

REDES SOCIAIS E ESCOLHA DA ESCOLA

Andrea Paula de Souza Waldhelm (SOCED/ PUC-Rio)

Luiza Helena Lamego Felipe (SOCED/ PUC-Rio)

Resumo:

O presente estudo faz parte da pesquisa **Processos de produção da qualidade de ensino: família, escola e cultura**, desenvolvida em nove escolas de prestígio da cidade do Rio de Janeiro pelo grupo de Sociologia da Educação (SOCED) da PUC-Rio. O objetivo é investigar as características sócio-econômicas e culturais das famílias, tendo como hipótese a influência desses fatores na definição da escola dos filhos.

A mídia e as redes sociais são normalmente as principais mediadoras e consolidadoras das imagens de qualidade de ensino das escolas, imagens com que as famílias norteiam as suas escolhas. Nesse trabalho, procuramos diversificar o universo amostral da pesquisa e, para isso, utilizamos como estratégia a aplicação de um *survey*, no início do segundo semestre de 2008, via correio eletrônico pela internet, para pais cuja prole estuda no ensino fundamental e médio em escolas públicas e privadas da cidade do Rio de Janeiro. A amostra foi crescendo à medida que os primeiros pais contactados, através da nossa rede de relações, ao responderem o questionário, faziam indicações novas, e assim por diante. Nesse trabalho pretendemos apresentar a configuração da amostra, discutindo as possibilidades e limitações do instrumento utilizado na coleta de dados.

Palavras-chaves: ESCOLHA DE ESCOLA - REDES SOCIAIS - METODOLOGIA DE PESQUISA

SOCIAL NETWORKS: THE WAY TO CHOOSE A SCHOOL

Andrea Paula de Souza Waldhelm (SOCED/ PUC-Rio)

Luiza Helena Lamego Felipe (SOCED/ PUC-Rio)

Abstract:

The current study is part of a research named "**Processos de produção da qualidade de ensino: família, escola e cultura**", which was developed by SOCED Group (Group of Sociology of Education) in nine renowned schools in Rio de Janeiro city. The goal is to investigate how social, financial and cultural aspects of the families, are supposed to influence parents definition of the school of their children.

Midia and social nets are normally the main means of consolidating images of school excellence in education, and this leads families choices. In this work we tried to offer diverse points of this research. For this, we used a survey, answered at the beginning of the second term of 2008, through email, by parents who had their children studying in elementary and high schools, in public or private institutions of Rio de Janeiro. The sample increased as the first parents to answer to the survey started to indicate new ones and so on. This work comes to present the configuration of this sample debating the possibilities, as well as the limitations, of the means used in data collection.

Keywords: CHOICE OF SCHOOLS - SOCIAL NETS - RESEARCH METHODOLOGY

A partir da década de 80, um novo campo de estudos na sociologia da educação se ocupou das trajetórias escolares e das estratégias que as famílias utilizam no decorrer do itinerário escolar de seus filhos. Dentre as estratégias familiares destaca-se a escolha do estabelecimento de ensino.

O presente estudo faz parte da pesquisa **Processos de produção da qualidade de ensino: família, escola e cultura**¹, desenvolvida em nove escolas de prestígio do Rio de Janeiro pelo grupo de Sociologia da Educação (SOCED) da PUC-Rio. O objetivo é investigar as características institucionais e familiares que interagem na produção da imagem de excelência escolar dessas instituições. Em 2006, o grupo promoveu uma imersão em três desses estabelecimentos de ensino de prestígio, com o objetivo de aprofundar a análise da produção da qualidade de ensino numa perspectiva institucional. Tal situação apresentou a questão das singularidades e identidades institucionais como um desafio teórico-metodológico.

Em 2007, uma nova estratégia foi incorporada à investigação: a análise exploratória dos *sites* desses três estabelecimentos de ensino (uma escola pública federal, uma escola alternativa² e uma escola confessional), como mais um elemento para aprofundar as singularidades institucionais, bem como compreender como os recursos tecnológicos favorecem ou não a relação entre as famílias e as escolas.

A utilização de material de divulgação escolar pela mídia, em especial na *internet*, vem crescendo bastante nos últimos cinco anos. Em nosso trabalho, acompanhamos algumas mudanças que pareceram significativas: há cerca de um ano, uma dessas escolas tinha um *site* ainda em construção e o de outra estava

¹Documento fonte: Relatório de Atividades do SOCED, 2007, mimeo.

² Escolas que, desde o período autoritário, se apresentaram com propostas pedagógico-escolares que primavam por uma educação menos disciplinadora e que apostavam na possibilidade dos jovens construírem

desatualizado, situação que se modificou completamente no decorrer do período de investigação.

A mídia e as redes sociais são normalmente as principais mediadoras e consolidadoras das imagens de qualidade de ensino das escolas com que as famílias norteiam as suas escolhas (Brandão, Waldhelm e Felipe, 2008). Nesse trabalho, procuramos diversificar o universo amostral da pesquisa e, para isso, utilizamos como estratégia a aplicação de um *survey*, no início do segundo semestre de 2008, via correio eletrônico pela internet, para pais cuja prole estuda no ensino fundamental e médio em escolas públicas e privadas da cidade do Rio de Janeiro. A amostra foi crescendo na medida em que os pais que primeiro foram contactados através da nossa rede de relações, ao responderem o questionário, faziam novas indicações, e esses faziam o mesmo. Nesse trabalho pretendemos apresentar a configuração da amostra e discutir as possibilidades e limitações do instrumento utilizado na coleta de dados.

O questionário e a escolha dos sujeitos

Ao longo do primeiro semestre de 2008 as pesquisadoras acessaram os *sites* das três instituições de ensino e acompanharam as constantes atualizações que aconteceram. Com isso, foi possível observar que as referências que outras mídias faziam dessas escolas foram sendo inseridas nas páginas, de acordo com o interesse de cada instituição³. Dessa maneira, surgiu a questão: em que medida a apresentação das escolas na mídia, em especial nos *sites* acessados pela *internet*, é um recurso utilizado pelas famílias no processo de escolha da escola?

suas próprias regras tendo como espinha dorsal do seu trabalho pedagógico a liberdade delimitada pelo exercício constante da experiência democrática. (BRANDÃO, 2005: 4-5)

³ A "escola alternativa" tem um link "(nome da escola) na mídia" com notícias em jornais de grande circulação; a escola pública federal inseriu no link "destaque" a excelente colocação no ENEM de 2007 e a escola privada confessional inseriu no "Jornal on-line dos Alunos" várias reportagens sobre a repercussão dos 150 anos e também do excelente resultado no ENEM de 2007.

Para iniciar a investigação desta questão, pensamos em fazer um estudo exploratório através da aplicação de um *survey* a pais com filhos em idade escolar no município do Rio de Janeiro, utilizando a *internet* como veículo de divulgação da pesquisa.

Nesse período o SOCED também esteve revisando os questionários para a próxima etapa da pesquisa. A leitura desses instrumentos já elaborados pelo grupo⁴, além de outros produzidos sobre o tema relação família-escola⁵, de algumas produções teóricas sobre métodos quantitativos em pesquisa⁶ e as discussões desenvolvidas nas reuniões semanais contribuíram para a elaboração do *survey* **Escolha da Escola** (Anexo I).

Introduzindo o questionário auto-administrado⁷, havia uma carta de apresentação, explicando o motivo da pesquisa, o procedimento para o preenchimento do questionário e a forma de devolução, no caso, o endereço eletrônico (*e-mail*) das pesquisadoras. O instrumento foi organizado em três partes: a primeira, com informações gerais sobre o aluno, a segunda, sobre a relação família-escola - com ênfase no processo de escolha -, e a terceira, sobre a caracterização sócio-econômica da família.

Num primeiro momento⁸, foi enviada uma mensagem para pessoas por nós conhecidas solicitando a indicação do endereço eletrônico de famílias cujos filhos estudassem na cidade do Rio de Janeiro e estivessem cursando o ensino

⁴ Brandão (2003)

⁵ Lacerda (2000); Oliveira (2005)

⁶ Brandão (2002); Gatti (2004); Babbie (2005); Carvalho e Cazzeli (2005)

⁷ Um questionário é auto-administrado quando as questões são administradas pelo respondente. Por isso ele precisa conter algumas informações importantes, como uma carta de apresentação (estudo e sua finalidade), instruções básicas sobre o preenchimento (para as questões em geral e também as específicas, quando necessário) e as orientações sobre a devolução. (Babbie, 2005)

⁸ Mês de maio de 2008.

fundamental ou o ensino médio. A idéia era, a partir das redes sociais⁹, ampliar o número de indicações de famílias respondentes.

O conceito de rede social é apropriado em situações em que grupos persistentes, (...), não estão formados, bem como em situações em que indivíduos são continuamente requisitados a escolher sobre quem procurar para obter liderança, ajuda, informação e orientação. (BARNES, 1987, p. 163)

Assim, cada uma das pesquisadoras ativou algumas relações sociais¹⁰ e alguns dos contatos indicaram possíveis respondentes do questionário, que por sua vez fizeram novas indicações. À medida que os endereços foram chegando, organizamos listas por grupos. Cada relação tinha como primeiro nome o da pessoa que fez a indicação dos demais possíveis respondentes. Em meados de julho de 2008, enviamos uma mensagem por *e-mail* convidando as pessoas a participar da pesquisa, e nela foi anexado o questionário **Escolha da Escola** como um documento MS-Word. Procurando seguir as orientações para envio de questionários auto-administrados, dias antes do prazo final de devolução, que se encerrava na primeira semana de agosto de 2008, enviamos nova correspondência eletrônica para as pessoas que não tinham retornado o documento respondido. Entretanto, com o objetivo de ampliar a rede a partir das indicações de novos respondentes, prorrogamos o prazo de entrega até o início do mês de setembro, quando demos por encerrada a aplicação do *survey*.

No total, foram enviados, por e-mail, 118 questionários e foram devolvidos 58 respondidos, aproximadamente 50%. O envio dos questionários foi dividido entre as duas pesquisadoras: uma enviou 50 e obteve 28 respondidos e, a outra, 68, tendo 30 respondidos. Para chegarmos a esse total, contamos com novas

⁹ De acordo com Barnes (1987); Boissevain (1987)

¹⁰ Pessoas com quem trabalhamos e estudamos, pois como as duas pesquisadoras residem fora da cidade do Rio de Janeiro, nosso círculo pessoal de amigos não foi incluído.

indicações de pessoas que responderam ou não¹¹ o questionário. Na tabela abaixo, apresentamos a primeira etapa da configuração da amostra, quando foram enviados 44 questionários.

Configuração da amostra - 1ª etapa					
Questionários	Pesquisadora 1		Pesquisadora 2		Nº. de pessoas que fizeram novas indicações
	Nº.	%	Nº.	%	
Respondidos	11	58%	16	64%	3
Não- respondidos	8	42%	9	36%	5
Total	19	100%	25	100%	8

Na segunda etapa, também enviamos 44 questionários aos possíveis respondentes indicados pelas oito pessoas na primeira etapa, como mostra a tabela que segue.

Configuração da amostra - 2ª etapa					
Questionários	Pesquisadora 1		Pesquisadora 2		Nº. de pessoas que fizeram novas indicações
	Nº.	%	Nº.	%	
Respondidos	17	55%	11	85%	0
Não- respondidos	14	45%	2	15%	3
Total	31	100%	13	100%	3

Na terceira etapa, enviamos 30 questionários a partir das indicações que as três pessoas fizeram e apenas três retornaram respondidos. Assim, enquanto na terceira etapa houve um retorno de apenas 10% dos questionários, nas duas

¹¹ Algumas pessoas indicadas não responderam o questionário, pois estavam fora do universo pesquisado, uma vez que seus filhos estavam na educação infantil ou já tinham terminado o ensino médio, mas mesmo assim, indicaram famílias que poderiam ser possíveis respondentes.

primeiras etapas, o número de questionários respondidos foi igual ou superior a 55% para cada uma das pesquisadoras.

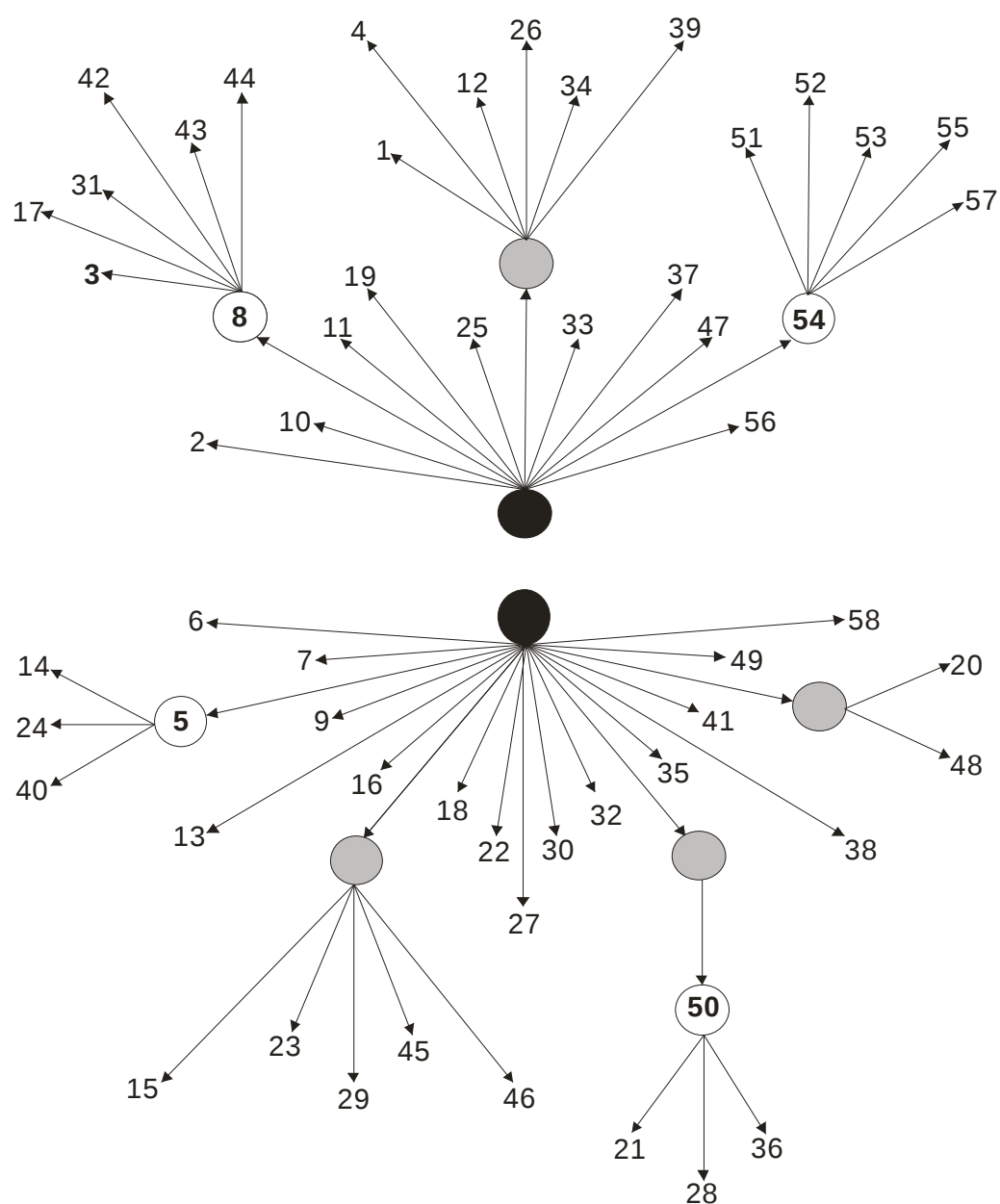
Como o envio dos questionários foi dividido entre as duas pesquisadoras, duas redes sociais se formaram.

Se considerarmos as redes separadamente, as relações estabelecidas em cada uma delas mostram diferentes configurações: na primeira rede, as novas indicações corresponderam a 61% dos questionários respondidos, enquanto na segunda, os primeiros contatos representaram 53%, como apresentamos na tabela abaixo.

Configuração das redes de questionários respondidos				
Questionários respondidos	Primeira Rede		Segunda Rede	
	Nº.	%	Nº.	%
A partir dos primeiros contatos	11	39 %	16	53%
A partir de novas indicações	17	61%	14	47%
Total	28	100%	30	100%

Entretanto, no conjunto de 58 questionários respondidos, 27 foram dos primeiros contatos das fontes iniciais, correspondendo a 46,5%, enquanto 31, representando 53,5%, foram respondidos a partir de novas indicações. É importante ressaltar que, nas duas redes, alguns contatos iniciais (um na primeira, e três na segunda) não responderam o questionário, mas fizeram indicações de respondentes. A seguir, apresentamos o mapa dessas redes de relações dos questionários respondidos.

MAPA DAS REDES DE QUESTIONÁRIOS RESPONDIDOS



Fontes iniciais do envio dos questionários.



Responderam o questionário e fizeram novas indicações.



Não responderam o questionário, mas fizeram novas indicações.

Possibilidades e limitações do instrumento de pesquisa

A *Internet* é um meio de comunicação relativamente novo e sua utilização em pesquisa ainda é recente nas Ciências Sociais. O correio eletrônico ou *e-mail* é um dos recursos disponíveis e é a forma mais usada de comunicação na *Internet* (SIMSEK e VEIGA, 2000). Como nosso objetivo no estudo exploratório era fazer o *survey* **Escolha da Escola** com pais cujos filhos estudam em diferentes estabelecimentos de ensino na cidade do Rio de Janeiro, optamos por usar essa ferramenta, uma vez que essa forma de coleta de dados é abrangente, rápida e de pouco custo operacional. Além disso, a idéia era, a partir de nossas redes de relações, ampliar o número de respondentes, com o encaminhamento de novas indicações por aqueles que participassem da pesquisa. Assim, o envio e recebimento de correspondência (primeiro contato e convite para participar da pesquisa) e do questionário por e-mail mostraram-se bastante adequados e tiveram o efeito esperado, pois conseguimos ampliar a rede de respondentes. Como o correio eletrônico é ainda pouco utilizado em pesquisas, o índice de respostas varia muito entre os estudos realizados¹². Entretanto, as pesquisas (*ibid.*) têm indicado que o *survey* através de *e-mail* é um recurso efetivo para reunir dados em termos das taxas de retorno, como constamos ao ter aproximadamente 50% de questionários devolvidos.

Apesar do potencial dessa ferramenta de pesquisa, algumas limitações ficaram evidentes. A primeira é que o *survey* através de *e-mail* envolve a transmissão de dados e a disponibilidade de acesso fácil à Internet, o que pode significar uma pequena representação de população de baixa renda¹³. Outra

¹² O correio eletrônico é usado em pesquisa, principalmente, por empresas e Simsek e Veiga (2000) relatam que os índices de respostas variam entre 19,3% e 76%. Entretanto, Veiga et al.(1998) e Bernard (2006), cujas pesquisas são na área de educação, registraram uma taxa de retorno entre 11% e 13%.

¹³ Segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil, os dados da mais recente Pesquisa TIC Domicílios 2007 mostram que o número de usuários da Internet representa 34% da população. Segundo a pesquisa, 24% dos domicílios brasileiros possuem computador e 17% das residências dispõem também de acesso à Internet.

dificuldade foi o questionário estar em anexo, o que envolvia fazer o *download* do arquivo, responder o questionário, salvar o documento e anexá-lo ao e-mail para enviar a resposta. Observamos que algumas pessoas copiaram o questionário respondido no e-mail que enviaram a resposta. Talvez esse procedimento tenha dificultado o retorno de alguns questionários. Para tornar mais fácil o preenchimento do questionário é possível criar um *link* para um determinado sítio (*site*) onde o formulário esteja disponível (VEIGA *et al.*, 1998). Esse procedimento também evita o risco de contaminação por vírus e facilita o armazenamento dos dados.

Em relação às redes que se formaram a partir das indicações dos respondentes, observamos que as pessoas indicadas pelos primeiros contatos tiveram uma resposta mais positiva, pois conseguimos mais de 50% de retorno. O que não aconteceu com as novas indicações que foram feitas. O distanciamento entre as pesquisadoras e esses possíveis respondentes pode ter gerado uma desconfiança sobre a confiabilidade da mensagem no correio eletrônico, diante da constante ameaça de vírus na *Internet*, e impediu que essas pessoas respondessem o questionário. Talvez, com essas novas indicações, seja necessário um primeiro contato telefônico para que os pesquisadores se apresentem e expliquem o motivo da pesquisa.

Referências Bibliográficas:

BABBIE, E. **Métodos de Pesquisas de Survey**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2005.

BARNES, J.A. **Redes sociais e processo político**. In: Bela Feldman-Bianco. (Org.). *Antropologia das Sociedades Contemporâneas: Métodos*. 1 ed. São Paulo: Global, 1987, v. 1, p.159-193.

Entretanto, mais da metade da nossa população brasileira (54%) nunca usou um computador e somente um terço (33%) acessou a rede.

BERNARD, R. Estrutura de utilização dos jogos de empresas nos cursos de graduação em Administração e Ciências Contábeis do país e avaliações preliminares de uma disciplina baseada neste método. In: **XVII Encontro Nacional dos Cursos de Graduação em Administração - ENANGRAD**, 2006, São Luís, MA. Disponível em: http://www.nesig.ufsc.br/publicacoes/pdf/Ricardo_Bernard_Enangrad2006.pdf. Acesso em: 1 nov. 2008.

BOISSEVAIN, J. **Apresentando "amigos de amigos: redes sociais, manipuladores e coalizões"**. In: Bela Feldman-Bianco. (Org.). *Antropologia das Sociedades Contemporâneas: Métodos*. 1 ed. São Paulo: Global, 1987, v. 1, p.195-223.

BRANDÃO, Z. Singularidades institucionais: Reflexões a partir de fragmentos do material de pesquisa. **Boletim Soced**, nº4, 2007. Disponível em: http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/cgi-bin/PRG_0599.EXE/9784.PDF?NrOcoSis=30974&CdLinPrg=pt. Acesso em: 01 dez. 2007.

_____. **Relatório de Atividades do SOCED/PUC-Rio**. 2007. Mimeo.

_____. **Clima escolar - Notas de campo de três visitas a escolas**. **Boletim Soced**, nº2, 2005. Disponível em: http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/cgi-bin/db2www/PRG_1167.D2W/input?CdLinPrg=pt. Acesso em: 1 dez. 2007.

_____. **Relatório de Atividades do SOCED/PUC-Rio**. 2003. Mimeo.

_____. **Pesquisa em Educação: conversas com pós-graduandos**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio. 2002.

BRANDÃO, Z.; WALDHLM, A.P.S.; FELIPE, L.H.L. Sites escolares: uma nova estratégia na construção da imagem de excelência das instituições de ensino? **Boletim Soced**, nº 5. 2008. Disponível em: <http://www.soced.pro.br/>. Acesso: 27 out. 2008.

CARVALHO, C. CAZZELI, S. Elaboração de uma pré-testagem indireta. **Boletim Soced**, nº5. Disponível em: <http://www.soced.pro.br/>. Acesso: 29 out. 2008.

FELIPE, L.H.L.; WALDHELM, A.P.S. Análise de sites institucionais. **Boletim Soced**, nº 5. 2008. Disponível em: <http://www.soced.pro.br/>. Acesso: 29 jun. 2008.

GATTI, B. Estudos Quantitativos em Educação. **Educação e Pesquisa**. Vol. 30. nº 1, jan./abr., 2004, p. 11-30.

LACERDA, P.M. **A vingança dos anexos ou Como a elaboração de um questionário tornou-se, ela mesma, uma pesquisa**. 2000. 106 f. Dissertação (Mestrado em Educação) Pontifícia Universidade do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2000.

MEDINA, A.; ALMEIDA, L.; MORAES, P. O boletim dos campeões do Enem. **Revista Veja Rio**. Rio de Janeiro: Ed. Abril. Ano 17, nº 15, abril, 2008.

OLIVEIRA, C.G. **Diga-me com quem andas e te direi quem tu és: a escolha da escola como estratégia de distinção**. 148 f. Dissertação (Mestrado em Educação Brasileira) Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: PUC, Departamento de Educação, 2005.

PESQUISA sobre o uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil : TIC Domicílios e TIC Empresas 2007. São Paulo : Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2008. Disponível em: <http://www.cetic.br/tic/2007/indicadores-cgibr-2007.pdf>. Acesso em 1 nov. 2008.

SIMSEK, Z.; VEIGA, J. The Electronic Survey Technique: An Integration and Assessment. **Organizational Research Methods**, Vol. 3, No. 1, 93-115, 2000. Disponível em : <http://orm.sagepub.com/cgi/content/abstract/3/1/93>. Acesso em: 31 out. 2008.

VEIGA, R. T *et al.* Ensino à Distância pela Internet: Conceito e Proposta de Avaliação. In: **Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação em Administração - ENANPAD**. Foz de Iguaçu, PR, 1998. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/enanpad/1998/dwn/enanpad1998-ai-16.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2008.

ANEXO I: Questionário Escolha de Escola

SOCED - PUC-RIO - ESCOLHA DE ESCOLA

Informações Gerais

1) Idade do(a) filho(a): anos completos

2) Bairro onde reside:

3) Sexo do(a) filho(a): ☐ Masculino ☐ Feminino

4) Ano/ Série em que está cursando:

- ☐ 1º ano do ensino fundamental
- ☐ 2º ano do ensino fundamental
- ☐ 3º ano do ensino fundamental
- ☐ 4º ano do ensino fundamental
- ☐ 5º ano do ensino fundamental
- ☐ 6º ano do ensino fundamental

- ☐ 7º ano do ensino fundamental
- ☐ 8º ano do ensino fundamental
- ☐ 9º ano do ensino fundamental
- ☐ 1ª série do ensino médio
- ☐ 2ª série do ensino médio
- ☐ 3ª série do ensino médio

5) Escola em que seu(sua) filho(a) estuda:

6) No caso de haver outro(a)s filho(a)s na família, ele(a)s estudam:

☐ Na mesma escola ☐ Em outra escola

O processo de escolha

7) Você tinha alguma informação anterior sobre a atual escola onde seu(sua) filho(a) estuda?

☐ Sim ☐ Não | Em caso afirmativo, responda o item 8.

8) Em caso afirmativo, especifique qual: (Por favor, assinale apenas a opção que considere a principal fonte de informação.)

- ☐ Você estudou na escola.
- ☐ Você trabalha ou trabalhou na escola.
- ☐ Você conhece os profissionais da escola.
- ☐ Os filhos mais velhos estudaram na escola.
- ☐ Você possui parentes que estudam na escola.
- ☐ Você tem filhos de amigos que estudam na escola.
- ☐ Você obteve informações de amigos do(a) filho(a).
- ☐ Você obteve informações junto a especialistas.
- ☐ Outros. Especifique. _____

9) Você utilizou algum tipo de recurso para obter informações que auxiliassem no processo de escolha da escola de seu(sua) filho(a)?

☐ Sim ☐ Não | Em caso afirmativo, responda o item 10.

10) Em caso afirmativo, especifique qual: (Por favor, assinale todas as opções necessárias.)

- ☐ Pesquisa no site da escola.
- ☐ Visita à escola.
- ☐ Folder ou material de divulgação da escola.
- ☐ Reportagens na TV, jornais ou revistas.
- ☐ Divulgação dos *rankings* das melhores escolas
- ☐ Outros: Especifique. _____

11) Qual o foi o tempo gasto, em média, entre o início do processo de escolha da escola e o momento de decisão pela escola atual de seu(sua) filho(a)?

- | | | |
|---|---|---|
| ☐ Menos de 1mês | ☐ De 1 a 3 meses | ☐ De 3 a 6 meses |
| ☐ De 6 meses a 1 ano | ☐ Mais de 1 ano | |

12) Como você caracteriza o processo de escolha de escola vivenciado para a definição da escola de seu(sua) filho(a)?

- ☐ Tranquilo e rápido, pois já possuía uma definição prévia sobre a escola onde ele(a) estudaria.
- ☐ Tranquilo, mas vagaroso, pois foi preciso analisar as vantagens e desvantagens entre as opções existentes.
- ☐ Conflituoso e demorado, por ter ficado em dúvida diante da grande variedade do atual mercado escolar.

13) Enumere em ordem de importância até três aspectos que mais influenciaram na escolha da escola de seu(sua) filho(a). (Coloque 1 ao lado do aspecto mais importante, 2 ao lado do segundo aspecto mais importante, e 3 ao lado do terceiro aspecto mais importante.)

- | | |
|---|---|
| ☐ Estudou na escola. | ☐ Garante o aprendizado de outra língua. |
| ☐ Métodos de ensino. | ☐ Orientação religiosa. |
| ☐ Fica perto de casa. | ☐ Jornada escolar prolongada. |
| ☐ É uma escola de prestígio. | ☐ Valor da mensalidade. |
| ☐ Oferece boa formação cultural. | ☐ Qualidade do espaço escolar. |
| ☐ Pelas relações sociais. | ☐ Boas opções de atividades extracurriculares. |
| ☐ Boa aprovação no Vestibular. | ☐ Gratuidade. |
| ☐ Tradição na educação. | |
| ☐ Identificação e adequação das características do(a) filho(a) à escola. | |

14) Em sua opinião, cabe à escola propiciar que seu(sua) filho(a): (Assinale apenas as duas alternativas que considere mais importante.)

- | | |
|---|--|
| ☐ Tenha sucesso acadêmico. | ☐ Aprenda a respeitar regras. |
| ☐ Aprenda o valor do esforço. | ☐ Tenha boa formação cultural. |
| ☐ Seja capaz de ter objetivos. | ☐ Torne-se um indivíduo autônomo. |
| ☐ Seja feliz. | ☐ Aprenda a respeitar os outros. |
| ☐ Adquirir senso crítico. | |

Uma vez feita a escolha pela escola atual, qual o grau de satisfação da família em relação à(ao):
(Em cada item marque apenas uma opção.)

15) Tarefas escolares.	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório
16) Profissionais da escola.	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório
17) Eventos sociais.	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório
18) Exigência acadêmica.	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório
19) Reuniões pedagógicas.	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório
20) Disciplina	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório
21) Método de ensino.	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório
22) Relação família-escola.	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório
23) Instalações e equipamentos.	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório
24) Atividades extracurriculares.	☐	Superou as expectativas	☐	Satisfatório	☐	Insatisfatório

Perfil sócio-econômico

25) Assinale a opção que corresponde ao curso de mais alta titulação do pai. (Marque apenas uma opção.)

- | | |
|--|--|
| ☐ Ensino fundamental. | ☐ Especialização (mínimo de 360 horas). |
| ☐ Ensino médio. | ☐ Mestrado. |
| ☐ Ensino superior. | ☐ Doutorado. |

26) Assinale a opção que corresponde ao curso de mais alta titulação da mãe. (Marque apenas uma opção.)

- | | |
|--|--|
| ☐ Ensino fundamental. | ☐ Especialização (mínimo de 360 horas). |
| ☐ Ensino médio. | ☐ Mestrado. |
| ☐ Ensino superior. | ☐ Doutorado. |

27) Qual é a profissão do pai?

28) Qual é a profissão da mãe?

29) Qual é a ocupação do pai? (Marque apenas uma opção.)

- | | |
|--|---|
| ☐ Funcionário público | ☐ Profissional liberal. |
| ☐ Funcionário do setor privado. | ☐ Profissional autônomo. |
| ☐ Militar. | ☐ Aposentado. |
| ☐ Comerciante. | ☐ Desempregado. |
| ☐ Empresário. | |
| ☐ Outro: Especifique. _____ | |

30) Qual é a ocupação da mãe? (Marque apenas uma opção.)

- | | |
|--|---|
| ☐ Funcionária pública. | ☐ Profissional liberal. |
| ☐ Funcionária do setor privado. | ☐ Profissional autônomo. |
| ☐ Militar. | ☐ Dona de casa. |
| ☐ Comerciante. | ☐ Aposentada. |
| ☐ Empresária. | ☐ Desempregada. |
| ☐ Outro: Especifique. _____ | |

31) Qual é a renda mensal bruta da família, incluindo todas as fontes de renda de quem reside no domicílio?

☐	Até R\$ 2.000,00	☐	Entre R\$ 8.000,00 e R\$ 12.000,00
☐	Entre R\$ 2.000,00 e R\$ 5.000,00	☐	Entre R\$ 12.000,00 e R\$ 16.000,00
☐	Entre R\$ 5.000,00 e R\$ 8.000,00	☐	Acima de R\$ 16.000,00

Quantos dos itens há na sua casa? (Marque a quantidade correspondente a cada item ou zero quando não houver nenhum.)

ITENS	QUANTOS?							
32) Banheiro	☐	(0)	☐	(1)	☐	(2)	☐	(3 ou mais)
33) Quarto	☐	(0)	☐	(1)	☐	(2)	☐	(3 ou mais)
34) Televisão	☐	(0)	☐	(1)	☐	(2)	☐	(3 ou mais)
35) DVD	☐	(0)	☐	(1)	☐	(2)	☐	(3 ou mais)
36) Automóvel	☐	(0)	☐	(1)	☐	(2)	☐	(3 ou mais)
37) Computador	☐	(0)	☐	(1)	☐	(2)	☐	(3 ou mais)
38) Internet	☐	(0)	☐	(1)	☐	(2)	☐	
39) Freezer	☐	(0)	☐	(1)	☐	(2)	☐	
40) Máquina de lavar louça	☐	(0)	☐	(1)	☐			