	474
Total	359	290	566	677	1.022	6.124	9.038

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.3 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Sua instituição ofereceu suporte para os estudantes superarem dificuldades tecnológicas de acesso às atividades não presenciais", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	24	56	103	106	161	239	689
Pública Estadual	12	17	7	12	15	25	88
Pública Municipal	4	3	7	8	14	41	77
Privada sem fins lucrativos	221	200	302	499	565	1.741	3.528
Privada com fins lucrativos	563	349	468	532	537	1.276	3.725
Total	824	625	887	1.157	1.292	3.322	8.107

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.4 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Sua instituição ofereceu suporte para os estudantes superarem dificuldades tecnológicas de acesso às atividades não presenciais", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	97	62	70	103	138	300	770
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	214	144	230	288	320	794	1.990
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	176	120	192	241	243	652	1.624
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	118	90	129	167	180	438	1.122
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	118	102	131	168	179	523	1.221
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	74	81	100	138	159	408	960
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	27	26	35	52	73	207	420
Total	824	625	887	1.157	1.292	3.322	8.107

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.5 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	11	29	53	98	164	404	759
Pública Estadual	1	3	8	14	16	49	91
Pública Municipal	4	3	4	8	17	46	82
Privada sem fins lucrativos	62	91	218	418	611	2.412	3.812
Privada com fins lucrativos	155	167	382	613	681	1.960	3.958
Total	233	293	665	1.151	1.489	4.871	8.702

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.6 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	30	34	56	115	146	429	810
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	62	63	179	290	343	1.137	2.074
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	46	71	134	237	304	952	1.744
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	20	33	113	158	224	664	1.212
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	38	48	93	186	228	736	1.329
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	28	33	69	120	183	639	1.072
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	9	11	21	45	61	314	461
Total	233	293	665	1.151	1.489	4.871	8.702

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.7 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	9	32	46	75	106	209	477
Pública Estadual	4	4	5	9	13	31	66
Pública Municipal	6	2	5	9	15	33	70
Privada sem fins lucrativos	129	106	223	341	483	1.689	2.971
Privada com fins lucrativos	284	197	362	483	490	1.446	3.262
Total	432	341	641	917	1.107	3.408	6.846

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.8 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	51	39	54	95	115	294	648
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	118	96	160	232	261	785	1.652
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	88	54	154	184	217	656	1.353
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	55	50	98	128	158	485	974
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	57	62	77	156	159	515	1.026
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	50	29	80	87	134	446	826
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	13	11	18	35	63	227	367
Total	432	341	641	917	1.107	3.408	6.846

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.9 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	21	14	21	35	74	202	367
Pública Estadual	6	3	4	7	7	38	65
Pública Municipal	3	1	1	5	9	39	58
Privada sem fins lucrativos	137	65	133	240	378	1.697	2.650
Privada com fins lucrativos	215	132	197	300	392	1.297	2.533
Total	382	215	356	587	860	3.273	5.673

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.10 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	71	28	29	51	80	241	500
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	119	59	95	147	207	721	1.348
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	61	45	69	134	179	617	1.105
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	38	27	64	77	115	461	782
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	47	27	49	80	136	537	876
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	33	21	41	67	105	460	727
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	13	8	9	31	38	236	335
Total	382	215	356	587	860	3.273	5.673

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.11 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Os professores demonstraram domínio dos recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	18	74	128	196	201	169	786
Pública Estadual	2	6	14	26	21	25	94
Pública Municipal	1	5	13	21	25	21	86
Privada sem fins lucrativos	85	174	437	780	868	1.591	3.935
Privada com fins lucrativos	176	237	517	781	848	1.664	4.223
Total	282	496	1.109	1.804	1.963	3.470	9.124

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.12 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Os professores demonstraram domínio dos recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	37	49	90	148	168	338	830
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	80	110	266	401	479	836	2.172
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	60	110	218	358	402	685	1.833
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	42	65	150	269	287	474	1.287
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	29	80	176	299	278	536	1.398
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	25	70	151	234	245	402	1.127
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	9	12	58	95	104	199	477
Total	282	496	1.109	1.804	1.963	3.470	9.124

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.13 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	26	77	133	187	171	191	785
Pública Estadual	4	12	15	22	19	23	95
Pública Municipal	3	4	10	11	25	33	86
Privada sem fins lucrativos	98	194	432	735	890	1.594	3.943
Privada com fins lucrativos	214	254	553	733	815	1.672	4.241
Total	345	541	1.143	1.688	1.920	3.513	9.150

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.14 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	44	48	90	140	177	335	834
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	80	126	279	385	453	848	2.171
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	68	112	234	329	396	701	1.840
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	44	80	154	226	274	511	1.289
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	48	86	173	304	264	525	1.400
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	49	69	153	214	244	407	1.136
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	12	20	60	90	112	186	480
Total	345	541	1.143	1.688	1.920	3.513	9.150

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.15 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Os recursos tecnológicos e o acesso à internet que você possuía no início da pandemia eram adequados para acompanhar as aulas não presenciais", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	31	24	71	104	131	432	793
Pública Estadual	1	7	9	11	14	53	95
Pública Municipal	1	1	7	6	19	51	85
Privada sem fins lucrativos	96	107	197	402	581	2.556	3.939
Privada com fins lucrativos	169	150	333	504	709	2.413	4.278
Total	298	289	617	1.027	1.454	5.505	9.190

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.16 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Os recursos tecnológicos e o acesso à internet que você possuía no início da pandemia eram adequados para acompanhar as aulas não presenciais", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	60	42	79	116	157	380	834
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	88	79	196	277	384	1.163	2.187
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	56	62	121	221	308	1.078	1.846
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	36	42	77	138	205	799	1.297
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	25	38	71	145	209	921	1.409
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	25	22	53	102	146	791	1.139
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	8	4	20	28	45	373	478
Total	298	289	617	1.027	1.454	5.505	9.190

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.17 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Durante a pandemia, você desenvolveu a capacidade de aprender por meio do ensino não presencial", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	56	78	125	157	146	227	789
Pública Estadual	10	8	16	19	11	30	94
Pública Municipal	6	6	4	18	21	31	86
Privada sem fins lucrativos	243	203	421	678	670	1.723	3.938
Privada com fins lucrativos	369	249	461	702	715	1.739	4.235
Total	684	544	1.027	1.574	1.563	3.750	9.142

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.18 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "Durante a pandemia, você desenvolveu a capacidade de aprender por meio do ensino não presencial", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	74	45	81	163	157	310	830
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	155	143	233	383	397	864	2.175
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	133	104	206	331	304	757	1.835
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	93	74	143	227	217	540	1.294
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	104	89	184	222	237	565	1.401
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	105	62	138	172	175	478	1.130
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	20	27	42	76	76	236	477
Total	684	544	1.027	1.574	1.563	3.750	9.142

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.19 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	120	100	100	142	125	198	785
Pública Estadual	10	11	11	11	21	31	95
Pública Municipal	20	11	7	13	13	22	86
Privada sem fins lucrativos	800	429	460	609	608	1.006	3.912
Privada com fins lucrativos	969	361	450	637	574	1.191	4.182
Total	1.919	912	1.028	1.412	1.341	2.448	9.060

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.20 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	201	63	88	121	120	227	820
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	476	200	219	359	316	585	2.155
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	403	177	210	273	257	490	1.810
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	272	146	151	194	188	338	1.289
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	285	135	165	209	217	380	1.391
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	202	134	132	191	161	302	1.122
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	80	57	63	65	82	126	473
Total	1.919	912	1.028	1.412	1.341	2.448	9.060

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.21 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	260	75	74	78	95	210	792
Pública Estadual	27	5	7	8	9	38	94
Pública Municipal	29	9	4	12	8	25	87
Privada sem fins lucrativos	1.382	323	331	457	379	1.032	3.904
Privada com fins lucrativos	1.430	231	358	453	461	1.296	4.229
Total	3.128	643	774	1.008	952	2.601	9.106

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.22 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos estudantes com a assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso", segundo a Faixa de renda mensal familiar - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Faixa de renda mensal familiar	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Até 1,5 SM (até R$ 1.818,00)	260	59	69	86	82	270	826
De 1,5 a 3 SM (R$ 1.818,00 a R$ 3.636,00)	703	142	159	231	260	684	2.179
De 3 a 4,5 SM (R$ 3.636,00 a R$ 5.454,00)	652	101	165	200	205	503	1.826
De 4,5 a 6 SM (R$ 5.454,00 a R$ 7.272,00)	430	90	119	146	123	376	1.284
De 6 a 10 SM (R$ 7.272,00 a R$ 12.120,00)	477	107	114	171	145	383	1.397
De 10 a 30 SM (R$ 12.120,00 a R$ 36.360,00)	415	100	105	134	98	269	1.121
Acima de 30 SM (mais de R$ 36.360,00)	191	44	43	40	39	116	473
Total	3.128	643	774	1.008	952	2.601	9.106

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.23 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "Frente ao contexto de pandemia sua instituição agiu rapidamente para dar continuidade às atividades de ensino", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0	0	3	1	4	5	13
Pública Estadual	0	0	1	1	0	2	4
Pública Municipal	0	0	0	0	0	5	5
Privada sem fins lucrativos	0	0	0	0	2	104	106
Privada com fins lucrativos	0	0	0	1	10	151	162
Total	0	0	4	3	16	267	290

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.24 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "No contexto da pandemia foi oferecido suporte para os professores se adaptarem ao uso de tecnologias nas aulas que passaram a ser oferecidas no formato não presencial", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0	0	0	3	5	5	13
Pública Estadual	0	0	2	0	0	2	4
Pública Municipal	0	0	0	0	0	5	5
Privada sem fins lucrativos	0	0	0	1	7	97	105
Privada com fins lucrativos	2	2	2	3	16	137	162
Total	2	2	4	7	28	246	289

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.25 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0	0	0	1	3	9	13
Pública Estadual	0	0	1	0	0	3	4
Pública Municipal	0	0	0	0	0	5	5
Privada sem fins lucrativos	0	0	0	0	5	101	106
Privada com fins lucrativos	0	0	0	1	11	149	161
Total	0	0	1	2	19	267	289

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.26 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão de seu curso continuaram sendo ofertadas após o início da pandemia", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0	0	2	1	4	6	13
Pública Estadual	0	0	0	0	1	3	4
Pública Municipal	0	0	0	0	1	4	5
Privada sem fins lucrativos	0	1	1	5	13	84	104
Privada com fins lucrativos	2	3	1	13	15	119	153
Total	2	4	4	19	34	216	279

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.27 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	1	0	0	0	3	3	7
Pública Estadual	0	0	0	0	0	4	4
Pública Municipal	0	0	0	0	0	5	5
Privada sem fins lucrativos	0	1	0	1	9	67	78
Privada com fins lucrativos	1	2	1	7	11	87	109
Total	2	3	1	8	23	166	203

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.28 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "Os professores se adaptaram às mudanças impostas pela pandemia e às aulas não presenciais sem dificuldades", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0	1	1	7	3	1	13
Pública Estadual	0	0	1	0	1	2	4
Pública Municipal	0	0	0	1	0	4	5
Privada sem fins lucrativos	0	0	2	9	19	75	105
Privada com fins lucrativos	3	2	3	10	37	106	161
Total	3	3	7	27	60	188	288

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.29 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "Os professores demonstraram possuir domínio de recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	0	0	0	4	4	5	13
Pública Estadual	0	0	1	1	0	2	4
Pública Municipal	0	0	0	1	0	4	5
Privada sem fins lucrativos	0	0	1	7	21	76	105
Privada com fins lucrativos	2	2	3	4	35	115	161
Total	2	2	5	17	60	202	288

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.30 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "As atividades de gestão do curso foram prejudicadas com o início da pandemia", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	2	0	4	2	3	2	13
Pública Estadual	1	0	0	0	2	1	4
Pública Municipal	4	0	0	0	1	0	5
Privada sem fins lucrativos	68	19	1	4	8	6	106
Privada com fins lucrativos	89	23	9	12	6	20	159
Total	164	42	14	18	20	29	287

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.31 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram o processo formativo dos coordenadores", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	1	1	1	4	2	4	13
Pública Estadual	0	0	1	2	0	1	4
Pública Municipal	2	0	1	1	1	0	5
Privada sem fins lucrativos	45	20	9	12	15	4	105
Privada com fins lucrativos	71	20	18	21	9	22	161
Total	119	41	30	40	27	31	288

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.32 - Distribuição absoluta do nível de discordância/concordância dos coordenadores com a assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram estudantes a trancar ou desistir do curso", segundo a Categoria Administrativa - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Categoria Administrativa	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Pública Federal	1	2	2	3	1	4	13
Pública Estadual	0	0	1	1	0	2	4
Pública Municipal	2	0	0	2	0	1	5
Privada sem fins lucrativos	25	17	22	15	10	15	104
Privada com fins lucrativos	33	24	28	32	10	34	161
Total	61	43	53	53	21	56	287

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.33 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As referências bibliográficas (livros, artigos, textos) necessárias às aulas continuaram acessíveis após o início da pandemia", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	0	0	0	3	14	189	206
Discordo	0	0	0	8	29	220	257
Discordo parcialmente	0	0	0	5	50	530	585
Concordo parcialmente	0	0	0	10	96	905	1.011
Concordo	0	0	2	11	97	1.221	1.331
Concordo totalmente	0	0	10	16	285	4.087	4.398
Total	0	0	12	53	571	7.152	7.788

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.34 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão de seu curso continuaram sendo ofertadas após o início da pandemia", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "As atividades de pesquisa e/ou extensão que você participava antes do início da pandemia continuaram sendo ofertadas" - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	4	0	1	31	32	310	378
Discordo	0	2	8	11	25	247	293
Discordo parcialmente	2	3	6	28	60	446	545
Concordo parcialmente	5	12	8	33	105	621	784
Concordo	5	6	22	29	136	779	977
Concordo totalmente	12	9	18	77	304	2.642	3.062
Total	28	32	63	209	662	5.045	6.039

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.35 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As atividades de estágio supervisionado puderam ser realizadas ao longo da pandemia", segundo a mesma informação para o Estudante - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	2	0	0	10	18	215	245
Discordo	1	1	1	2	14	113	132
Discordo parcialmente	1	0	1	2	23	211	238
Concordo parcialmente	1	5	0	14	44	348	412
Concordo	5	7	0	19	56	525	612
Concordo totalmente	8	10	1	53	191	2.013	2.276
Total	18	23	3	100	346	3.425	3.915

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.36 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os professores se adaptaram às mudanças impostas pela pandemia e às aulas não presenciais sem dificuldades", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais" - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	1	7	10	29	61	204	312
Discordo	2	8	14	60	114	257	455
Discordo parcialmente	11	16	25	134	235	588	1.009
Concordo parcialmente	6	26	45	202	353	869	1.501
Concordo	8	30	39	228	381	1.036	1.722
Concordo totalmente	15	28	62	317	773	1.984	3.179
Total	43	115	195	970	1.917	4.938	8.178

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.37 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "Os professores demonstraram possuir domínio de recursos tecnológicos que passaram a ser utilizados nas aulas não presenciais", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "A didática dos seus professores foi adequada para as aulas não presenciais" - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	6	4	3	9	57	176	255
Discordo	4	4	11	28	130	252	429
Discordo parcialmente	11	13	30	61	245	631	991
Concordo parcialmente	11	10	31	110	421	1.023	1.606
Concordo	11	27	34	137	371	1.173	1.753
Concordo totalmente	8	33	27	193	621	2.239	3.121
Total	51	91	136	538	1.845	5.494	8.155

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.38 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram o processo formativo dos estudantes", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "A implementação de aulas não presenciais e uso de tecnologias digitais decorrentes da pandemia prejudicaram seu processo formativo" - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	841	243	198	177	175	121	1.755
Discordo	282	146	88	123	100	76	815
Discordo parcialmente	338	141	102	123	134	70	908
Concordo parcialmente	400	239	107	191	197	118	1.252
Concordo	413	198	109	178	190	105	1.193
Concordo totalmente	750	352	209	279	344	226	2.160
Total	3.024	1.319	813	1.071	1.140	716	8.083

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

Tabela V.39 - Distribuição absoluta do total de estudantes, por nível de discordância/concordância do Coordenador com a assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram estudantes a trancar ou desistir do curso", segundo o nível de discordância/concordância do Estudante com a assertiva "As dificuldades geradas pela pandemia para a continuidade dos estudos levaram você a pensar em trancar ou desistir do curso" - Enade/2022 - Publicidade e Propaganda

Estudante	Coordenador						
	Discordo totalmente	Discordo	Discordo parcialmente	Concordo parcialmente	Concordo	Concordo totalmente	Total
Discordo totalmente	539	594	569	494	152	441	2.789
Discordo	108	137	102	89	30	107	573
Discordo parcialmente	114	156	138	104	48	121	681
Concordo parcialmente	133	159	197	163	77	144	873
Concordo	142	162	182	137	69	153	845
Concordo totalmente	359	432	483	393	152	469	2.288
Total	1.395	1.640	1.671	1.380	528	1.435	8.049

Fonte: Mec/Inep/Daes – Enade/2022

ANEXO VIII

PROVA E
QUESTIONÁRIO DE PERCEPÇÃO DA PROVA

* P P 0 6 *

06

sinaes
Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

enade2022
Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes

06

Novembro | 22

COMUNICAÇÃO SOCIAL
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

LEIA COM ATENÇÃO AS INSTRUÇÕES ABAIXO.

1. Verifique se, além deste Caderno, você recebeu o **CARTÃO-RESPOSTA**, destinado à transcrição das respostas das questões de múltipla escolha, das questões discursivas (D) e das questões de percepção da prova.

06

2. Confira se este Caderno contém as questões discursivas e as objetivas de múltipla escolha, de formação geral e do componente específico da área, e as relativas à sua percepção da prova. As questões estão assim distribuídas:

Partes	Número das questões	Peso das questões no componente	Peso dos componentes no cálculo da nota
Formação Geral: Discursivas	D1 e D2	40%	25%
Formação Geral: Objetivas	01 a 08	60%	
Componente Específico: Discursivas	D3 a D5	15%	75%
Componente Específico: Objetivas	09 a 35	85%	
Questionário de Percepção da Prova	01 a 09	-	-

3. Verifique se a prova está completa e se o seu nome está correto no **CARTÃO-RESPOSTA**. Caso contrário, avise imediatamente ao Chefe de Sala.
4. Assine o **CARTÃO-RESPOSTA** no local apropriado, com caneta esferográfica **de tinta preta, fabricada em material transparente**.
5. As respostas da prova objetiva, da prova discursiva e do questionário de percepção da prova deverão ser transcritas, com caneta esferográfica de tinta preta, fabricada em material transparente, no **CARTÃO-RESPOSTA** que deverá ser entregue ao Chefe de Sala ao término da prova.
6. Responda cada questão discursiva em, no máximo, 15 linhas. Qualquer texto que ultrapasse o espaço destinado à resposta será desconsiderado.
7. A prova terá duração de quatro horas. Lembre-se de reservar um período para transcrição das respostas para o **CARTÃO-RESPOSTA**.
8. Ao terminar a prova, acene para o Chefe de Sala e aguarde-o em sua carteira. Ele então irá proceder à sua identificação, recolher o seu material de prova e coletar a sua assinatura na Lista de Presença.
9. Atenção! Você deverá permanecer na sala de aplicação por, no mínimo, uma hora a partir do início da prova e só poderá levar este Caderno quando faltarem 30 minutos para o término da prova.

MISTO
Papel | Apoiando o manejo florestal responsável
FSC® C002668

INEP MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

* R 0 6 2 0 2 2 1 *

enade2022

FORMAÇÃO GERAL

QUESTÃO DISCURSIVA 01

TEXTO 1

A Fiocruz é uma instituição de ciência, saúde e educação, vinculada ao Ministério da Saúde, que completou 120 anos. Com várias ações de pesquisa, de desenvolvimento de tecnologias, de produção de vacinas e medicamentos, a Fiocruz se dedica a enfrentar grandes desafios sanitários. Seu trabalho é fundamental para pensarmos em um país com mais justiça e equidade.

Disponível em: https: //www.anped.org.br/News/sbpc-divulga-manifesto-em-defesa-da-educação-da-ciencia-eda-democracia. Acesso em: 8 ago. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Com a pandemia do novo coronavírus, intensificaram-se as dificuldades e limitações físicas, orçamentárias e estruturais para a pesquisa científica. Durante o período de isolamento social, com o fechamento das salas de aula e dos laboratórios, as universidades, com seus professores, acadêmicos e funcionários, precisaram se reinventar. O fazer ciência é um processo complexo que envolve pesquisadores, acadêmicos, estrutura física, horas de dedicação, testes, erros e acertos. Muitas vezes, é preciso também recomeçar, buscar novas metodologias, olhar o resultado por outro viés e reaprender a ler o que se descobriu. Por tudo isso, a pesquisa não é algo que se faz da noite para o dia, e produzi-la é ainda mais desafiador.

Disponível em: https://www.upf.br. Acesso em: 6 jun. 2022 (adaptado).

TEXTO 3

A tabela a seguir apresenta a variação do orçamento federal nos anos de 2020 e 2021.

Pasta	Orçamento Federal em 2021 (em bilhões de R$)	Variação (2020 - 2021)
Agricultura	10,42	− 0,2%
Cidadania	103,9	+ 22,1%
Ciência, Tecnologia e Inovações	8,36	− 28,7%
Defesa	65,33	− 9,8%
Desenvolvimento Regional	10,68	+ 23,6%
Economia	569,49	− 4,6%
Educação	74,56	− 27,1%
Infraestrutura	17,29	− 8,1%
Justiça e Segurança Pública	11,46	− 11,7%
Meio Ambiente	2	− 25,1%
Minas e Energia	8,94	+ 44,2%
Mulher, Família e Direitos Humanos	0,52	+ 44,4%
Relações Exteriores	1,97	− 17,2%
Saúde	136,23	+ 4,8%
Turismo	1,73	− 5,5%

PLOA – PLN 28/2020, com as alterações do Congresso Nacional e Consultoria de Orçamento do Senado Federal. Agência Senado.

enade2022

* R 0 6 2 0 2 2 3 *

Com base nas informações dos textos e da tabela apresentados e considerando o contexto da pandemia de Covid-19, faça o que se pede nos itens a seguir.

a) Discuta por que os investimentos públicos em educação, ciência, tecnologia e inovação são estratégicos e contribuem para o desenvolvimento científico de um país. (valor: 5,0 pontos)

b) Explique como o fomento público ao desenvolvimento científico pode atender à justiça social e à equidade, em contextos como o da pandemia de Covid-19. (valor: 5,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

Área livre

enade2022

QUESTÃO DISCURSIVA 02

O patriarcado (ou dominação masculina) é composto por diferentes estruturas que se conectam na reprodução das desvantagens e da vulnerabilidade das mulheres nas sociedades contemporâneas. A violência sexual é uma delas; a exclusão política é outra. Embora essas não esgotem todas as estruturas de dominação, são elas que, em conjunto com a divisão sexual do trabalho, são mais determinantes. Ambas se alimentam e, ao mesmo tempo, ativam estereótipos de gênero em que o feminino convencional está associado à domesticidade e à aceitação, pelas mulheres, da autoridade masculina.

Algumas farsas ocupam papel importante na justificação da violência contra as mulheres, tanto na violência da exclusão política quanto na sexual. Uma dessas farsas é a de que as mulheres não se interessam pela política. Nesse sentido, estaríamos diante da autoexclusão. A outra é que as mulheres seriam as culpadas pela violência sexual que sofrem sistematicamente. Aqui, o problema seria que elas estão onde não deveriam estar, se vestem como não deveriam, isto é, se comportam *como se fossem* livres.

BIROLI, F. **Mulheres, política e violência**. Disponível em: https://blogdaboitempo.com.br. Acesso em: 18 jul. 2022 (adaptado).

Com base no texto apresentado, faça o que se pede nos itens a seguir.

a) Discorra sobre a relação entre o patriarcado estrutural e a desigualdade entre homens e mulheres. (valor: 5,0 pontos)

b) Proponha duas ações do Estado para o enfrentamento dos diferentes tipos de violência contra a mulher. (valor: 5,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

enade2022

RD620225

QUESTÃO 01

TEXTO 1

A democracia representativa exige, para o seu funcionamento, um conjunto de características, as quais podem ser compreendidas como instituições. São elas: Funcionários eleitos; Eleições livres, justas e frequentes; Sufrágio inclusivo; Direito de concorrer a cargos eletivos; Liberdade de expressão; Fontes de informação diversificadas; Autonomia para as associações. Entre as categorias mencionadas, destacam-se duas como pilares do regime democrático.

Liberdade de expressão: os cidadãos têm o direito de se expressar, sem o perigo de punições severas, quanto aos assuntos políticos de uma forma geral, o que inclui a liberdade de criticar os funcionários do governo, o governo em si, o regime, a ordem socioeconômica e a ideologia dominante.

Fontes de informação diversificadas: os cidadãos têm o direito de buscar fontes de informação, alternativas, diversificadas e independentes. Ademais, a existência de fontes de informação alternativa deve ser protegida por lei.

DAHL, R. A. **Sobre a democracia**, EDU: UnB, 2001 (adaptado).

TEXTO 2

Embora os regimes políticos possam ser derrubados e as ideologias criticadas e destituídas de sua legitimidade, por trás de um regime e de sua ideologia há sempre um modo de pensar e de sentir, uma série de hábitos culturais, uma nebulosa de instintos obscuros e de pulsões insondáveis.

ECO, U. O Fascismo Eterno. *In*: **Cinco Escritos Morais**. Editora Record: Rio de Janeiro, 2002 (adaptado).

TEXTO 3

A figura a seguir exemplifica algumas condutas que, segundo Umberto Eco, podem ser consideradas contraditórias aos princípios democráticos.



Disponível em: https://www.facebook.com/EditoraRecord/photos. Acesso em: 18 ago. 2022 (adaptado).

Com base na concepção de regimes políticos, abordada pelos autores, avalie as afirmações a seguir.

I. A democracia é o sistema que se propõe a assegurar aos seus cidadãos uma liberdade pessoal mais ampla do que outros modelos.
II. A liberdade de expressão no sistema democrático garante que a manifestação de um agente político e de um cidadão possuam repercussões equivalentes.
III. As *fake news* são manifestações relacionadas à categoria de fontes de informação diversificadas e podem ser utilizadas como estratégia para fragilizar o sistema democrático de governo.
IV. O direito à liberdade de expressão permite a emissão de opinião crítica e discursos contrários à democracia e aos direitos humanos.

É correto apenas o que se afirma em

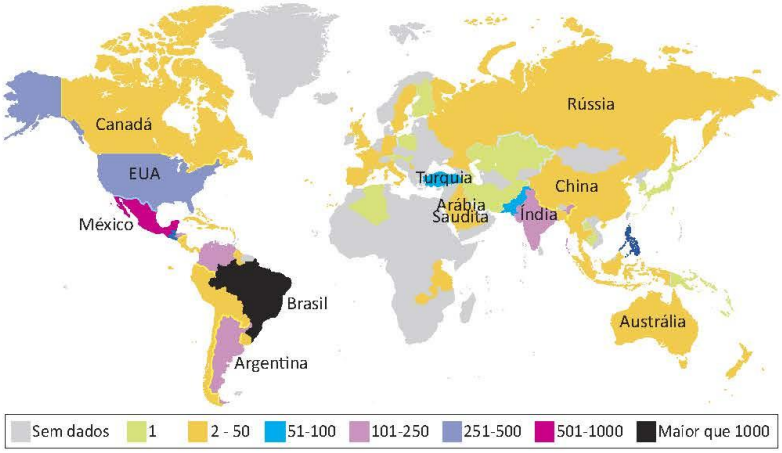
A I e II.
B I e III.
C II e IV.
D I, III e IV.
E II, III e IV.

QUESTÃO 02

TEXTO 1

Dados do levantamento feito pelo *TransgenderEurope* (TGEU) mostram que o Brasil permaneceu pelo 13º ano consecutivo como o país que mais mata pessoas transgêneros.

Mortes de Transgêneros - Por Países de 2008 a 2021 (Números Absolutos)

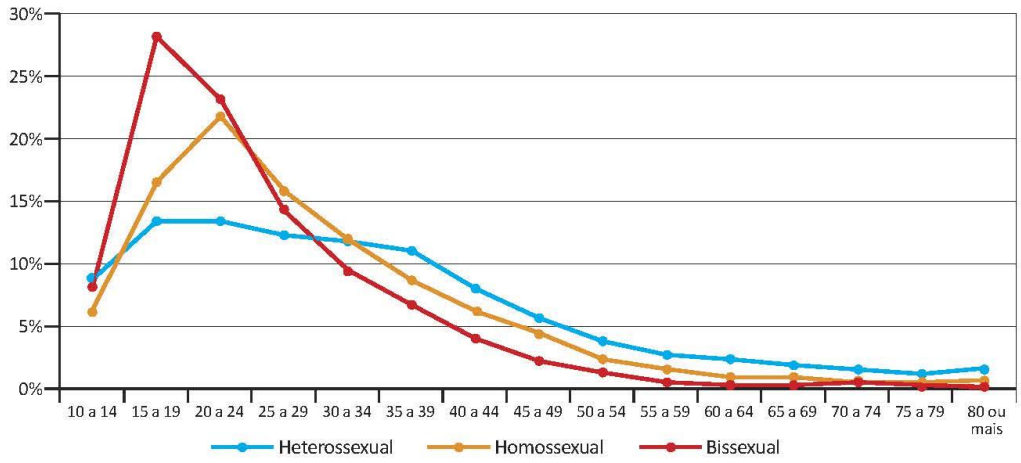


TRANSGENDER EUROPE (TGEU). Disponível em: https://transrespect.org. Acesso em: 5 jul. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

De acordo com dados do Sistema de Informação de Agravos de Notificação (Sinan), do Ministério da Saúde, houve um crescimento bruto de 5% nas violências contra homossexuais e 37,1% nas violências contra bissexuais, passando de 4 855 registros em 2018 para 5 330 em 2019. No gráfico a seguir são apresentados os dados percentuais de casos notificados em 2019, de acordo com a orientação sexual das vítimas de violência.

Brasil: Perfil de Pessoas Homossexuais e Bissexuais Vítimas de Violência, por Orientação Sexual, por Faixa Etária (2019)



CERQUEIRA, D. *et al.* **Atlas da Violência 2021**. São Paulo: FBSP/IPEA, 2021.

enade2022

Considerando as informações apresentadas no mapa e no gráfico, bem como a situação social dos grupos LGBTQIAPN+, avalie as afirmações a seguir.

I. Os discursos e as práticas contra a diversidade sexual e de gênero são incompatíveis com as premissas éticas e dos direitos humanos que regem as sociedades democráticas.

II. A violência contra os grupos LGBTQIAPN+ é histórica, simbólica, psicológica e física, ocorrendo em razão de estereótipos e estigmas vigentes na sociedade e por meio de repressões e abusos.

III. A partir dos 40 anos de idade, há uma maior incidência de violência sobre pessoas heterossexuais em relação aos outros grupos, o que indica que a vulnerabilidade independe da orientação sexual.

IV. O Brasil é o país onde se identifica o maior número de mortes de pessoas *trans* entre os países analisados, situação que revela a necessidade de uma política pública mais assertiva de combate aos crimes cometidos contra os grupos LGBTQIAPN+.

É correto apenas o que se afirma em

A) I e III.
B) I e IV.
C) II e III.
D) I, II e IV.
E) II, III e IV.

QUESTÃO 03

Em 2019, a violência armada foi três vezes maior para a população negra, em comparação com a não negra, tanto para a população geral quanto para o grupo jovem (entre 15 e 29 anos de idade). Quanto à taxa de mortalidade por 100 mil habitantes no grupo de pessoas com até 14 anos de idade, destaca-se, da mesma forma, a desigualdade na vitimização de crianças e adolescentes negros por agressão com arma de fogo, com taxa 3,6 vezes maior do que a de não negros em 2019.

INSTITUTO SOU DA PAZ. **Violência armada e racismo:** o papel da arma de fogo na desigualdade racial. Disponível em: https://soudapaz.org. Acesso em: 6 jul. 2022 (adaptado).

Considerando as informações apresentadas, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. O fator racial é um importante condicionante na análise de dados relativos a homicídios e violência no Brasil na população de adolescentes e jovens.

PORQUE

II. A população negra sofre mais violência do que a população não negra, em razão do racismo estrutural existente no país, além de outras vulnerabilidades sociais associadas a essa forma de preconceito.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

A) As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
B) As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
C) A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
D) A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
E) As asserções I e II são proposições falsas.

QUESTÃO 04



Foto: Renato Soares. Disponível em: http://conexaoplaneta.com.br. Acesso em: 22 ago. 2022 (adaptada).

TEXTO 1

Além de tramitar no Judiciário um processo a respeito do Marco Temporal, há também, na Câmara dos Deputados, um projeto em que se tenta transformar a tese do Marco Temporal em lei. Trata-se do Projeto de Lei n. 490/2007, que determina que devem ter direito às terras consideradas ancestrais somente os povos que as estivessem ocupando no dia da promulgação da Constituição Federal, em 5 de outubro de 1988.

Disponível em: https://g1.globo.com. Acesso em: 21 jun. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

O assassinato do indigenista Bruno Pereira e do jornalista Dom Phillips expôs ao mundo a importância da demarcação dos territórios indígenas, assegurada pela Constituição Federal de 1988. Os territórios indígenas, além de preservarem identidades, modos de vida, tradições e culturas desses povos, também são fundamentais para a preservação ambiental. Eles contribuem para conter as emissões de gases de efeito estufa, promover a biodiversidade e potencializar sistemas.

Se mantido o critério do Marco Temporal, a guerra fundiária poderá ser intensificada. Os territórios se tornarão zonas de mais conflitos entre fazendeiros, mineradores, garimpeiros, grileiros, produtores rurais, narcotraficantes, comerciantes de peixes, caçadores e madeireiros, o que resultará na morte de indígenas e de defensores da floresta e, por extensão, dos territórios indígenas.

Com base nos textos e na imagem apresentados, avalie as afirmações a seguir.

I. Os territórios indígenas, com a regulamentação do Marco Temporal, ficarão formalmente protegidos de invasões, e os povos originários poderão manter suas tradições culturais.

II. As ações de grupos de garimpeiros, de pescadores ilegais, de desmatadores e de alguns setores das atividades agropecuárias vêm confrontando os povos originários em disputas territoriais.

III. O aumento da criminalidade nos territórios indígenas está associado aos interesses econômicos de exploração insustentável do meio ambiente, como os relacionados aos garimpos ilegais e ao desmatamento de florestas.

IV. A existência dos movimentos sociais indígenas é essencial para a luta por direitos sociais, culturais e de acesso à terra pelos povos originários, assim como para a preservação do meio ambiente e do modo de vida dos indígenas.

V. O Estado brasileiro está impedido de intervir nas demarcações de territórios indígenas, em respeito à autonomia, à autogestão e à livre determinação dos povos originários, segundo a Constituição Federal de 1988.

É correto apenas o que se afirma em

A I e V.
B I, III e V.
C II, III e IV.
D II, IV e V.
E I, II, III e IV.

QUESTÃO 05

Pesquisa realizada pelo Observatório Brasileiro de Políticas Públicas da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) aponta que a população em situação de rua aumentou no Brasil em 2022. De janeiro a maio deste ano, mais de 26 mil novas pessoas nessa situação foram registradas no Cadastro Único (CadÚnico) do Governo Federal. No país, mais de 180 mil pessoas estão registradas no CadÚnico.

Disponível em: https://g1.globo.com. Acesso em: 6 jul. 2022 (adaptado).

Considerando as informações apresentadas, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. A existência de pessoas em situação de rua no Brasil deriva, sobretudo, das desigualdades sociais oriundas da pandemia de Covid-19.

PORQUE

II. Um dos efeitos da pandemia de Covid-19 foi a ampliação do número de pessoas em situação de rua no Brasil, o que evidencia a segregação socioespacial das cidades brasileiras.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

A As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
B As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
C A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
D A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
E As asserções I e II são proposições falsas.

QUESTÃO 06

Ao final de 2021, cerca de 89,3 milhões de pessoas estavam deslocadas em todo o mundo, em decorrência de violência, perseguições, violações dos direitos humanos ou outros conflitos em seus locais de origem. Esse contingente de deslocamentos forçados já alcançava mais de 100 milhões de pessoas em maio de 2022, sendo motivados por instabilidades como as ocorridas no Afeganistão, em alguns países africanos e nas regiões da Ucrânia ocupadas pela Rússia, além de outros locais onde já perduravam confrontos armados, como, por exemplo, na Síria.

Disponível em: https://www.acnur.org. Acesso em: 21 jun. 2022 (adaptado).



Disponível em: https://operamundi.uol.com.br. Acesso em 24 de jun. de 2022.

Com relação às atuais migrações internacionais forçadas, assinale a opção correta.

A Os interesses em relação ao tipo de tratamento dispensado aos imigrantes no mundo independem de seus países de origem.

B A xenofobia, que consiste no preconceito contra estrangeiros, deve-se à falta de normas internacionais para o tratamento de situações de imigração.

C Os refugiados são migrantes de países subdesenvolvidos que se deslocam para países centrais do capitalismo global a fim de servir de mão de obra barata.

D As migrações internacionais forçadas surgem da globalização econômica, cujos processos são responsáveis pelo aumento do número de refugiados no mundo.

E A condição de migrante internacional forçado diferencia-se da condição geral de imigrante na medida em que se refere ao deslocamento motivado por fatores involuntários, que fogem ao controle do migrante e de sua família.

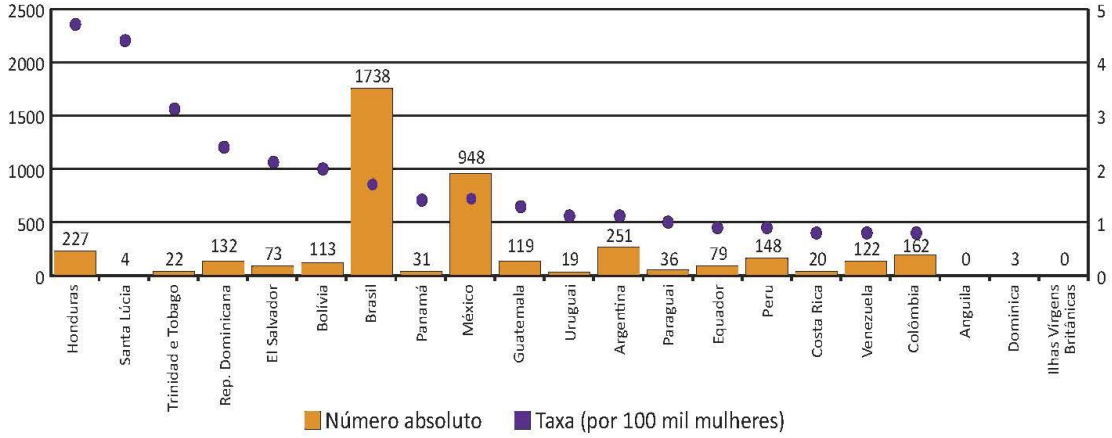
enade2022

R062022211

QUESTÃO 07

TEXTO 1

América Latina, Caribe (21 países): Feminicídio ou femicídio (2021)
(Em números absolutos e taxas por 100 mil mulheres)



Disponível em: https://olg.cepal.org. Acesso em: 20 abr. 2022.

TEXTO 2

Resultados de pesquisa da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL), vinculada à Organização das Nações Unidas (ONU), apontam que, além do feminicídio íntimo, aquele perpetrado por parceiros ou ex-parceiros da vítima, e do feminicídio sexual sistêmico, em que a vítima é sequestrada e estuprada, há o feminicídio lesbofóbico ou bifóbico, configurado quando a vítima é bissexual ou lésbica e é assassinada porque o agressor entende que deve puni-la por sua orientação sexual.

Disponível em: http://agenciabrasil.ebc.com.br. Acesso em: 22 ago. 2022 (adaptado).

A partir do gráfico e das informações do texto, assinale a opção correta.

A O gráfico apresentado ranqueia os países a partir de um cálculo de proporção e, nessa perspectiva, Santa Lúcia apresenta uma das taxas mais baixas de feminicídio na região.

B As políticas públicas voltadas às mulheres partem do pressuposto de que elas devem ser as principais responsáveis por sua própria segurança, evitando comportamentos de risco.

C Os países da América Latina que apresentam as maiores taxas de ocorrência de feminicídios a cada 100 mil mulheres, de acordo com o gráfico apresentado, são Brasil, México e Argentina.

D As formas de violência que afetam as mulheres são determinadas não somente pela condição sexual e de gênero, mas também por diferenças econômicas, etárias, raciais, culturais e religiosas.

E O número relativo a cada 100 mil mulheres vítimas de feminicídio no Brasil explica a posição elevada do país no ranking, diferentemente de Honduras, que registra, relativamente, menos ocorrências que o Brasil.

QUESTÃO 08



Grafite: Eduardo Kobra. Foto: Charles Humpreys. São Paulo. Disponível em: https://www.bbc.com. Acesso em: 22 ago. 2022.

Inicialmente, a natureza transgressora do grafite foi encarada pelo Estado como vandalismo no espaço público e como um perigo para a conservação da propriedade privada, devendo-se, portanto, combatê-lo. Com o tempo, contudo, essa concepção marginal transformou-se, incidindo em uma valorização aceitável pelo Estado e positiva para a sociedade. Essa transição do grafite, de arte marginal para manifestação artística reconhecida e aceita, tem revelado aspectos importantes não somente para os profissionais do grafite, mas para a sociedade como um todo, pois incorpora a possibilidade de ele ser um produto artístico de valor cultural, econômico e ideológico.

PIRES, E. M.; SANTOS, F. A. A cidade de São Paulo e suas dinâmicas: graffiti, Lei Cidade Limpa e publicidade urbana. **Anais do Museu Paulista**: História e Cultura Material. v. 26, São Paulo, 2018 (adaptado).

Considerando-se o texto e a imagem apresentados, é correto afirmar que o grafite consiste em uma

A) expressão popular associada à contestação e, por isso, não é reconhecido como arte.
B) expressão convencional de hierarquias consolidadas ao longo do tempo e ainda presentes na sociedade.
C) expressão cultural que problematiza os valores e as relações da sociedade com os espaços onde é produzida.
D) intervenção urbana que traz prejuízos para a sociedade porque gera conflitos latentes entre diferentes classes sociais.
E) intervenção estética realizada com o propósito de embelezamento padronizado dos espaços urbanos pelo uso de cores intensas e contrastantes.

enade2022

R062022213

COMPONENTE ESPECÍFICO

QUESTÃO DISCURSIVA 03

TEXTO 1

Uma pesquisa recente revelou que influenciadores digitais são a segunda fonte para tomada de decisão na compra de produtos, perdendo apenas para amigos e parentes. Em segmentos específicos, como alimentos e beleza, o poder de alcance dos influenciadores é ainda maior, tanto na apresentação de novos produtos como na alavancagem de vendas.

Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/home/midia. Acesso em: 6 maio 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Episódios recentes envolvendo declarações preconceituosas por parte de personalidades do ambiente digital fizeram as empresas repensarem a relação com os influenciadores. De acordo com o presidente de uma agência brasileira, as marcas erraram ao firmar parcerias com influenciadores apenas com base na audiência, e não na relevância, considerando-os como mídia, e não como produtores de conteúdo.

Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/home/ comunicacao/2018/07/11/ agencias-analisam-relacao-com- influenciadores.html. Acesso em: 6 maio 2022.

Considerando o papel dos influenciadores digitais no planejamento de comunicação integrada das empresas e instituições, e os aspectos que devem orientar a tomada de decisão sobre parcerias com personalidades às quais uma marca se associa no ambiente digital, faça o que se pede nos itens a seguir.

a) Apresente duas características do influenciador que devem ser avaliadas para associação com a marca. (valor: 5,0 pontos)

b) Explique duas características do público-alvo que devem estar associadas à escolha do influenciador. (valor: 5,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

QUESTÃO DISCURSIVA 04

TEXTO 1

Há uma falsa controvérsia sobre o nome do fenômeno das *fake news*, desinformação ou fraude informacional, como se a forma de chamá-lo mudasse qualquer coisa. Como quer que se chame, trata-se de: 1) informação criada com base em parcialidades, distorções ou completa invenção; 2) com o fim de enganar ou confundir o público; 3) para, em seguida, levar as pessoas a tomarem determinada posição ou agirem de certo modo, em conformidade com os interesses do fabricante da informação.

Mas, antes que alguém diga, com razão, que coisas assim sempre existiram, sugiro acrescentar o elemento n. 4: trata-se de informação fabricada digitalmente e para a disseminação digital. *Fake news*, portanto, é uma expressão que se restringe a um tipo específico de informação falsificada para manipular e enganar as pessoas, e que só poderia existir em sociedades que vivem em extrema conexão digital.

Disponível em: https://revistacult.uol.com.br/home/quatro-ou-cinco-coisas-que-eu-sei-sobre-fake-news/. Acesso em: 16 ago. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Todas as empresas que fazem publicidade programática no país devem prestar atenção ao movimento *Sleeping Giants*. Por meio de um perfil no Twitter, o movimento — que segue a linha de seu homônimo americano — busca constranger marcas publicamente e evitar que o dinheiro que investem em publicidade chegue a sites com "discurso de ódio e *fake news*", conforme sua descrição na rede social.

Antes mesmo de ser alvo do *Sleeping Giants*, toda empresa que utilize mídia programática deve buscar se inteirar sobre quais sites estão recebendo seus investimentos e, se achar necessário, solicitar o bloqueio daqueles que possam trazer conteúdos com os quais não deseja estar associada. Vale para *fake news*, mas também para discriminação, violência, pornografia e qualquer outro tema que contrarie os valores da marca. A questão não é simples, mas, independentemente desse debate, é obrigação das marcas conhecer o destino de seus recursos publicitários e tomar decisões informadas. Seus consumidores também querem saber. A automação e o uso de dados em estratégias de comunicação são ferramentas poderosas e muito eficazes, mas devem estar sempre aliadas ao olhar e à avaliação humana na tomada de decisão.

Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2020/05/28/sleeping-giants-mostra-impacto-da-compra-de-midia-na-reputacao.html. Acesso em: 16 ago. 2022 (adaptado).

Considerando os trechos apresentados, redija um texto a respeito do papel da publicidade e da responsabilidade de anunciantes que utilizam mídia programática na propagação de *fake news*. (valor: 10,0 pontos)

enade2022

R062021 5

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

Área livre

enade2022

QUESTÃO DISCURSIVA 05

Ao processar dados pessoais, um site, empresa ou organização deve apresentar uma base legal específica ou tratar devidamente o consentimento do titular dos dados pessoais. Das dez bases legais para o processamento legal que a Lei n. 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD) estabelece, o consentimento é a primeira delas. Haverá exceção a essa regra quando a solicitação para obtenção do dado pessoal estiver respaldada por alguma das bases legais. O consentimento pode ser revogável a qualquer momento e deve ser fornecido pelo titular dos dados de forma inequívoca, manifesta e livre, podendo ser retirado a qualquer tempo. Todo o processamento de dados pessoais deve ser documentado desde a coleta inicial até o término. Também é obrigatória a apresentação de um relatório de impacto à proteção de dados, no qual constarão a descrição de que tipo de dados são coletados, o objetivo da coleta e processamento, seu tempo de retenção e com quem os dados podem ser compartilhados. Isso também deve fazer parte de uma política de privacidade de fácil acesso aos titulares de dados pessoais.

CELIDONIO, T.; NEVES, P. S.; DONÁ, C. M. Metodologia para mapeamento dos requisitos listados na LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados do Brasil número 13.709/18) e sua adequação perante a lei em uma instituição financeira: um estudo de caso. **Brazilian Journal of Business**, Curitiba, v. 2, n. 4, p. 3.626-3.648, out./dez. 2020 (adaptado).

Considerando o texto apresentado e as adaptações que estão sendo realizadas pelas agências de publicidade e pelas organizações desde 2020 com a implantação da LGPD, redija um texto acerca das transformações geradas pela referida lei nas práticas publicitárias e nas relações de consumo. (valor: 10,0 pontos)

RASCUNHO	
1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	

Área livre

enade2022

QUESTÃO 09

TEXTO 1

O Metaverso é um universo digital compartilhado na nuvem, mesclando os elementos fisicamente presentes com espaços virtuais. O projeto *History of Computing* define o Metaverso como a coleção de todos os mundos conectados pelo espaço físico, como uma coleção dos mundos virtuais e camadas de realidade aumentada.

ZANATTA, R. Metaverso: entre a possibilidade de uma existência estendida e a escravidão algorítmica. **IUH On-line**. São Leopoldo, n. 550. p. 6, nov./2021 (adaptado).



Com base nas informações apresentadas, avalie as afirmações a seguir.

I. As marcas podem utilizar o Metaverso para oferecerem novas experiências ao consumidor, sem a necessidade de deslocamento físico.

II. A promoção de jogos e eventos dentro do Metaverso é possível por meio da construção de uma ponte entre as marcas e seus consumidores.

III. O Metaverso pode incrementar a interação entre marcas e clientes, aumentando as taxas de retenção.

É correto o que se afirma em

A) II, apenas.
B) III, apenas.
C) I e II, apenas.
D) I e III, apenas.
E) I, II e III.

Área livre

QUESTÃO 10

Com o crescente volume de conteúdo na internet, ser visto está cada vez mais difícil. Há algumas décadas, as ruas das grandes cidades dificilmente ficavam congestionadas. Isso porque havia um número reduzido de carros circulando. Nos grandes centros urbanos da atualidade, os congestionamentos são cada vez maiores. Podemos trazer essa metáfora para a internet: mais pessoas têm condições de navegar pela rede e produzir conteúdo. Isso gera um enorme congestionamento de informações, e ser visto nesse turbilhão de *bits* fica mais e mais difícil.

PORTO, C. **Facebook marketing**. São Paulo: Novatec, 2014 (adaptado).

A partir do texto apresentado e considerando o marketing digital em mídias sociais, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. Para otimizar a visibilidade das marcas em meio à grande quantidade de informações que disputam a atenção dos clientes na internet, o planejamento de marketing digital deve escolher entre mídia própria, mídia paga ou mídia orgânica, sendo que essa escolha depende das características da marca e do setor de negócios a que ela pertence.

PORQUE

II. Enquanto a mídia própria se refere ao conteúdo produzido nas redes da própria marca e a mídia paga se refere à expansão da visibilidade com anúncios pagos, a mídia orgânica é uma exposição conquistada com ações espontâneas, como opiniões de consumidores, matérias na imprensa ou menções à marca.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

A As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
B As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
C A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
D A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
E As asserções I e II são proposições falsas.

Área livre

enade2022

R062022219

QUESTÃO 11

Em seu estudo sobre os programas musicais no rádio, Adorno criticou o estatuto da música, rebaixado ao estado de ornamento da vida cotidiana, denunciando o que ele chama de "felicidade fraudulenta da arte afirmativa", ou seja, uma arte integrada ao sistema. Suas análises sobre o *jazz* são indicativas de sua posição extrema, na qual alguns logo viram o etnocentrismo europeu característico. Rejeitando toda análise puramente estética em prol de uma crítica psicossocial, Adorno afasta, com desprezo, todas as pretensões de o *jazz* exprimir a libertação. Segundo ele, sua função social primordial é reduzir a distância entre o indivíduo alienado e a cultura afirmativa, isto é, a exemplo da arte afirmativa, uma cultura que favorece não o que deveria afirmar – a saber, a resistência –, mas, pelo contrário, a integração ao *status quo*.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **História das teorias da comunicação.** 12. ed. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2009; (adaptado).

De acordo com o texto apresentado, foi a partir do contexto descrito que Theodor Adorno e Max Horkheimer criaram o conceito de

A) imagem dialética.
B) indústria cultural.
C) sociedade do espetáculo.
D) duplo fluxo da comunicação.
E) sistema geral de comunicação.

QUESTÃO 12

A ambiguidade existe quando há várias possibilidades de compreensão de uma mensagem. Quando a ambiguidade prejudica o processo de decodificação, trata-se de um problema de comunicação, o que deve ser evitado. Entretanto, a ambiguidade deve ser avaliada com cuidado. Há casos em que ela se caracteriza como um problema de comunicação, mas, em outros, pode ser um recurso persuasivo e, portanto, um aspecto positivo da mensagem. Na publicidade, por exemplo, a ambiguidade é, geralmente, bem-vinda e constitui um recurso retórico bastante utilizado.

HOFF, T.; GABRIELLI, L. **Redação publicitária**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2017 (adaptado).

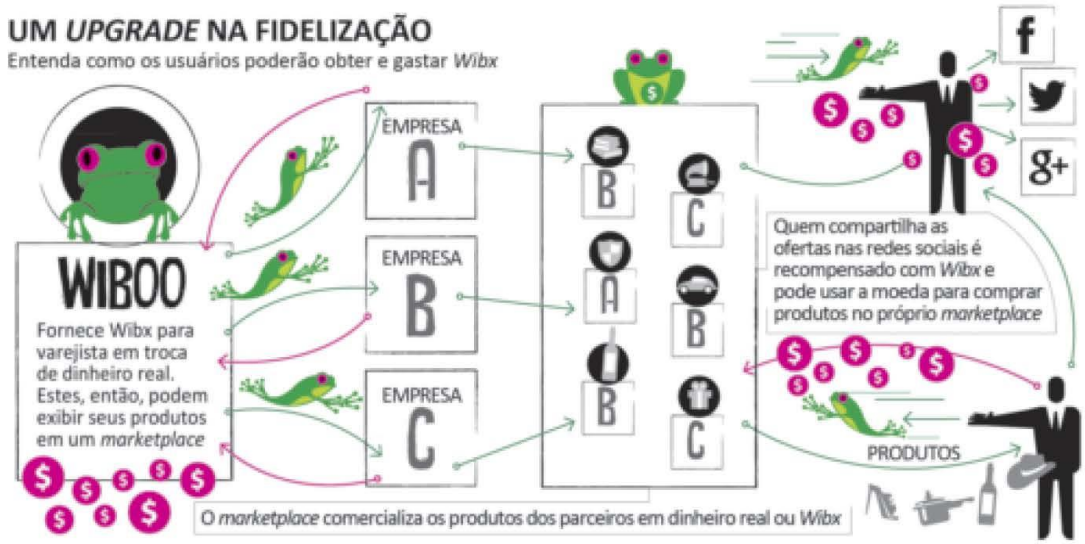
Com relação ao tema abordado no texto, avalie as afirmações a seguir.

I. O uso do recurso da ambiguidade na abordagem publicitária pode ser associado ao humor, à comicidade ou à sátira, de acordo com as possibilidades interpretativas proporcionadas.
II. A leitura de duplo sentido em uma mensagem publicitária vai além do texto escrito em si, residindo também na combinação de signos verbais com signos não verbais.
III. A eficácia da mensagem persuasiva é diretamente proporcional à sua acessibilidade aos diversos públicos atingidos, sem importar o fato de se constituírem ou não como *targets* da mensagem.

É correto o que se afirma em

A) I, apenas.
B) III, apenas.
C) I e II, apenas.
D) II e III, apenas.
E) I, II e III.

QUESTÃO 13



Disponível em: https://www.istoedinheiro.com.br/a-moeda-do-ganha-ganha. Acesso em: 13 jun. 2022.

Em novembro de 2020, a taxa de desemprego no Brasil bateu novo recorde. A pandemia, evidentemente, foi uma das principais causas. Entretanto, um dos efeitos colaterais do novo coronavírus foi a digitalização de diferentes processos, incluindo os modelos de negócios das empresas. Uma das pioneiras em todo o mundo em utilizar uma moeda digital como ferramenta de marketing entre empresas e consumidores, a Wibx conseguiu se destacar no cenário de digitalização. A empresa teve incremento de 20% em sua base de usuários em 2020.

Disponível em: https://www.rhportal.com.br/artigos-rh/empresas-digitais-driblam-crise-provocada-pela-pandemia-e-abrem-mais-de-80-vagas-para-2021/. Acesso em: 13 jun. 2022 (adaptado).

Com base na imagem e no texto apresentados, sobre as inovações no sistema de fidelização de clientes no marketing digital, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. No cenário de desemprego em alta, causado pela pandemia, a recompensa monetária direta aos consumidores que compartilham conteúdo em suas redes sociais é uma infração do princípio de respeitabilidade descrito no Código Brasileiro de Autorregulação Publicitária.

PORQUE

II. A nova condição do consumidor na era digital é caracterizada por indivíduos que produzem conteúdo ativamente para a internet, podendo tanto se apresentarem como defensores das marcas, quanto serem agressores virtuais (*haters*).

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

A As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
B As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
C A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
D A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
E As asserções I e II são proposições falsas.

enade2022

R062022221

QUESTÃO 14

No planejamento de mídia, o primeiro elemento a ser decidido é o objetivo. Este deve indicar claramente a quantidade de pessoas que se pretende atingir, com qual intensidade e durante quanto tempo.

PÚBLIO, M. A. **Como Planejar e executar uma campanha de Propaganda.** 2. ed. São Paulo: ed. Atlas, 2012 (adaptado).

Considerando o texto apresentado, avalie as afirmações a seguir.

I. O período e a continuidade da campanha são variáveis importantes no planejamento de mídia: a primeira refere-se à extensão de tempo de determinada campanha; a segunda, à época do ano mais propícia para se anunciar um produto ou um serviço, considerando-se aspectos como sazonalidade e ciclo de vendas.

II. A frequência média ideal de uma campanha é a indicação do número de vezes em que o público-alvo deverá entrar em contato com as peças da campanha para que a mensagem se fixe em sua mente, e, em conjunto com a capacidade de alcance da veiculação programada, é responsável por determinar a intensidade da campanha publicitária.

III. A cobertura geográfica de uma campanha abrange as áreas de atuação do anunciante ou mercados novos prospectados, podendo ser ela um bairro, uma cidade, um estado, um país ou global; além disso, ela revela a quantidade de pessoas que deverão ser expostas pelo menos uma vez à mensagem publicitária da campanha.

É correto o que se afirma em

A) I, apenas.
B) II, apenas.
C) I e III, apenas.
D) II e III, apenas.
E) I, II e III.

Área livre

QUESTÃO 15

O filme *Carrousel* foi uma campanha inovadora. Um *hotsite* hipermidiático foi criado e nele o visitante podia realizar diversas interações. O entretenimento foi proposto pela exibição do filme, de clara referência ao cinema, em especial a produções como *Matrix* e *Batman: O cavaleiro das trevas*, o que induz o visitante do *hotsite* a se envolver por interesse em sorver o conteúdo, destituído das ressalvas que, por vezes, o acometem quando se depara com peças publicitárias tradicionais. Podemos supor a existência de uma comunicação multidirecional, que envolve mediações entre emissor e receptor, receptor e emissor e entre receptores. O efeito viral se configura por conta da disseminação do conteúdo – ou do desejo de compartilhar a experiência *entretível* –, facilitado pelo direcionamento às comunidades virtuais, *linkadas* no próprio *hotsite*.

COVALESKI, R. **Cinema e Publicidade**: intertextos e hibridismos. Rio de Janeiro: Confraria do Vento, 2015 (adaptado).

A partir do texto apresentado e considerando as práticas publicitárias, das quais o caso comentado é um exemplo, avalie as afirmações a seguir.

I. A comunicação em meio digital estabeleceu novas condições para a produção audiovisual na publicidade, contribuindo para a superação de formatos convencionais que dominavam no setor televisivo, como o comercial de 30 segundos.

II. A hibridização das linguagens comunicacionais na era digital produziu um isolamento das matrizes externas que fornecem repertório para os publicitários, a exemplo do cinema, que agora é apropriado por meio de referências intertextuais.

III. O atual contexto de conectividade dificulta ações publicitárias voltadas para a *viralização* de conteúdo, uma vez que a participação e o engajamento dos consumidores fogem ao controle dos emissores e não podem ser previstos.

IV. As interações características da publicidade em meio digital demonstram o esgotamento de modelos clássicos das teorias da comunicação, em que emissores e receptores eram entendidos como posições estanques de um processo de comunicação unidirecional.

É correto apenas o que se afirma em

A I e II.
B I e IV.
C II e III.
D I, III e IV.
E II, III e IV.

Área livre

enade2022

R062022223

QUESTÃO 16

Mesmo as empresas mais dominantes podem ser vulneráveis às forças em frequente turbulência e mutação no ambiente de marketing. Algumas dessas forças são imprevisíveis e incontroláveis. Outras podem ser previstas e controladas por meio de uma boa gestão. Empresas que entendem seus ambientes e se adaptam a eles com maestria podem prosperar. Aquelas que não o fazem podem enfrentar tempos difíceis.

KOTLER, P.; ARMSTRONG G. **Princípios de Marketing.** São Paulo: Pearson, 2015 (adaptado).

Com base no texto apresentado e nos conceitos de micro e macroambiente de marketing, avalie as afirmações a seguir.

I. Os tópicos que constituem forças incontroláveis estão presentes no macroambiente da empresa.

II. As variáveis controláveis de uma empresa compreendem os 4 p's: preço, praça, promoção e produto.

III. O microambiente engloba alguns tópicos que podem constituir uma ameaça para a empresa, como, por exemplo, os ambientes político-legal e tecnológico.

É correto o que se afirma em

A I, apenas.
B I e II, apenas.
C I e III, apenas.
D II e III, apenas.
E I, II e III.

Área livre

QUESTÃO 17

A partir do tema "O problema não é o que vira notícia, mas o que deixa de ser", uma agência de propaganda criou campanha publicitária para uma organização não governamental que constrói moradias para famílias que vivem em situação de extrema pobreza. As peças publicitárias mostram moradores de comunidades economicamente carentes segurando cartazes com manchetes como a da imagem a seguir.



Disponível em: http://www.clubedecriacao.com.br. Acesso em: 24 de jun. 2022.

Com relação à peça publicitária apresentada, avalie as afirmações a seguir.

I. A diagramação utilizada divide o anúncio em uma composição visual em que se lança mão de movimento diagonal, sendo a fotografia colocada em situação de predominância, dada sua função para a compreensão do conceito criativo da peça.

II. A cor azul é mais recorrente nessa peça publicitária e remete à cor do logotipo do anunciante, já a cor laranja foi utilizada por ser complementar à azul e contribuir, por meio do contraste estabelecido com a cor azul, para colocar em destaque parte importante da mensagem.

III. O enquadramento utilizado na fotografia destaca como área de maior interesse o cartaz de papelão, localizado no centro geométrico da página, o que é reforçado não apenas pela relação figura-fundo, com o cartaz em primeiro plano, mas também pelo contraste cromático (cartaz) com o fundo (demais elementos do *layout*).

IV. A predominância do uso da cor azul e a presença do laranja na peça publicitária podem ser justificadas pela economia de tintas e redução de custos, no caso de impressão do anúncio em policromia.

É correto apenas o que se afirma em

A I e II.
B I e IV.
C II e III.
D I, III e IV.
E II, III e IV.

enade2022

R062D2225

QUESTÃO 18

O marketing da chamada "Era pós-digital" é totalmente mensurável. Tudo que é feito *on-line* pode ser medido, comprovado e calculado com base no retorno que cada iniciativa proporciona. Os indicadores para analisar dados, informações e métricas utilizados no marketing digital são os *Key Performance Indicators* (KPIs), indicadores-chave de performance, em português. Com a função de avaliar as etapas das estratégias de marketing, os indicadores de performance ajudam a entender o que está funcionando e a identificar o que precisa ser melhorado. Com eles, você consegue analisar o *Return Over Investment* (ROI), ou retorno do investimento, em marketing.

REZ, R. **Marketing de conteúdo:** a moeda do século XXI. São Paulo: DVS, 2016 (adaptado).

Suponha que, ao realizar o planejamento de comunicação digital para um *e-commerce* de rações para cães e gatos, uma agência tenha estabelecido como KPI o custo por venda. A partir dessa métrica, a agência desejava compor o ROI da ação, a fim de demonstrar financeiramente ao anunciante que a taxa de retorno alcançada era suficiente para cobrir os custos da ação e gerar lucro para a empresa. O objetivo da ação era promover um volume de vendas de R$ 30 mil no período de 10 dias. Ao final do período, a agência aferiu os seguintes dados: foi gerado um tráfego de 1 200 visitas à página; o custo médio de atração de cada cliente foi de R$ 10,00; ao total, 200 clientes foram atraídos; e eles gastaram, em média, R$ 100,00. O ROI alcançado foi de 1,5.

A partir das informações apresentadas no texto e na situação descrita, avalie as afirmações a seguir sobre as ações de comunicação digital realizadas.

I. As ações custaram R$ 15 mil, gerando tráfego de 1 200 visitas à página do anunciante.

II. As ações geraram tráfego de 1 200 visitas à página do anunciante e R$ 20 mil em volume de vendas.

III. As ações alcançaram números inferiores ao objetivo de vendas do anunciante, mas conseguiram retorno superior ao valor investido.

É correto o que se afirma em

A I, apenas.
B III, apenas.
C I e II, apenas.
D II e III, apenas.
E I, II e III.

Área livre

QUESTÃO 19

Será que, após a pandemia, teremos que agregar outros valores, além daqueles que o produto ou o serviço já entregava? É hora de refletirmos, principalmente, o "porquê" dos negócios, produtos e serviços. Segundo pesquisa da Euromonitor International sobre tendências globais de consumo, em 2021, 69% dos respondentes esperavam que os consumidores se importassem mais com a sustentabilidade do que antes da pandemia de Covid-19. Já a pesquisa da McKinsey & Company, de 2020, mostrou que 85% dos brasileiros afirmavam que se sentiam melhor ao comprar produtos sustentáveis e, ainda, 84% dos consumidores da Geração Z pararam de comprar produtos de empresas envolvidas em escândalos polêmicos, como teste em animais ou trabalho análogo ao escravo.

Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2021/03/05/o-consumo-pos-pandemia-com-valor-sustentavel.html. Acesso em: 16 jul. 2022 (adaptado).

Considerando o texto apresentado e a legislação pertinente ao exercício da publicidade no Brasil, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. A prática de *greenwashing* ("banho verde") nas campanhas publicitárias, intensificada desde o início da pandemia de Covid-19, fez o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) condicionar à autorização prévia a veiculação dos anúncios com o tema "sustentabilidade", de modo a coibir o rápido crescimento da publicidade enganosa no país.

PORQUE

II. A publicidade enganosa é descrita pelo Código de Defesa do Consumidor como a indução de consumidores ao erro, por meio de informações falsas em anúncios publicitários, aplicando-se ao caso de empresas que se apresentam como ambientalmente responsáveis sem terem adotado práticas reais de sustentabilidade.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

A As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
B As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
C A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
D A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
E As asserções I e II são proposições falsas.

Área livre

enade2022

QUESTÃO 20

TEXTO 1



Disponível em: https://www.instagram.com. Acesso em: 13 jun. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Existem milhares de perfis, com grande número de seguidores no Instagram, que optam por uma estratégia de conteúdos mais pessoais, incluindo momentos de seu dia a dia, viagens realizadas, entre outros. Não é necessariamente preciso produzir conteúdos técnicos para o Instagram. No fundo, o mais importante é sentir-se confortável com aquilo que publica, independentemente do que é certo ou errado. Em termos práticos, o certo é aquilo que dá resultados e o errado é aquilo que não dá resultados.

FAUSTINO, P. **Marketing digital na prática:** como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos. São Paulo: DVS Editora, 2019 (adaptado).

Considerando a postagem da influenciadora na rede social e o texto apresentado, avalie as afirmações a seguir.

I. Em mídias sociais como o Instagram, a autoridade de uma influenciadora é reconhecida pelo público como consequência da visibilidade e boa reputação do perfil.

II. As estratégias de conteúdo pessoal no Instagram, nas quais o tema principal é a identidade dos próprios usuários, podem ser observadas na recorrência de fotografias em que o enquadramento privilegia a figura humana, como em retratos, *selfies* ou imagens que captam acima da linha da cintura.

III. O figurino, o cenário e a tipografia do texto inserido na fotografia representam uma quebra na seriedade, o que pode ameaçar a autoridade da influenciadora entre seu público.

IV. O uso da linguagem coloquial nas palavras "bonitah" e "goxtou", assim como no termo adaptado do inglês em "lookinhu", na legenda da postagem, deve ser evitado em conteúdos publicados em redes sociais, por fugirem à norma culta da língua portuguesa.

É correto apenas o que se afirma em

A I e II.
B I e III.
C II e IV.
D I, III e IV.
E II, III e IV.

enade2022

QUESTÃO 21

A criação de campanhas publicitárias multiplataforma é um processo que envolve conhecimentos e profissionais de diferentes áreas. Além do redator e diretor de arte, responsáveis pela criação dos materiais, a função do produtor gráfico é fundamental para que as ações comunicacionais criadas e aprovadas pelo cliente se materializem de maneira satisfatória, no caso de peças impressas. Ao arte-finalista cabe cuidar das peças, para que sejam atendidos todos os requisitos estéticos e técnicos antes de serem encaminhadas para a produção. No caso de peças que contêm fotos, o diálogo com o fotógrafo e/ou com o profissional de edição é também necessário, uma vez que esse tipo de imagem tem características técnicas específicas a serem observadas, a depender do tipo de peça prevista no planejamento e da mídia em que será veiculada.

Acerca da produção gráfica de peças publicitárias, assinale a opção correta.

A As decisões sobre tipografia e diagramação de uma peça impressa cabem ao produtor gráfico.

B O diretor de arte é responsável pelas etapas de impressão e acabamento, no processo de produção gráfica.

C O produtor gráfico é responsável por avaliar a viabilidade técnica, estética e financeira do material gráfico, bem como recomendar materiais, sistemas de impressão e fornecedores mais adequados a cada projeto.

D As fotografias coloridas, no sistema *offset*, somente podem ser reproduzidas usando-se retículas e, por isso, ao finalizar uma foto para encaminhar à agência, o fotógrafo deve realizar a separação de cores.

E O diretor de arte deve conhecer os diferentes sistemas de impressão, tais como *offset*, serigrafia, rotogravura, flexografia e impressão digital, visto que ele deverá acompanhar a produção dos materiais junto ao fornecedor gráfico.

QUESTÃO 22

Como a linguagem se caracteriza pelo movimento, qualquer aproximação a ela não pode propor apenas a descrição dos fatos linguísticos, devendo levar em conta, também, a explicação crítica desses fatos, incluindo-se aí os processos de produção social das normas e dos usos linguísticos, inter-relacionados com as necessidades sociais.

O ponto central da abordagem das questões de linguagem não é, portanto, a produção individual que se manifesta nos atos de fala, mas, sim, o processo de produção do sistema de regras e convenções que preside essa produção individual, ou seja, a natureza histórico-social desse processo.

BACCEGA, M. A. **Comunicação e linguagem**: discursos e ciência. São Paulo: Moderna, 1998 (adaptado).

Considerando o texto apresentado, avalie as afirmações a seguir.

I. O modo como as mensagens e frases de uma língua são produzidas e interpretadas refletem no sentido que elas têm no nível do enunciador e do enunciatário.

II. A palavra carrega três determinações: ela procede de alguém, dirige-se a alguém e procura persuadir; é na publicidade e propaganda que a persuasão está presente, estando ausente no ato de fala cotidiano.

III. A identificação das motivações, das intencionalidades, dos interesses, das necessidades e dos condicionantes sociais é importante para conhecer determinado segmento econômico, do qual fazem parte os interlocutores.

IV. Todos os fenômenos culturais, que são o resultado do trabalho e do desenvolvimento histórico-social da sociedade em um dado momento, apresentam-se como sistema de signos, como fenômenos de comunicação, cada um deles com sua especificidade.

É correto apenas o que se afirma em

A I e III.
B II e III.
C II e IV.
D I, II e IV.
E I, III e IV.

enade2022

QUESTÃO 23



Disponível em: https://vivofibraassine.com.br/images/blog-vivo/aura-vivo.jpeg. Acesso em: 14 jul. 2022.

Considerando o anúncio apresentado, veiculado por uma operadora de telefonia para divulgar o lançamento do *chatbot* Aura, avalie as afirmações a seguir.

I. O anúncio, ao isolar o personagem e a Aura em uma paisagem remota, sugere que a inteligência artificial seja uma solução personalizada e individualizada para o atendimento ao cliente, sendo essa uma característica das estratégias de marketing *one-to-one*.

II. A inteligência artificial aplicada em soluções como a Aura dificulta que estrategistas da marca conheçam a fundo seus clientes, uma vez que a responsabilidade de atendimento é delegada a uma máquina com relativo grau de autonomia e sob a qual não se pode ter pleno controle.

III. A inteligência artificial preconiza avanços que podem incorporar novos elementos, como a voz e o toque, ao atendimento dos clientes, superando a era da comunicação textual predominante em *chats* tradicionais e caminhando em direção ao Metaverso.

É correto o que se afirma em

A I, apenas.
B III, apenas.
C I e III, apenas.
D II e III, apenas.
E I, II e III.

QUESTÃO 24

No Brasil, o Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária (CONAR) é um dos órgãos que normatizam aspectos relativos à legislação e à ética no universo da publicidade e da propaganda. Seu código é bastante abrangente, incluindo as chamadas categorias especiais de anúncios, com recomendações específicas para cada modalidade.

Disponível em http://www.conar.org.br. Acesso em: 27 jul. 2018 (adaptado).

Considerando a relevância do Código Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, assinale a opção correta.

A O código recomenda que se preze pelo uso adequado da língua portuguesa, condenando a presença de calão em anúncios.

B A veiculação de anúncios criados no exterior, segundo o referido código, deve ser estimulada no país, acolhendo-se a livre competição.

C As relações públicas, consideradas atividades promocionais regulares, são contempladas nesse código.

D As regras referentes à propaganda político-partidária também são estabelecidas por esse código.

E O referido código prevê o pagamento de multa como possível penalidade a agências publicitárias que cometam infração.

QUESTÃO 25

Em pesquisas de marketing, o conceito de amostragem se refere ao processo de seleção dos elementos que farão parte de uma amostra de população. Esse processo pode ser realizado de maneira probabilística ou não probabilística.

MATTAR, F. N. **Pesquisa de marketing**: metodologia, planejamento, execução e análise. 7. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014 (adaptado).

No que se refere aos tipos de amostragem não probabilística, avalie as afirmações a seguir.

I. Amostras intencionais partem do pressuposto de que, com bom julgamento e uma estratégia adequada, podem ser escolhidos os casos que irão compor uma amostra.

II. Amostras desproporcionais são aplicáveis a qualquer caso em que as proporções dos estratos na população são desconhecidas.

III. Amostras por conveniência são, entre os métodos não-probabilísticos, as mais confiáveis, uma vez que pressupõem os critérios de seleção mais convenientes para os sujeitos pesquisados.

É correto o que se afirma em

A I, apenas.

B III, apenas.

C I e II, apenas.

D II e III, apenas.

E I, II e III.

enade2022

R062D231

QUESTÃO 26

O funil de vendas é uma técnica contemporânea utilizada no ambiente digital. Ele contribui com as marcas, desde o processo de atração até a conversão de clientes, sendo empregado em estratégias de *e-business*.



Disponível em: https://8dpro.com/blog/como-calcular-taxas-de-conversao-do-funil-de-vendas. Acesso em: 13 jun. 2022 (adaptado).

Sobre o emprego de taxas de conversão para a avaliação de estratégias de marketing no *e-commerce*, assinale a opção correta.

A O objetivo de uma estratégia de marketing bem-sucedida é que a taxa de conversão se estabilize no decorrer de uma campanha, o que garante que a estrutura do funil de vendas se mantenha intacta.

B A taxa de conversão é um percentual definido pelo total de vendas dividido pelo número de visitas ao *site*, resultando em um índice que varia de acordo com o setor ao qual a empresa pertence.

C A automação da conversão por meio de ferramentas digitais dispensa os agentes de marketing de monitorarem o funil de vendas, pois permite a renovação permanente de *leads* sem que as equipes de venda sejam mobilizadas.

D A conversão do visitante de um site em cliente da empresa é um processo orgânico que resulta de variáveis psicossociais e da motivação individual para o consumo, tendo a publicidade um papel passivo nesse processo.

E A utilização de funis de vendas permite que práticas como o *benchmarking* setorial sejam substituídas por estratégias concebidas a partir da singularidade da própria empresa, que tem o perfil dos visitantes de seu site mais bem compreendido.

QUESTÃO 27

TEXTO 1

Envolver o consumidor em experiências com a marca é um dos objetivos das estratégias de *branding*. Com o desenvolvimento das tecnologias digitais, as possibilidades de formatos interativos se ampliaram. O universo dos *games*, especialmente, apresenta-se como uma oportunidade de marketing para atender às expectativas e demandas das novas gerações de consumidores.

Entre as possibilidades e formatos, identificam-se o *advergame* e o *in-game advertising*. O *advergame* é um jogo feito especificamente para a marca, com o intuito de promovê-la. Já o *in-game advertising* utiliza o próprio ambiente do jogo para inserção de publicidade.

RODRIGUES, F. M. **Jogos eletrônicos como estratégias de comunicação:** efeitos da congruência do *in-game advertising*. Juiz de Fora: UFJF, 2015 (adaptado).

TEXTO 2

Uma pesquisa da empresa IAB Brasil, feita em 2021, mostrou que 38% dos jogadores gostam de vídeos com bonificações dentro do jogo, 23% preferem que a marca apareça como parte do cenário e 16% gostam de anúncios que apareçam em pausas naturais do jogo. A mesma pesquisa evidencia que 10% dos respondentes gostam de publicidade jogável e 12% aceitam publicidade interativa.

Disponível em: https://iabbrasil.com.br. Acesso em: 20 jun. 2022 (adaptado).

Considerando as informações apresentadas, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. Os resultados da pesquisa revelam que os formatos de publicidade mais aceitos pelos respondentes em jogos são os *advergames*.

PORQUE

II. Os jogadores preferem formatos menos intrusivos e mais incorporados ao universo do jogo, já que apenas 10% dos respondentes gostam de publicidade jogável.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

A As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.
B As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.
C A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.
D A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.
E As asserções I e II são proposições falsas.

Área livre

enade2022

R062022233

QUESTÃO 28

O custo econômico mais elevado da produção de imagens e sua complexidade tecnológica superior costumam obrigar os produtores a começarem o trabalho por elas. Mas nossos ouvidos não dependem de forma alguma de nossos olhos para processar informação, atuando em sincronia e em coerência com eles. Quando eliminamos o som, a publicidade, os documentários e os noticiários frequentemente chegam a se tornar absolutamente incompreensíveis.

RODRÍGUEZ, A. **A dimensão sonora da linguagem audiovisual**. São Paulo: Editora Senac, 2006 (adaptado).

A partir do texto apresentado, avalie as asserções a seguir e a relação proposta entre elas.

I. Diante da complexidade e dos custos elevados da produção de imagens, a publicidade em *podcasts* é uma alternativa mais acessível e preserva o potencial semântico e cognitivo da comunicação sonora presente nos produtos audiovisuais.

PORQUE

II. O formato *podcast* difundiu-se amplamente na comunicação digital contemporânea, incorporando os avanços do rádio e do cinema como mídias que tratam o som, transmitem sensações espaciais e organizam os discursos no fluxo narrativo de seus produtos.

A respeito dessas asserções, assinale a opção correta.

A As asserções I e II são proposições verdadeiras, e a II é uma justificativa correta da I.

B As asserções I e II são proposições verdadeiras, mas a II não é uma justificativa correta da I.

C A asserção I é uma proposição verdadeira, e a II é uma proposição falsa.

D A asserção I é uma proposição falsa, e a II é uma proposição verdadeira.

E As asserções I e II são proposições falsas.

QUESTÃO 29

Muito se tem escrito sobre os atributos dos procedimentos analíticos quantitativos e qualitativos. Em verdade, todo procedimento, seja qualitativo ou quantitativo, é, em grau maior ou menor, reducionista. Esta redução da complexidade do real é realizada com certa diversidade em cada língua natural e, mais ainda, nas linguagens específicas de cada disciplina científica. Nenhum procedimento analítico deixa de ser reducionista. Há, então, a necessidade de fazer um exame cuidadoso dos procedimentos analíticos quantitativos e qualitativos mais adequados para cada caso particular e em relação aos objetivos pretendidos.

EPSTEIN, I. Ciência, poder e comunicação. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e ténicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2014 (adaptado).

Considerando as informações apresentadas, assinale a opção correta.

A O estudo de caso tem como uma das finalidades explorar situações nas quais a intervenção que está sendo avaliada não apresenta um conjunto simples e claro de resultados.

B O grupo focal é um tipo de pesquisa quantitativa cujo objetivo é elencar as diferenças de opinião de um grupo em particular.

C A análise de conteúdo ocupa-se com a análise de mensagens e se diferencia de outras técnicas pela ênfase no papel ativo do sujeito.

D A pesquisa de opinião possibilita a coleta de dados qualitativos aprofundados a partir da aplicação da entrevista pessoal individual.

E A etnografia exige distanciamento do pesquisador em relação ao tema para que não haja ideias preconcebidas sobre o grupo escolhido para participar da pesquisa.

Área livre

enade2022

QUESTÃO 30

TEXTO 1



Disponível em: https://www.instagram.com. Acesso em: 14 jun. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Tornou-se imperativo para as marcas conectarem-se com os consumidores por meio de mídias sociais. Uma pesquisa da *NM Incite* revelou que os consumidores que recebem atendimento positivo ao cliente por meio de mídias sociais são três vezes mais propensos a se tornarem defensores da marca.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0:** do tradicional ao digital. Rio de Janeiro: Sextante, 2017 (adaptado).

A partir do texto apresentado e da imagem extraída do perfil oficial de uma marca de sandálias brasileira no Instagram, avalie as afirmações a seguir.

I. A gestão de relacionamento com clientes na era digital é um aprofundamento da gestão de relacionamento tradicional, que via os consumidores como parte ativa na relação com a empresa.

II. A humanização das marcas na era digital leva à adoção de um tom informal que incentiva a aproximação dos clientes, como no exemplo da resposta à usuária que reclamou que a sapatilha machucou seu pé.

III. O uso de algoritmos para filtrar as citações mais relevantes da marca pelos usuários das redes sociais não é recomendável na gestão de relacionamento digital, ainda que seja recomendável a automatização das respostas com o uso de *bots*.

IV. A interação dos consumidores com outros usuários das redes sociais digitais também está na zona de abrangência da gestão de relacionamento com o cliente, pois os próprios consumidores podem atuar como defensores espontâneos da marca.

É correto apenas o que se afirma em

A I e II.
B I e III.
C II e IV.
D I, III e IV.
E II, III e IV.

enade2022

R062D2235

QUESTÃO 31

TEXTO 1

Durante séculos, a situação da escrita foi de tal ordem que a um reduzido número de escritores correspondia um número de vários milhares de leitores. No início do século passado, verificou-se uma mudança nessa situação. Tudo isso começou com a imprensa diária, ao abrir aos leitores o seu "correio". Atualmente, a situação é tal que quase não deve haver um europeu, inserido no mundo do trabalho, que não tenha tido possibilidade de publicar uma experiência laboral, uma reclamação, uma reportagem ou algo afim. Assim, a diferença entre autor e público está prestes a perder o seu caráter fundamental.

BENJAMIN, W. A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. *In*: LIMA, L. C. **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000 (adaptado).

TEXTO 2

Filmando em estúdios de garagem, reproduzindo efeitos especiais em computadores domésticos e pegando músicas de CDs e de arquivos MP3, os fãs criaram novas versões da mitologia de *Guerra nas Estrelas* (1977). A circulação amplamente difundida de bens relacionados à *Guerra nas Estrelas* disponibilizou recursos a uma geração emergente de cineastas adolescentes e jovens. *Guerra nas Estrelas* tornou-se a "lenda" deles, e agora eles estão determinados a reescrevê-la a seu modo.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2003 (adaptado).

A liberação do polo de emissão na criação e circulação de conteúdos abordada nos textos traz impactos para a comunicação publicitária. A esse respeito, assinale a opção correta.

A O fenômeno da remixagem, como o caso de *Guerra nas Estrelas*, não se aplica a conteúdos publicitários, pois estes estão sob o controle do emissor, que planeja e financia sua veiculação em meios digitais.

B A cultura participativa e a experiência dos fãs, fenômenos presentes desde o início da formação da sociedade de massas, foram potencializados pela cibercultura, pois intensificou a relação entre o público e a obra.

C O comportamento de fã e o desejo de participar da construção das narrativas das marcas são fenômenos restritos ao público jovem, uma vez que outros públicos permanecem consumindo segundo a lógica massiva.

D As empresas, ao permitir a participação dos consumidores na criação e recriação de conteúdos midiáticos, estão abrindo mão do controle sobre os sentidos e as percepções de suas marcas e produtos.

E O planejamento de comunicação de uma marca não considera as experiências fora dos espaços oficiais — como a produção de fãs na internet, memes e *fan fictions* —, pois não há ferramentas de acompanhamento disponíveis na atualidade.

Área livre

QUESTÃO 32

TEXTO 1

Como os meios de massa são sustentados pelos interesses das grandes firmas que se engrenam no presente sistema econômico e social, os *media* contribuem para a manutenção deste sistema. Esses meios não somente continuam a afirmar o *status quo,* mas também, na mesma medida, deixam de levantar questões essenciais sobre a estrutura da sociedade. Portanto, levando ao conformismo e fornecendo pouca base para uma apreciação crítica da sociedade, os *mass media,* patrocinados comercialmente, restringem indireta mas efetivamente o desenvolvimento consciente de uma visão genuinamente crítica.

MERTON, R.; LAZARSFELD, P. Comunicação de massa, gosto popular e organização da ação cultural. *In*: LIMA, L. C. **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

TEXTO 2

A representatividade de mulheres negras como protagonistas em comerciais de TV vive um momento de estagnação, enquanto o cenário para os homens negros já indica retrocessos. A conclusão é de uma pesquisa da agência Heads Propaganda e da ONU Mulheres que aponta ainda mais ausência de representatividade de pessoas negras quando analisados anúncios que envolvem idosos ou são veiculados em programas infantis.

Com base em 3 133 propagandas de TV analisadas, o estudo concluiu que, quando os homens são protagonistas, eles são brancos em 84% dos casos, e negros em 7%. Em outros 9% dos comerciais, esses homens são de várias etnias. No caso das mulheres, as brancas ocuparam 74% dos papéis principais, enquanto as negras, 22%, e as mulheres de várias etnias, 4%.

Realizada desde julho de 2015, a pesquisa aponta que a representação de mulheres negras como protagonistas cresceu até julho de 2017, mas estagnou desde então. Em julho de 2018, o percentual chegou a atingir 25%, mas caiu para 17% em fevereiro de 2019 e voltou a subir para 22% em fevereiro de 2020.

Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2020-12/diversidade-racial-na-publicidade-vive-estagnacao-indica-pesquisa. Acesso em 28 jun. 2022 (adaptado).

Com relação à perspectiva funcionalista, às funções sociais dos meios de comunicação e à representatividade étnica na publicidade, assinale a opção correta.

A O crescimento da representatividade das mulheres negras na publicidade é consequência de um sistema econômico que tende a representar todo grupo potencialmente consumidor.

B O crescimento da representatividade das mulheres negras na publicidade observado nos últimos anos reflete a estrutura da sociedade, uma vez que tal grupo é quantitativamente relevante.

C A baixa representatividade das pessoas negras na publicidade se caracteriza como uma função dos meios de comunicação, que contribui para o funcionamento equilibrado do sistema social.

D A baixa representatividade das pessoas negras na publicidade é consequência da crítica ao mau funcionamento do sistema social por parte dos meios de comunicação comercialmente interessados.

E A baixa representatividade das pessoas negras na publicidade é causada pela tendência dos *mass media* a não estimular a reflexão crítica, o que contribui para a manutenção do sistema social.

enade2022

R062D2237

QUESTÃO 33



Disponível em: https://propmark.com.br/coca-cola-desafia-tente-nao-ouvir-estes-anuncios-impressos. Acesso em: 14 jun. 2022 (adaptado).

Considerando o anúncio impresso apresentado, produzido para a campanha "Try not to hear this" ("Tente não ouvir isso") de uma marca de refrigerantes, avalie as afirmações a seguir.

I. Na fotografia publicitária, o achatamento da profundidade de campo e a captação dos detalhes de um movimento são possíveis por meio do emprego de lentes teleobjetivas, com uma velocidade rápida de disparo do obturador da câmera.

II. A paleta de cores frias estabelece distanciamento para com a ação representada e cria um enigma sobre a identidade do indivíduo que abre a lata de refrigerante.

III. O anúncio se apresenta como alternativa à persuasão discursiva na publicidade contemporânea, atribuindo à direção de arte o papel de criadora de estímulos imagéticos e sonoros.

IV. O posicionamento do título, em tipografia reduzida, próximo ao lacre da lata de refrigerante é necessário para o efeito de sinestesia da peça.

É correto apenas o que se afirma em

A) I e II.
B) I e III.
C) II e IV.
D) I, III e IV.
E) II, III e IV.

Área livre

QUESTÃO 34

O rádio teve um papel essencial na Segunda Guerra Mundial, especialmente na Alemanha, onde o nazismo compreendeu perfeitamente as suas potencialidades como instrumento para a propaganda nacionalista, antissemita e antibolchevista de massa.

GIOVANNINI, G. **Evolução na comunicação:** do sílex ao silício. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987 (adaptado).

Considerando esse contexto histórico, avalie as afirmações a seguir.

I. O cientista político Harold Lasswell, partindo de uma visão marxista da sociedade, realizou estudos sobre propaganda na Segunda Guerra Mundial, que se tornaram representativos da corrente conhecida como *mass communication research*.

II. O modelo estatal de radiofonia foi predominante na Alemanha durante as primeiras décadas do século XX, o que favoreceu o controle político do meio.

III. Na visão dos teóricos da Escola de Frankfurt, a adesão das "massas" ao projeto nazista representou a regressão da razão humana, e o rádio, assim como os demais meios de comunicação de massa, passou a ser visto como promotor de violência simbólica.

IV. Na perspectiva dos estudos administrativos realizados pela *mass communication research*, a audiência deve ser analisada em um processo de consumo que considera, principalmente, os efeitos de determinado meio sobre os receptores.

É correto apenas o que se afirma em

A I e III.
B I e IV.
C II e III.
D I, II e IV.
E II, III e IV.

Área livre

enade2022

R062023 9

QUESTÃO 35

Um vídeo sugerindo a redução no consumo de carne deveria ajudar um banco brasileiro a divulgar seu aplicativo que calcula pegadas de carbono, mas acabou com um pedido de retratação e, pelo menos, cinco churrascos organizados por pecuaristas em frente às agências da instituição. O episódio começou com um vídeo que circulou nas redes sociais, no qual três influenciadoras dão dicas de como ter hábitos mais sustentáveis e recomendam a adesão ao movimento conhecido como "Segunda sem carne". O material publicitário irritou alguns representantes ruralistas, o que levou o banco a retirar o vídeo do ar e a escrever uma carta aberta se retratando.

Disponível em: https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2022/01/entenda-o-que-o-churrasco-no-bradesco-revela-sobre-as-publicidades-esg.shtml. Acesso em: 12 jun. 2022 (adaptado).

A partir do texto apresentado, bem como dos princípios de planejamento de comunicação integrada e marketing, avalie as afirmações a seguir.

I. O acompanhamento das principais tendências de consumo na sociedade, a exemplo da Agenda ESG (Ambiental, Social e de Governança, em português), é fundamental ao desenvolvimento de campanhas publicitárias.

II. A atitude do banco de retirar a campanha publicitária do ar, cedendo àqueles que protestaram contra sua veiculação, impacta na imagem da empresa junto ao público que é adepto a causas relacionadas à sustentabilidade.

III. O planejamento da comunicação integrada envolve os setores de marketing, assessoria de imprensa e relações públicas que atuam juntos pelo fortalecimento da reputação de uma marca e pelo bom relacionamento com o público, o que inclui a gestão de crises, como a que foi desencadeada pelo vídeo do banco.

É correto o que se afirma em

A I, apenas.
B II, apenas.
C I e III, apenas.
D II e III, apenas.
E I, II e III.

Área livre

enade2022

QUESTIONÁRIO DE PERCEPÇÃO DA PROVA

As questões abaixo visam conhecer sua opinião sobre a qualidade e a adequação da prova que você acabou de realizar.
Assinale as alternativas correspondentes a sua opinião nos espaços apropriados do **CARTÃO-RESPOSTA**.

AVALIAÇÃO GLOBAL DA PROVA

QUESTÃO 01

Qual foi o tempo gasto por você para concluir a prova?

A) Menos de uma hora.
B) Entre uma e duas horas.
C) Entre duas e três horas.
D) Entre três e quatro horas.
E) Quatro horas, e não consegui terminar.

QUESTÃO 02

Em relação ao tempo total de aplicação, você considera que a prova foi

A) muito longa.
B) longa.
C) adequada.
D) curta.
E) muito curta.

QUESTÃO 03

As informações/instruções fornecidas para a resolução das questões foram suficientes para resolvê-las?

A) Sim, até excessivas.
B) Sim, em todas elas.
C) Sim, na maioria delas.
D) Sim, somente em algumas.
E) Não, em nenhuma delas.

QUESTÃO 04

Você se deparou com alguma dificuldade ao responder à prova? Qual?

A) Desconhecimento do conteúdo.
B) Forma diferente de abordagem do conteúdo.
C) Espaço insuficiente para responder às questões.
D) Falta de motivação para fazer a prova.
E) Não tive qualquer tipo de dificuldade para responder à prova.

QUESTÃO 05

Considerando apenas as questões objetivas da prova, você percebeu que

A) não estudou ainda a maioria desses conteúdos.
B) estudou alguns desses conteúdos, mas não os aprendeu.
C) estudou a maioria desses conteúdos, mas não os aprendeu.
D) estudou e aprendeu muitos desses conteúdos.
E) estudou e aprendeu todos esses conteúdos.

FORMAÇÃO GERAL

QUESTÃO 06

Qual o grau de dificuldade das questões de Formação Geral?

A) Muito fácil.
B) Fácil.
C) Médio.
D) Difícil.
E) Muito difícil.

QUESTÃO 07

Os enunciados das questões de Formação Geral estavam compreensíveis e objetivos?

A) Sim, todos.
B) Sim, a maioria.
C) Apenas cerca da metade.
D) Poucos.
E) Não, nenhum.

COMPONENTE ESPECÍFICO

QUESTÃO 08

Qual o grau de dificuldade das questões do Componente Específico?

A) Muito fácil.
B) Fácil.
C) Médio.
D) Difícil.
E) Muito difícil.

QUESTÃO 09

Os enunciados das questões do Componente Específico estavam compreensíveis e objetivos?

A) Sim, todos.
B) Sim, a maioria.
C) Apenas cerca da metade.
D) Poucos.
E) Não, nenhum.

ANEXO IX

PADRÃO DE RESPOSTA DAS QUESTÕES DISCURSIVAS E GABARITO DEFINITIVO DAS QUESTÕES OBJETIVAS



QUESTÃO DISCURSIVA 01----------

TEXTO 1

A Fiocruz é uma instituição de ciência, saúde e educação, vinculada ao Ministério da Saúde, que completou 120 anos. Com várias ações de pesquisa, de desenvolvimento de tecnologias, de produção de vacinas e medicamentos, a Fiocruz se dedica a enfrentar grandes desafios sanitários. Seu trabalho é fundamental para pensarmos em um país com mais justiça e equidade.

Disponível em: https: //www.anped.org.br/News/sbpc-divulga-manifesto-em-defesa-da-educação-da-ciencia-eda-democracia.

Acesso em: 8 ago. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Com a pandemia do novo coronavírus, intensificaram-se as dificuldades e limitações físicas, orçamentárias e estruturais para a pesquisa científica. Durante o período de isolamento social, com o fechamento das salas de aula e dos laboratórios, as universidades, com seus professores, acadêmicos e funcionários, precisaram se reinventar. O fazer ciência é um processo complexo que envolve pesquisadores, acadêmicos, estrutura física, horas de dedicação, testes, erros e acertos. Muitas vezes, é preciso também recomeçar, buscar novas metodologias, olhar o resultado por outro viés e reaprender a ler o que se descobriu. Por tudo isso, a pesquisa não é algo que se faz da noite para o dia, e produzi-la é ainda mais desafiador.

Disponível em: https://www.upf.br. Acesso em: 6 jun. 2022 (adaptado).

TEXTO 3

A tabela a seguir apresenta a variação do orçamento federal nos anos de 2020 e 2021.

Pasta	Orçamento Federal em 2021 (em bilhões de R$)	Variação (2020 - 2021)
Agricultura	10,42	- 0,2%
Cidadania	103,9	+ 22,1%
Ciência, Tecnologia e Inovações	8,36	- 28,7%
Defesa	65,33	- 9,8%
Desenvolvimento Regional	10,68	+ 23,6%
Economia	569,49	- 4,6%
Educação	74,56	- 27,1%
Infraestrutura	17,29	- 8,1%

Justiça e Segurança Pública	11,46	- 11,7%
Meio Ambiente	2	- 25,1%
Minas e Energia	8,94	+ 44,2%
Mulher, Família e Direitos Humanos	0,52	+ 44,4%
Relações Exteriores	1,97	- 17,2%
Saúde	136,23	+ 4,8%
Turismo	1,73	- 5,5%

PLOA – PLN 28/2020, com as alterações do Congresso Nacional e Consultoria de Orçamento do Senado Federal. Agência Senado.

Com base nas informações dos textos e da tabela apresentados e considerando o contexto da pandemia de Covid-19, faça o que se pede nos itens a seguir.

a) Discuta por que os investimentos públicos em educação, ciência, tecnologia e inovação são estratégicos e contribuem para o desenvolvimento científico de um país. (valor: 5,0 pontos)

b) Explique como o fomento público ao desenvolvimento científico pode atender à justiça social e à equidade, em contextos como o da pandemia de Covid-19. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA----------

a) O estudante deverá objetivamente recorrer a elementos presentes no texto e na tabela apresentada, considerando a realidade do baixo investimento em ciência, tecnologia e inovação, bem como em educação. Nesse sentido, espera-se que ele justifique a necessidade de investimento em ciência, tecnologia e educação recorrendo a pelo menos um dos seguintes exemplos:

- Investimento público em pesquisa e desenvolvimento por intermédio de universidades públicas e institutos de pesquisa.
- Pesquisas realizadas em outros países que possibilitaram acesso mais rápido às vacinas e serviram de modelo para o que foi desenvolvido no Brasil.
- Pesquisadores das universidades brasileiras como protagonistas nas orientações e informações a respeito da Covid-19, junto aos meios de comunicação.
- Desenvolvimento de equipamentos como máscaras e respiradores que foram alternativamente implementados e viabilizados por pesquisa e extensão universitárias.
- Bolsas de pesquisa e outros investimentos como elementos-chave para o desenvolvimento de pesquisa e extensão.

b) O estudante deverá objetivamente apresentar seu argumento, podendo fundamentar-se em aspectos como:

- O papel das universidades, em seu compromisso com a justiça social e equidade, implementado por meio do ensino, pesquisa e extensão.
- O investimento público em pesquisa, tecnologia e educação como garantia de acesso igualitário da população aos recursos de saúde, em contraponto ao investimento privado, com vistas à comercialização a partir de prioridades empresariais.
- A política pública de distribuição de vacinas gratuitas, por intermédio do Programa Nacional de Imunização (PNI), que possibilitou o acesso às vacinas para toda a população.
- As questões econômicas mundiais, que acabaram determinando uma distribuição desigual de recursos de saúde em escala global, com as superpotências econômicas retendo boa parte destes recursos.

QUESTÃO DISCURSIVA 02----------

O patriarcado (ou dominação masculina) é composto por diferentes estruturas que se conectam na reprodução das desvantagens e da vulnerabilidade das mulheres nas sociedades contemporâneas. A violência sexual é uma delas; a exclusão política é outra. Embora essas não esgotem todas as estruturas de dominação, são elas que, em conjunto com a divisão sexual do trabalho, são mais determinantes. Ambas se alimentam e, ao mesmo tempo, ativam estereótipos de gênero em que o feminino convencional está associado à domesticidade e à aceitação, pelas mulheres, da autoridade masculina.

Algumas farsas ocupam papel importante na justificação da violência contra as mulheres, tanto na violência da exclusão política quanto na sexual. Uma dessas farsas é a de que as mulheres não se interessam pela política. Nesse sentido, estaríamos diante da autoexclusão. A outra é que as mulheres seriam as culpadas pela violência sexual que sofrem sistematicamente. Aqui, o problema seria que elas estão onde não deveriam estar, se vestem como não deveriam, isto é, se comportam como se fossem livres.

BIROLI, F. Mulheres, política e violência. Disponível em: https://blogdaboitempo.com.br. Acesso em: 18 jul. 2022 (adaptado).

Com base no texto apresentado, faça o que se pede nos itens a seguir.

a) Discorra sobre a relação entre o patriarcado estrutural e a desigualdade entre homens e mulheres. (valor: 5,0 pontos)

b) Proponha duas ações do Estado para o enfrentamento dos diferentes tipos de violência contra a mulher. (valor: 5,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA----------

a) O estudante deve considerar na sua análise o entendimento do patriarcado como um sistema de dominação e hierarquia masculina que se expressa em diferentes formas de desigualdade entre os sexos. No entendimento de patriarcado, pode-se explicitar sua dimensão estrutural, com base, por exemplo, na divisão sexual do trabalho, na desigualdade econômica entre homens e mulheres, na sub-representação das mulheres na política e em cargos de poder. O estudante deve ainda, ressaltar questões culturais, como a educação sexista e a mídia que coisificam a imagem das mulheres e naturalizam a desigualdade entre os sexos, de forma a considerar os homens como dominantes enquanto as mulheres são historicamente tidas como submissas e incapazes.

b) Espera-se que o estudante aponte a importância do papel do Estado na implementação de mecanismos jurídicos e normativos voltados à proteção da mulher; políticas públicas (saúde, educação não sexista, assistência social, etc) serviços e equipamentos sociais (delegacias especializadas; defensoria pública especializada; casa abrigo; centro de referência, juizado especial) para o acolhimento e atendimento às mulheres vítimas de violência, bem como para a prevenção e enfrentamento às violências. Também pode ser destacada a importância de políticas de incentivo à qualificação profissional, fundamental para garantir atendimento adequado às mulheres, de forma a não revitimizá-las.

Também pode ser ressaltada a relação do Estado com as ONGs, conselhos de direitos, movimentos de mulheres e diferentes representações da sociedade civil para o enfrentamento e a desnaturalização da desigualdade, o que pode contribuir para criação de uma cultura que dissemine práticas não sexistas e defensoras da igualdade de gênero.

QUESTÃO DISCURSIVA 03----------

TEXTO 1

Uma pesquisa recente revelou que influenciadores digitais são a segunda fonte para tomada de decisão na compra de produtos, perdendo apenas para amigos e parentes. Em segmentos específicos, como alimentos e beleza, o poder de alcance dos influenciadores é ainda maior, tanto na apresentação de novos produtos como na alavancagem de vendas.

Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/home/midia. Acesso em: 6 maio 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Episódios recentes envolvendo declarações preconceituosas por parte de personalidades do ambiente digital fizeram as empresas repensarem a relação com os influenciadores. De acordo com o presidente de uma agência brasileira, as marcas erraram ao firmar parcerias com influenciadores apenas com base na audiência, e não na relevância, considerando-os como mídia, e não como produtores de conteúdo.

Disponível em: http://www.meioemensagem.com.br/home/ comunicacao/2018/07/11/ agencias-analisam-relacao-com- influenciadores.html. Acesso em: 6 maio 2022.

Considerando o papel dos influenciadores digitais no planejamento de comunicação integrada das empresas e instituições, e os aspectos que devem orientar a tomada de decisão sobre parcerias com personalidades às quais uma marca se associa no ambiente digital, faça o que se pede nos itens a seguir.

a) Apresente duas características do influenciador que devem ser avaliadas para associação com a marca. (valor: 5,0 pontos)

b) Explique duas características do público-alvo que devem estar associadas à escolha do influenciador. (valor: 5,0 pontos

PADRÃO RESPOSTA----------

a) **Aspectos que podem ser abordados**:

1) **Perfil do influenciador**: histórico e reputação do influenciador. Embora a empresa ou instituição não tenha controle sobre o comportamento e o discurso da personalidade, conhecer sua trajetória, dentro e fora do ambiente digital, é importante para serem evitadas parcerias com figuras polêmicas ou controversas.

2) **Conteúdo produzido pelo influenciador**: discernimento do que é relevante para o seu público-alvo, para além de dados numéricos referentes ao alcance dos canais da personalidade; entendimento de que a qualidade do conteúdo produzido pelo influenciador, o que não apenas favorece a percepção positiva sobre a marca e seus produtos quando divulgado pela personalidade, mas também aumenta o alcance orgânico das publicações; a credibilidade do influenciador, sendo necessária a verificação de sua formação, ou seja, verificar se ele é um especialista no segmento do produto e/ou marca.

3) **Engajamento do influenciador**: alcançado por meio de comentários, curtidas e compartilhamentos, o que facilita a propagação dos seus conteúdos, na avaliação de sua interação com o público.

4) **Plataformas em que o influenciador está presente**: pertinência dos canais em que o influenciador está presente (*sites* de redes sociais, *blog*, *microblog*, plataforma de vídeo), considerando-se os canais acessados por seu público-alvo.

B) Características que podem ser indicadas:

1) As relacionadas a aspectos psicossociais e demográficos condizentes com os objetivos da empresa, tais como:

- **geográfica**: país, região, estado, cidade, tamanho da cidade, rural/urbana, residencial/comercial, densidade, clima;
- **demográfica**: idade, gênero, tamanho da família, ciclo de vida familiar (solteiro, casado com/sem filhos etc.), renda, condição socioeconômica, ocupação, escolaridade, geração, religião, raça, nacionalidade;
- **psicográfica**: estilo de vida (saudável, minimalista, romântico, criativo, militante etc.), personalidade (sociável, autoritário, conservador etc.), valores, interesses, preocupações;
- **comportamental:** *status* de usuário (regular, em potencial, ex-usuário etc.), intensidade do uso, *status* de lealdade, estágio de propensão (alheio, informado, interessado, intencionado etc.), sensibilidade ao *marketing* (qualidade, preço, promoção etc.), motivação (economia, conveniência, prestígio etc.).

2) Congruência entre a persona de compra e o que foi idealizado pela organização e representado pelo influenciador.

QUESTÃO DISCURSIVA 04----------

TEXTO 1

Há uma falsa controvérsia sobre o nome do fenômeno das *fake news*, desinformação ou fraude informacional, como se a forma de chamá-lo mudasse qualquer coisa. Como quer que se chame, trata-se de: 1) informação criada com base em parcialidades, distorções ou completa invenção; 2) com o fim de enganar ou confundir o público; 3) para, em seguida, levar as pessoas a tomarem determinada posição ou agirem de certo modo, em conformidade com os interesses do fabricante da informação.

Mas, antes que alguém diga, com razão, que coisas assim sempre existiram, sugiro acrescentar o elemento n. 4: trata-se de informação fabricada digitalmente e para a disseminação digital. *Fake news*, portanto, é uma expressão que se restringe a um tipo específico de informação falsificada para manipular e enganar as pessoas, e que só poderia existir em sociedades que vivem em extrema conexão digital.

Disponível em: https://revistacult.uol.com.br/home/quatro-ou-cinco-coisas-que-eu-sei-sobre-fake-news/.

Acesso em: 16 ago. 2022 (adaptado).

TEXTO 2

Todas as empresas que fazem publicidade programática no país devem prestar atenção ao movimento *Sleeping Giants*. Por meio de um perfil no Twitter, o movimento — que segue a linha de seu homônimo americano — busca constranger marcas publicamente e evitar que o dinheiro que investem em publicidade chegue a sites com "discurso de ódio e *fake news*", conforme sua descrição na rede social.

Antes mesmo de ser alvo do *Sleeping Giants*, toda empresa que utilize mídia programática deve buscar se inteirar sobre quais sites estão recebendo seus investimentos e, se achar necessário, solicitar o bloqueio daqueles que possam trazer conteúdos com os quais não deseja estar associada. Vale para *fake news*, mas também para discriminação, violência, pornografia e qualquer outro tema que contrarie os valores da marca. A questão não é simples, mas, independentemente desse debate, é obrigação das marcas conhecer o destino de seus recursos publicitários e tomar decisões informadas. Seus consumidores também querem saber. A automação e o uso de dados em estratégias de comunicação são ferramentas poderosas e muito eficazes, mas devem estar sempre aliadas ao olhar e à avaliação humana na tomada de decisão.

Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/home/opiniao/2020/05/28/sleeping-giants-mostra-impacto-da-compra-de-midia-na-reputacao.html. Acesso em: 16 ago. 2022 (adaptado).

Considerando os trechos apresentados, redija um texto a respeito do papel da publicidade e da responsabilidade de anunciantes que utilizam mídia programática na propagação de *fake news*. (valor: 10,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA----------

O estudante deve ser capaz de articular a existência de *fake news* e o sistema publicitário em ambiente digital baseado em mídia programática e automação de compra de anúncios. O estudante deve ser capaz não só de apontar a responsabilidade das empresas que remuneram *sites* que veiculam *fake news* ao utilizar mídia programática, mas também de ponderar o prejuízo que a associação a conteúdos enganosos pode gerar na imagem das marcas.

QUESTÃO DISCURSIVA 05----------

Ao processar dados pessoais, um site, empresa ou organização deve apresentar uma base legal específica ou tratar devidamente o consentimento do titular dos dados pessoais. Das dez bases legais para o processamento legal que a Lei n. 13.709/2018 (Lei Geral de Proteção de Dados – LGPD) estabelece, o consentimento é a primeira delas. Haverá exceção a essa regra quando a solicitação para obtenção do dado pessoal estiver respaldada por alguma das bases legais. O consentimento pode ser revogável a qualquer momento e deve ser fornecido pelo titular dos dados de forma inequívoca, manifesta e livre, podendo ser retirado a qualquer tempo. Todo o processamento de dados pessoais deve ser documentado desde a coleta inicial até o término. Também é obrigatória a apresentação de um relatório de impacto à proteção de dados, no qual constarão a descrição de que tipo de dados são coletados, o objetivo da coleta e processamento, seu tempo de retenção e com quem os dados podem ser compartilhados. Isso também deve fazer parte de uma política de privacidade de fácil acesso aos titulares de dados pessoais.

CELIDONIO, T.; NEVES, P. S.; DONÁ, C. M. Metodologia para mapeamento dos requisitos listados na LGPD (Lei Geral de Proteção de Dados do Brasil número 13.709/18) e sua adequação perante a lei em uma instituição financeira: um estudo de caso. **Brazilian Journal of Business**, Curitiba, v. 2, n. 4, p. 3.626-3.648, out./dez. 2020 (adaptado).

Considerando o texto apresentado e as adaptações que estão sendo realizadas pelas agências de publicidade e pelas organizações desde 2020 com a implantação da LGPD, redija um texto acerca das transformações geradas pela referida lei nas práticas publicitárias e nas relações de consumo. (valor: 10,0 pontos)

PADRÃO RESPOSTA----------

O estudante deve estabelecer comparação entre práticas publicitárias e/ou relações de consumo antes e depois da implantação da LGPD. Dado que o texto base refere-se a consentimento, esse pode ser um dos aspectos a ser explorado na resposta, mencionando-se também as políticas de armazenamento de *cookies* ou de compartilhamento de dados pessoais.

O estudante pode abordar também qualquer uma das dez hipóteses de tratamento dos dados pessoais exigidos pela Lei e apresentadas a seguir.

1. consentimento do titular dos dados;

2. cumprimento de uma obrigação legal ou regulamentação do controlador;

3. execução de políticas públicas previstas em leis ou regulamentos ou baseadas em contratos, acordos ou instrumentos similares;

4. realização de estudos de entidades de pesquisa que garantam, sempre que possível, o anonimato dos dados pessoais;

5. execução de contrato ou procedimentos preliminares relacionados a um contrato do qual o titular dos dados é parte;

6.exercício de direitos, procedimentos judiciais, administrativos ou de arbitragem;

7. proteção da vida ou segurança física do titular dos dados ou de terceiros;

8. proteção da saúde, em procedimento realizado por profissionais de saúde ou por entidades de saúde;

9. cumprimento dos interesses legítimos do responsável pelo tratamento ou de terceiros, exceto no caso em que prevalecerem os direitos e as liberdades fundamentais do titular dos dados que exigem proteção de dados pessoais;

10. proteção do crédito.

sinaes
Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior

enade2022
Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes

06

Novembro | 22

COMUNICAÇÃO SOCIAL
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

GABARITO DEFINITIVO

Item	Gabarito
QUESTÃO DISCURSIVA 1	***
QUESTÃO DISCURSIVA 2	***
QUESTÃO 1	B
QUESTÃO 2	D
QUESTÃO 3	A
QUESTÃO 4	C
QUESTÃO 5	D
QUESTÃO 6	E
QUESTÃO 7	D
QUESTÃO 8	C
QUESTÃO DISCURSIVA 3	***
QUESTÃO DISCURSIVA 4	***
QUESTÃO DISCURSIVA 5	***
QUESTÃO 9	E
QUESTÃO 10	D
QUESTÃO 11	B
QUESTÃO 12	C
QUESTÃO 13	D
QUESTÃO 14	D
QUESTÃO 15	B
QUESTÃO 16	B
QUESTÃO 17	A
QUESTÃO 18	D
QUESTÃO 19	D
QUESTÃO 20	A
QUESTÃO 21	C
QUESTÃO 22	E
QUESTÃO 23	C
QUESTÃO 24	A
QUESTÃO 25	C
QUESTÃO 26	B
QUESTÃO 27	D
QUESTÃO 28	A
QUESTÃO 29	A
QUESTÃO 30	C
QUESTÃO 31	B
QUESTÃO 32	E
QUESTÃO 33	B
QUESTÃO 34	E
QUESTÃO 35	E

INEP MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO

ANEXO X

CONCEPÇÃO E ELABORAÇÃO DAS PROVAS DO ENADE

	MATRIZ DE FORMAÇÃO GERAL	
	NÚMERO DA QUESTÃO NAS PROVAS DE TODAS AS ÁREAS	**DESCRIÇÃO DOS COMPONENTES DA QUESTÃO**
FORMAÇÃO GERAL	**QUESTÃO DISCURSIVA 1**	**Perfil**: Colaborativo e propositivo no trabalho em equipes e/ou redes que integrem diferentes áreas do conhecimento. **Competência**: Buscar e propor soluções viáveis e inovadoras na resolução de situações-problema. **Objetos de Conhecimento**: Educação e desenvolvimento humano e social; Ciência, tecnologia e inovação; Promoção da saúde e prevenção de doenças.
	QUESTÃO DISCURSIVA 2	**Perfil**: Ético, comprometido e responsável com questões sociais, culturais e ambientais. **Competência**: Planejar e elaborar projetos de ação e intervenção a partir da análise de necessidades em contextos diversos. **Objetos de Conhecimento**: Ética, democracia e cidadania; Relações de desigualdade, de opressão e/ou de exploração étnico-raciais, de classe, de gênero e de orientação sexual.
	QUESTÃO 1	**Perfil**: Comprometido com o exercício da cidadania. **Competência**: Fomentar diálogo e práticas de convivência, compartilhando saberes e conhecimentos. **Objeto de Conhecimento**: Ética, democracia e cidadania.
	QUESTÃO 2	**Perfil**: Proativo, solidário e empático na tomada de decisões, atuando com responsabilidade socioambiental e respeito às diferenças. **Competência**: Identificar, analisar e interpretar diferentes representações verbais, não verbais, gráficas e numéricas de fenômenos diversos ou de um mesmo significado. **Objetos de Conhecimento**: Ética, democracia e cidadania; Relações de desigualdade, de opressão e/ou de exploração étnico-raciais, de classe, de gênero e de orientação sexual.
	QUESTÃO 3	**Perfil**: Humanista, crítica e sensível, apoiado em conhecimentos científico, social e cultural, historicamente construídos, que transcendam a área de sua formação. **Competência**: Ler, produzir e interpretar textos com clareza e coerência. **Objetos de Conhecimento**: Relações de desigualdade, de opressão e/ou de exploração étnico-raciais, de classe, de gênero e de orientação sexual; Estado, sociedade e trabalho.
	QUESTÃO 4	**Perfil**: Ético, comprometido e responsável com questões sociais, culturais e ambientais. **Competência**: Sistematizar e analisar informações para tomada de decisões. **Objetos de Conhecimento**: Meio ambiente: biodiversidade, sustentabilidade e intervenção humana; Territórios, sociodiversidade e multiculturalismo.
	QUESTÃO 5	**Perfil**: Comprometido com o exercício da cidadania. **Competência**: Formular e articular argumentos e contra-argumentos consistentes em situações sociocomunicativas. **Objetos de Conhecimento**: Acessibilidade e inclusão social; Relação entre campo e cidade, desenvolvimento urbano e rural e qualidade de vida.
	QUESTÃO 6	**Perfil**: Humanista, crítica e sensível, apoiado em conhecimentos científico, social e cultural, historicamente construídos, que transcendam a área de sua formação. **Competência**: Identificar, compreender e analisar situações-problema utilizando pensamento holístico e sistêmico ao se abordar a complexidade da realidade. **Objetos de Conhecimento**: Processos de globalização e política internacional; Territórios, sociodiversidade e multiculturalismo.
	QUESTÃO 7	**Perfil**: Comprometido com o exercício da cidadania. **Competência**: Identificar, analisar e interpretar diferentes representações verbais, não verbais, gráficas e numéricas de fenômenos diversos ou de um mesmo significado. **Objetos de Conhecimento**: Ética, democracia e cidadania; Relações de desigualdade, de opressão e/ou de exploração étnico-raciais, de classe, de gênero e de orientação sexual.
	QUESTÃO 8	**Perfil**: Humanista, crítica e sensível, apoiado em conhecimentos científico, social e cultural, historicamente construídos, que transcendam a área de sua formação. **Competência**: Compreender as linguagens e suas respectivas variações. **Objeto de Conhecimento**: Cultura, arte e comunicação.

MATRIZ DE PROVA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA

	NÚMERO DA QUESTÃO NA PROVA	DESCRIÇÃO DOS COMPONENTES DA QUESTÃO
COMPONENTE ESPECÍFICO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	**QUESTÃO DISCURSIVA3**	**Perfil:** Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados. **Competência**: Orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, da mídia, dos pontos de contato, da criação e da produção para multiplataformas. **Objeto de Conhecimento**: Marketing e Gestão de Marcas; e Planejamento de Comunicação Integrada.
	QUESTÃO DISCURSIVA4	**Perfil:** Ético no exercício da comunicação, do marketing e da publicidade e propaganda, e em relação à diversidade das demandas mercadológicas, institucionais e sociais. **Competência**: Monitorar e aferir resultados mercadológicos, institucionais e sociais das campanhas e de ações comunicacionais. **Objeto de Conhecimento**: Tecnologias da Comunicação; e Marketing e Gestão de Marcas.
	QUESTÃO DISCURSIVA5	**Perfil:** Ético no exercício da comunicação, do marketing e da publicidade e propaganda, e em relação à diversidade das demandas mercadológicas, institucionais e sociais. **Competência**: Incorporar as transformações das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no exercício da profissão. **Objeto de Conhecimento:** Tecnologias da Comunicação; e Legislação e Ética.
	QUESTÃO 9	**Perfil**: Inovador e empreendedor na criação e na execução dos processos comunicacionais. **Competência**: Incorporar as transformações das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no exercício da profissão. **Objeto de Conhecimento**:Tecnologias da Comunicação; e Legislação e Ética.
	QUESTÃO 10	**Perfil**: Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados. **Competência**: Incorporar as transformações das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no exercício da profissão. **Objeto de Conhecimento**: Tecnologias da Comunicação; e Marketing e Gestão de Marcas.
	QUESTÃO 11	**Perfil**: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo e às demandas mercadológicas, institucionais e sociais. **Competência**: Identificar e analisar os cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, em escala global, nacional, regional e local, que influenciem o ambiente mercadológico e publicitário. **Objeto de Conhecimento**: Teorias da Comunicação.
	QUESTÃO 12	**Perfil**: Ético no exercício da comunicação, do marketing e da publicidade e propaganda, e em relação à diversidade das demandas mercadológicas, institucionais e sociais. **Competência**: Conceber e desenvolver soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social. **Objeto de Conhecimento**: Linguagens da Comunicação.
	QUESTÃO 13	**Perfil**: Inovador e empreendedor na criação e na execução dos processos comunicacionais. **Competência**: Gerenciar departamentos de marketing e de comunicação, agências de comunicação e produtoras do setor comunicacional. **Objeto de Conhecimento**: Gestão e resultados em Publicidade e Propaganda.
	QUESTÃO 14	**Perfil**: Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados. **Competência**: Orientar e executar processos e fluxos comunicacionais no âmbito do planejamento, da mídia, dos pontos de contato, da criação e da produção para multiplataformas. **Objeto de Conhecimento**: Planejamento de Mídia e de Pontos de Contato.
	QUESTÃO 15	**Perfil**: Inovador e empreendedor na criação e na execução dos processos comunicacionais. **Competência**: Produzir soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social. **Objeto de Conhecimento**: Produção Audiovisual, Digital, Fotográfica, Gráfica e Sonora.

COMPONENTE ESPECÍFICO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	**QUESTÃO 16**	**Perfil**: Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados. **Competência**: Propor soluções estratégicas para os problemas mercadológicos, institucionais e sociais, utilizando ferramentas de comunicação integrada e de marketing. **Objeto de Conhecimento**: Marketing e Gestão de Marcas.
	QUESTÃO 17	**Perfil**: Criativo para conceber e produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas. **Competência**: Conceber e desenvolver soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social. **Objeto de Conhecimento**: Direção de Arte.
	QUESTÃO 18	**Perfil**: Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados. **Competência**: Monitorar e aferir resultados mercadológicos, institucionais e sociais das campanhas e de ações comunicacionais. **Objeto de Conhecimento**: Gestão e resultados em Publicidade e Propaganda.
	QUESTÃO 19	**Perfil**: Inovador e empreendedor na criação e na execução dos processos comunicacionais. **Competência**: Gerenciar departamentos de marketing e de comunicação, agências de comunicação e produtoras do setor comunicacional. **Objeto de Conhecimento**: Legislação e Ética profissional.
	QUESTÃO 20	**Perfil**: Criativo para conceber e produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas. **Competência**: Conceber e desenvolver soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social. **Objeto de Conhecimento**: Direção de Arte.
	QUESTÃO 21	**Perfil**: Criativo para conceber e produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas. **Competência**:Produzir soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social. **Objeto de Conhecimento**: Produção Audiovisual, Digital, Fotográfica, Gráfica e Sonora.
	QUESTÃO 22	**Perfil**: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo e às demandas mercadológicas, institucionais e sociais. **Competência**: Identificar e analisar os cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, em escala global, nacional, regional e local, que influenciem o ambiente mercadológico e publicitário. **Objeto de Conhecimento**: Linguagens da Comunicação.
	QUESTÃO 23	**Perfil**: Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados. **Competência**: Propor soluções estratégicas para os problemas mercadológicos, institucionais e sociais, utilizando ferramentas de comunicação integrada e de marketing. **Objeto de Conhecimento**: Planejamento de Mídia e de Pontos de Contato.
	QUESTÃO 24	**Perfil**: Ético no exercício da comunicação, do marketing e da publicidade e propaganda, e em relação à diversidade das demandas mercadológicas, institucionais e sociais. **Competência**: Identificar e analisar os cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, em escala global, nacional, regional e local, que influenciem o ambiente mercadológico e publicitário. **Objeto de Conhecimento**: Legislação e Ética profissional.
	QUESTÃO 25	**Perfil**: Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados. **Competência**: Realizar e interpretar pesquisas de consumo, de tendências, de motivação, de concorrência, de imagem, entre outras. **Objeto de Conhecimento**: Pesquisa de Mercado e Comportamento do Consumidor.

COMPONENTE ESPECÍFICO DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	**QUESTÃO 26**	**Perfil**: Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulado. **Competência**: Monitorar e aferir resultados mercadológicos, institucionais e sociais das campanhas e de ações comunicacionais. **Objeto de Conhecimento**: Planejamento de Mídia e de Pontos de Contato.
	QUESTÃO 27	**Perfil**: Inovador e empreendedor na criação e na execução dos processos comunicacionais. **Competência**: Incorporar as transformações das Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) no exercício da profissão. **Objeto de Conhecimento**: Tecnologias da Comunicação; e Marketing e Gestão de Marcas.
	QUESTÃO 28	**Perfil**: Criativo para conceber e produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas. **Competência**: Produzir soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social. **Objeto de Conhecimento**: Produção Audiovisual, Digital, Fotográfica, Gráfica e Sonora.
	QUESTÃO 29	**Perfil**: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo e às demandas mercadológicas, institucionais e sociais. **Competência**: Identificar e analisar os cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, em escala global, nacional, regional e local, que influenciem o ambiente mercadológico e publicitário. **Objeto de Conhecimento**: Metodologia e Pesquisa em Comunicação.
	QUESTÃO 30	**Perfil**: Criativo para conceber e produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas. **Competência**: Produzir soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social. **Objeto de Conhecimento**: Produção Audiovisual, Digital, Fotográfica, Gráfica e Sonora.
	QUESTÃO 31	**Perfil**: Criativo para conceber e produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas. **Competência**: Produzir soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social. **Objeto de Conhecimento**: Estética da Comunicação.
	QUESTÃO 32	**Perfil**: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo e às demandas mercadológicas, institucionais e sociais. **Competência**: Identificar e analisar os cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, em escala global, nacional, regional e local, que influenciem o ambiente mercadológico e publicitário. **Objeto de Conhecimento**: Sociologia da Comunicação.
	QUESTÃO 33	**Perfil**: Criativo para conceber e produzir campanhas e ações comunicacionais em multiplataformas. **Competência**: Conceber e desenvolver soluções criativas e persuasivas, em termos de estéticas e linguagens, nos âmbitos mercadológico, institucional e social. **Objeto de Conhecimento**: Produção Audiovisual, Digital, Fotográfica, Gráfica e Sonora.
	QUESTÃO 34	**Perfil**: Crítico e reflexivo, com formação humana, científica e técnica, capaz de atuar frente à complexidade e à velocidade do mundo contemporâneo e às demandas mercadológicas, institucionais e sociais. **Competência**: Identificar e analisar os cenários políticos, econômicos, sociais e culturais, em escala global, nacional, regional e local, que influenciem o ambiente mercadológico e publicitário. **Objeto de Conhecimento**: Teorias da Comunicação.
	QUESTÃO 35	**Perfil**: Estrategista para desenvolver as atividades de planejamento de comunicação integrada (de posicionamento de marca, de ferramentas, de mídia e de pontos de contato) e para monitorar e aferir resultados a partir dos objetivos estipulados. **Competência**: Propor soluções estratégicas para os problemas mercadológicos, institucionais e sociais, utilizando ferramentas de comunicação integrada e de marketing. **Objeto de Conhecimento**: Planejamento e ferramentas de Comunicação Integrada.

ANEXO XI

INDICAÇÃO DAS OCORRÊNCIAS DE ATENDIMENTO A PORTADORES DE NECESSIDADES ESPECIAIS

No quadro, a seguir, são apresentadas as ocorrências de atendimento especializado, por tipo de atendimento e protocolo usado. Tal protocolo permitiu a correção para todas as áreas e para a área de Publicidade e Propaganda.

ATENDIMENTO ESPECIALIZADO	TOTAL DE PRESENTES	PRESENTES DA ÁREA	PROTOCOLO
Aparelho auditivo ou implante coclear	31	1	Nesses casos, o próprio estudante transcreve as suas respostas.
Auxílio para leitura	105	7	Nesses casos, o próprio estudante transcreve as suas respostas. Entretanto, o aplicador transcritor também está certificado para transcrever as respostas caso necessário.
Auxílio para transcrição	95	4	Nesses casos, o aplicador transcritor certificado transcreve as respostas do estudante.
Prova Ampliada/Prova Superampliada	76	4	Nesses casos, o próprio estudante transcreve as suas respostas.

BY-NC
VENDA PROIBIDA

INEP
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
GOVERNO FEDERAL
BRASIL
UNIÃO E RECONSTRUÇÃO