

***Websites* escolares: uma interface na projeção da imagem de qualidade das escolas privadas**

Luiza Helena Lamego Felipe (SOCED/PUC-Rio)
Andrea Paula de Souza Waldhelm (SOCED/PUC-Rio)

Resumo:

Este texto faz parte de uma pesquisa sobre os processos de produção da qualidade de ensino em escolas de prestígio no município do Rio de Janeiro e tem como objetivo analisar as características institucionais que favorecem a projeção da imagem de excelência educacional das instituições investigadas. O trabalho utiliza como principal instrumento os *websites* de dois estabelecimentos da rede privada de ensino que atendem a públicos distintos. O conteúdo dos *sites* foi analisado a partir dos estudos da sociologia da educação, em particular os trabalhos de Pierre Bourdieu, e foi utilizada a análise de conteúdo para produzir inferências sobre os dados neles apresentados. Foi possível perceber que cada instituição interpreta a qualidade de maneira singular e projeta uma imagem de excelência como uma marca distintiva. Esta marca pode ser observada nos *websites*, seja em sua história, no projeto educacional ou no *design* gráfico, contribuindo, por um lado, para consolidar sua imagem de qualidade e, por outro, para estabelecer um compromisso de todos os agentes escolares com o projeto educacional da escola.

Palavras-Chave: *websites* escolares; imagem de qualidade; escolas de prestígio.

School Websites: an interface in the image quality of private schools

Luiza Helena Lamego Felipe (SOCED/PUC-Rio)
Andrea Paula de Souza Waldhelm (SOCED/PUC-Rio)

Abstract:

This text is part of a research on the production processes of the quality of education in prestigious schools in the municipality of Rio de Janeiro and aims to analyze the institutional features that favor the projection image of educational excellence. The paper uses as its main instrument the websites of two establishments of private schools that serve different audiences. The content of the sites was analyzed from the studies of sociology of education, in particular the work of Pierre Bourdieu, and was used content analysis to produce inferences about the data they presented. It was possible to see that each institution plays a unique way and quality of projects an image of excellence as a hallmark. This brand can be found on the websites, either in its history, or educational project in graphic design, contributing to consolidate its image quality and to establish a commitment to all school professionals in the education project.

Keywords: school websites; image quality; prestigious schools.

1. Apresentação

A qualidade - da escola, do ensino ou da educação - é um conceito historicamente construído a partir de um arbitrário sociocultural e orientado por diferentes expectativas que incorporam demandas diversificadas que mudam ao longo do tempo (Franco, 1994; Dourado, 2007). Este trabalho se insere no momento atual de um programa de pesquisa que há uma década vem desenvolvendo estudos sobre os processos de produção da qualidade de ensino em escolas de prestígio da cidade do Rio de Janeiro, fundamentado no escopo teórico da obra de Bourdieu. Nas etapas anteriores da pesquisa foi possível perceber que a mídia e as redes sociais são normalmente os principais mediadores das imagens de qualidade de ensino das escolas com que as famílias das camadas médias norteiam as suas escolhas no momento de definir as opções por escolas para os seus filhos (Brandão, Waldhelm & Felipe, 2008). Cada vez mais, aqueles que detêm o maior capital cultural e econômico buscam instituições mais seletivas e que possuem um elevado capital simbólico e social. As instituições frequentadas por essas camadas que se situam no topo da estratificação social normalmente são, em relação aos demais, consideradas as melhores e, portanto, passam a ser referência para todos os setores que veem nas escolas um instrumento de prestígio e ascensão social.

Este trabalho¹ pretende analisar as características institucionais, apresentadas nos *websites*² de duas escolas privadas da cidade do Rio de

¹ Este trabalho é fruto da interlocução entre a dissertação de Waldhelm (2009) e a tese de Felipe (2010).

² Viana (2005, p.43) conceitua os *websites* como "um conjunto de páginas digitais, onde se coloca à disposição do usuário aquilo que as empresas ou pessoas têm interesse que se saiba

Janeiro, que contribuem para projetar sua imagem de qualidade. Ele está dividido em três partes: na primeira, contextualiza a discussão sobre o conceito de qualidade e a pesquisa em que está inserido o trabalho; na segunda, apresenta uma caracterização de duas escolas privadas a partir da análise de seus *websites*; e, na terceira, analisa como os *websites* podem se constituir uma interface na projeção da imagem de qualidade dos estabelecimentos escolares.

2. A pesquisa sobre a qualidade da escola

A qualidade é uma palavra polissêmica, uma vez que pode adquirir múltiplas concepções, que refletem valores e percepções sociais e institucionais (Oliveira & Araújo, 2005; Emerique, 2007; Sales & Passos, 2008). Essa polissemia permite que a discussão se trave sob diferentes perspectivas. No entanto, Nakano & Almeida (2007, p.1092), chamam "a atenção para a existência de conflitos quando se trata de discutir a qualidade da educação brasileira, pois por este campo percorrem valores e visões societais em disputa, carregados por aqueles que nele agem e sobre ele refletem".

Nos últimos anos, numerosos estudos têm procurado definir os pontos mais importantes que permitiriam caracterizar uma escola de qualidade, os

a seu respeito, podendo ser ao mesmo tempo um instrumento de *marketing* (...) e pesquisa de mercado (...)"

quais estão diretamente associados aos conceitos de eficácia da escola³ e/ou de efeito escola⁴ sobre a aprendizagem de seus alunos.

Outra perspectiva para caracterizar a qualidade da escola se relaciona à forma como a instituição escolar é reconhecida socialmente, pois o que "ela agrega aos alunos será percebido em termos de distinção ou de desclassificação social" (Emerique, 2007, p. 89). Muitas são as referências utilizadas para construir a imagem de qualidade das escolas (Brandão, Waldhelm & Felipe, 2008):

- Algumas dessas imagens-referências baseiam-se simplesmente na tradição, ou seja, no tempo em que determinadas instituições são percebidas como de qualidade. Esse julgamento estaria apoiado na cristalização de uma posição de destaque conferida a uma instituição nas hierarquias escolares.
- Outras referências anteriormente muito valorizadas e divulgadas na imprensa, como os *rankings* dos vestibulares para as principais universidades da cidade, vêm sendo substituídas, nos últimos anos, por sistemas de avaliação desenvolvidos pelo poder público, como SAEB, ENEM e a Prova Brasil, além do IDEB.

Na etapa atual da pesquisa sobre os processos de produção da qualidade de ensino em escolas de prestígio, dez escolas da cidade do Rio de Janeiro com Ensino Fundamental completo foram investigadas: quatro públicas municipais e seis privadas. Na escolha dos estabelecimentos de ensino optou-se por privilegiar os resultados de desempenho aferidos na

³ O livro de Brooke & Soares (2008) faz uma revisão da literatura procurando privilegiar textos que caracterizam os movimentos e as polêmicas que caracterizam os vários momentos da pesquisa em eficácia escolar.

⁴ Bressoux (1994); Cousin (1998); Léger (2003), entre outros.

Prova Brasil de 2005 e 2007, para as escolas públicas, e no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) de 2005, 2006 e 2007, para as privadas.

No primeiro semestre de 2009 foi realizado um *survey* com alunos, pais e professores do 9º ano do Ensino Fundamental com objetivo de levantar as características gerais dos agentes educacionais envolvidos nesse processo. Ao mesmo tempo, considerando que entre as famílias e a escola existe um conjunto complexo de dispositivos mediadores, e que, entre eles, as novas tecnologias de comunicação e informação adquirem importância crescente, realizamos uma análise dos *websites* dos colégios privados, uma vez que as escolas públicas não têm esse recurso disponível. Os *websites* escolares apresentam um conjunto de informações que podem oferecer elementos para o entendimento de como as escolas projetam sua imagem de qualidade.

3. Os colégios privados: a visão institucional a partir dos *websites*

Nesse trabalho optamos pela análise dos *websites* de duas escolas - Colégio Oncidium e Colégio Epidendrum, escolhidos por apresentarem propostas pedagógicas diferenciadas e utilizamos a análise de conteúdo para produzir inferências sobre os dados neles apresentados. Para nomear as instituições investigadas utilizamos o nome de diferentes espécies de orquídeas, pois como essas flores, as escolas possuem singularidades que imprimem identidades únicas.

No estudo dos *sites*⁵ de cada escola apresentamos, em linhas gerais, sua história e os níveis de ensino aos quais atende, e em particular, o projeto educacional. É na intencionalidade desse projeto "que se encontram as raízes e as referências básicas dos objetivos que vão nortear a proposta pedagógica da instituição de ensino que queira realizar, com eficácia e qualidade, o seu trabalho educativo" (Severino, 1988, p. 82).

Além disso, apresentamos o projeto gráfico: a elaboração e estruturação lógica dos conteúdos por agrupamentos temáticos favorecem o gerenciamento do *site* e a navegação. A partir de um padrão estrutural, ou seja, do conjunto de itens que constituirão o *website*, que poderá ser repetido em todas as páginas, é possível chegar à unidade e consistência (Todeschini, 2002). Cabe destacar o conjunto de cores no *site*, pois contribuem para compor a identidade da escola. Segundo o autor (*ibid.*, p. 41), "as cores no *site*, a princípio, podem não fazer grande diferença, mas seu uso de forma apropriada pode resultar em uma rápida e correta assimilação da informação. Elas ajudam a transmitir uma imagem ou clima".

3.1 Colégio Oncidium

O colégio foi criado em 1862 no centro do Rio de Janeiro para atender à necessidade de imigrantes proporcionarem uma educação adequada para seus filhos. A sociedade mantenedora foi fundada em 1844 e é uma entidade beneficente, educacional e de assistência social, sem fins lucrativos e com natureza jurídica de associação⁶.

⁵ *Sites* é a forma reduzida do vocábulo *websites*. No decorrer do texto os dois serão utilizados.

⁶ Estatuto da Sociedade aprovado pela AGE de 07/11/06.

Em 1863, o Inspetor Geral do país de origem conferiu o Título de Capacidade ao colégio. Em 1939, em consequência da Segunda Guerra Mundial, mudou seu nome e, logo após, passou por intervenção federal. Em 1942, o colégio foi fechado, reabrindo no ano seguinte. Em 1947, passou a ter o nome atual e, durante as décadas de 1950 e 1960, o colégio cresceu, mas nos anos 1970 viveu um período de declínio, iniciando sua recuperação na década seguinte e sua ampliação nos anos 1990⁷.

O colégio atende alunos da Educação Infantil ao Ensino Médio, com opção de horário integral nos segmentos da Educação Infantil e do 1º ao 7º ano do Ensino Fundamental. Em 2009, tinha aproximadamente 1700 alunos (MEC/INEP, 2009).

- **O projeto educacional**

"Por tradição e por vocação empenha-se por um serviço de qualidade no ensino⁸."

O Colégio Oncidium define-se por "possuir um compromisso histórico com a qualidade do processo educativo. Essa tradição se cumpre e se renova com um ensino de elevada qualidade, ministrado por professores competentes e atualizados, em diálogo criativo com a realidade histórica e presente⁹". Sua ação pedagógica se fundamenta em "princípios filosóficos que elevam o ser humano como agente de construção do conhecimento na dimensão de sua integridade e integralidade, para viver compromissado com um mundo melhor para todos" e a concretização de seus objetivos se realiza

⁷ Trecho retirado do *website*, *link* Histórico, em nov. 2009,

⁸ Trecho retirado do *website*, *link* Estrutura Pedagógica, em nov. 2009.

⁹ Trecho retirado do *website*, *link* Histórico, em nov. 2009.

"através de uma organização participativa, de apoio, de criatividade e de disciplina¹⁰".

Um aspecto que se destaca na proposta curricular é o ensino de uma língua estrangeira desde a Educação Infantil até o Ensino Médio, escolha intimamente ligada à história do colégio. Os alunos também participam de projetos pedagógicos interdisciplinares com ênfase na pesquisa de campo, e os relatos e resultados das pesquisas são divulgados na Revista Encontro, publicação semestral do colégio, também disponibilizada em seu *website*.

A escola oferece tempo integral opcional e os alunos realizam Estudo Orientado e escolhem, entre diferentes atividades, três para participar. Os alunos que não frequentam o tempo integral também têm a opção de participar dessas atividades como "Atividades Extras".

O colégio também desenvolve um projeto institucional, apresentado no *link* Ação Social de seu *website*. Com o objetivo de viabilizar uma maior participação da comunidade escolar na construção de uma consciência e participação cidadã, promove diferentes projetos, como Trabalho Comunitário, Educação Ambiental e Empreendedorismo Social.

A maioria dos professores¹¹ (84%) leciona há mais de dez anos e 60% trabalha na escola há mais de dez anos. Em relação à sua formação acadêmica, 47% dos professores têm especialização, 34%, mestrado, e 2%, doutorado. O Colégio Oncidium, portanto, tem um corpo docente qualificado e, pelo tempo de trabalho, comprometido com os valores institucionais.

Apesar de não ser uma escola confessional, o Colégio Oncidium poderia ser caracterizado como um empreendimento institucional (Paes de Carvalho,

¹⁰ Trecho retirado do *website*, *link* Filosofia e no *link* Estrutura Pedagógica, em nov. 2009.

¹¹ Dados obtidos a partir da análise do questionário dos professores aplicados nas escolas em 2009.

2004): tem uma instituição mantenedora, a tradição de qualidade do ensino aliada à disciplina marca sua história, filosofia e projeto educacional sem perder de vista a participação responsável dos alunos na sociedade; e se consolida através da qualidade e da estabilidade de seu corpo docente, "reforçando o compromisso institucional com o conhecimento e a coesão interna em torno dos valores da escola, partilhados pelas famílias que as escolhem" (*ibid.*, p.127).

- **O projeto gráfico**

Para estabelecer o padrão estrutural da *homepage* (HP), apresentada na Imagem 1, foram utilizados os seguintes recursos: manter a cor padrão azul escuro no fundo da tela, a figura de uma constelação em tonalidade de azul mais claro no canto superior, a logomarca do colégio com a fotografia do prédio onde fica localizada a instituição, as abas de acesso à *homepage* principal, à outra unidade da instituição e ao colégio *on-line* no topo do *site*. Nas diversas páginas que compõem o *site*, as informações estão distribuídas na área central seguindo o mesmo padrão de navegação: no menu esquerdo, os *links*, e à sua direita, os conteúdos respectivos. Dessa maneira, apesar da página ser longa, precisando recorrer à barra de rolagem, o padrão estrutural parece reforçar a consistência do *site*.

Em relação à interatividade, ou seja, a "interface entre o usuário e a máquina, mas também da possibilidade de contato entre o usuário e outros usuários, na utilização de ferramentas que impulsionam a comunicação de maneira veloz, com a eliminação de barreiras geográficas" (Komesu, 2004, p.117), o colégio dispõe de um espaço no *website* denominado "(nome do colégio) online". A partir de um cadastro, os estudantes acessam

informações relativas a seus interesses e necessidades específicas. Entretanto, em nenhum espaço da *homepage* há referência aos indivíduos que acessam o *site* do colégio, o que atenderia às orientações dos projetos de portais que têm como foco os usuários, principais interessados pelas informações institucionais.

Em relação às imagens, a de maior destaque é a do *banner* superior, composta pela logomarca do colégio sobre um fundo constituído da fotografia do prédio da instituição, seguida por outras que servem de ícones de acesso às informações na área central do *site*. A logomarca do Colégio Oncidium é composta por duas letras (iniciais do nome da escola) escritas na cor branca, símbolo de unidade que envolve uma imagem de uma constelação na mesma cor.

Imagem 1: Homepage do Colégio Oncidium



Fonte: Homepage do colégio. Acesso: 28 de jan. de 2010.

A identidade institucional pode ser observada na cor de maior destaque, a azul, utilizada como cor padrão do website. Aparece, ainda, em tonalidade mais clara nas estrelas que estão desenhadas no canto superior

da página, nos títulos na área central e nos *hiperlinks* em toda a primeira página.

3.2 Colégio Epidendrum

O colégio é um estabelecimento de ensino católico, dirigido e mantido por uma ordem religiosa. Foi inaugurado em 1959, na zona sul da cidade do Rio de Janeiro, e atendia apenas a alunos do sexo masculino. No final dos anos 1960, destacou-se como um espaço de educação libertadora e, em 1968, abriu suas portas também para as meninas, num convívio social incomum nas escolas católicas daquele tempo.

A escola atende alunos do 1º ano do Ensino Fundamental ao Ensino Médio e oferece Educação de Jovens e Adultos no nível fundamental. Em 2009, tinha aproximadamente 1600 alunos (MEC/INEP, 2009).

- **O projeto educacional**

"Educando para transformação social"¹².

O Colégio Epidendrum assume as orientações da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil e dos Bispos da América Latina de Medellín (1968), Puebla (1979) e São Domingos (1992): "uma educação capaz de questionar a realidade social existente, transformando-a numa convivência mais humana e democrática e promovendo a justiça social e a dignidade de todos"¹³. Entende que "a educação libertadora é a educação que anima o educando a

¹² Lema encontrado na *Homepage* do *website* da escola, em nov. 2009.

¹³ Trecho retirado do *website*, *link* Nossa História, em nov. 2009.

ter consciência de si mesmo e dos circunstantes, para que ele próprio determine, em seu estar em sociedade, as dimensões entre liberdade e responsabilidade social¹⁴”.

A proposta curricular do colégio amplia as determinações legais, além de favorecer o funcionamento de cursos e atividades extras, opcionais, ministradas fora do horário escolar, com responsabilidades assumidas diretamente pelos participantes, seus responsáveis e os respectivos coordenadores dos cursos. Além disso, desenvolve um grande número de atividades culturais, divulgadas através do *link* Espaço Cultural.

A maioria dos professores (79%) leciona há mais de dez anos e 64% trabalha na escola há mais de dez anos. Em relação à sua formação acadêmica, 41% dos professores têm especialização, 22%, mestrado, e 4%, doutorado. O Colégio Epidendrum, portanto, tem um corpo docente qualificado e, pelo tempo de trabalho, comprometido com os valores institucionais.

O Colégio Epidendrum apresenta características de um empreendimento institucional (Paes de Carvalho, 2004), mas pelos princípios filosóficos que fundamentam seu projeto educacional, também apresenta características de um empreendimento pedagógico (*ibid.*), pois foi construído em torno de um ideário pedagógico sem deixar de enfatizar a qualidade do ensino.

¹⁴ Trecho retirado do *website, link* Nossa História, em nov. 2009.

- O projeto gráfico

O uso do azul claro aplicado como padrão no fundo de tela, no topo do *site*, no banner, na área central e do azul escuro no rodapé foi o recurso utilizado para estabelecer a identidade visual da *homepage* (Imagem 2). Para facilitar a busca de informações e manter o equilíbrio entre os elementos na tela, os desenvolvedores utilizaram o recurso de atalhos na área central e abas logo abaixo do *banner*.

Ao desenvolver o *website*, a interatividade com os usuários foi bastante privilegiada. Dessa maneira, alunos, professores ou outros indivíduos, dependendo de onde estiverem no *site*, podem acessar informações adicionais relacionadas às atividades ou projetos oferecidos pela instituição, bem como são convidados a contribuir com a construção das páginas, como no caso de "Projeto Rio de (nome do colégio)". Tal preocupação institucional parece bastante atual e pode-se afirmar que constitui um avanço na produção de *websites* escolares¹⁵. Mais uma vez, em nenhum espaço da *homepage* há referência aos indivíduos que acessam a página do colégio.

Em relação às imagens, a que sobressai é a que foi inserida no topo do *site*, em tamanho maior, com a logomarca da instituição, seguida por aquelas que servem de ícones para o acesso às informações no interior do *site* na área central. A logomarca é formada pelo escudo da escola em azul posicionado no canto superior esquerdo, com as iniciais da instituição no interior.

¹⁵ Em pesquisa anterior realizada por Waldhelm (2009) sobre a imagem escolar a partir de *websites* escolares, os portais das três unidades de ensino investigadas ainda mantinham pouquíssimos espaços interativos, constituindo-se de grandes cartazes (*outdoors*) digitais.

No centro, vê-se a imagem estilizada do prédio do colégio e as iniciais logo abaixo, numa moldura circular que recebe na borda a mensagem "50 anos". Abaixo aparece escrito novamente o nome da escola na cor azul escuro. Duas estrelas em tom dourado, nas laterais, uma acima na lateral direita e outra abaixo, destacam a imagem estilizada do colégio. Abaixo a legenda "Educando para a transformação social", síntese da missão institucional.

A identidade institucional pode ser observada na escolha da cor azul como cor padrão do *website*. A cor azul aparece na tonalidade mais forte nos menus laterais e em vários matizes no interior da área central.

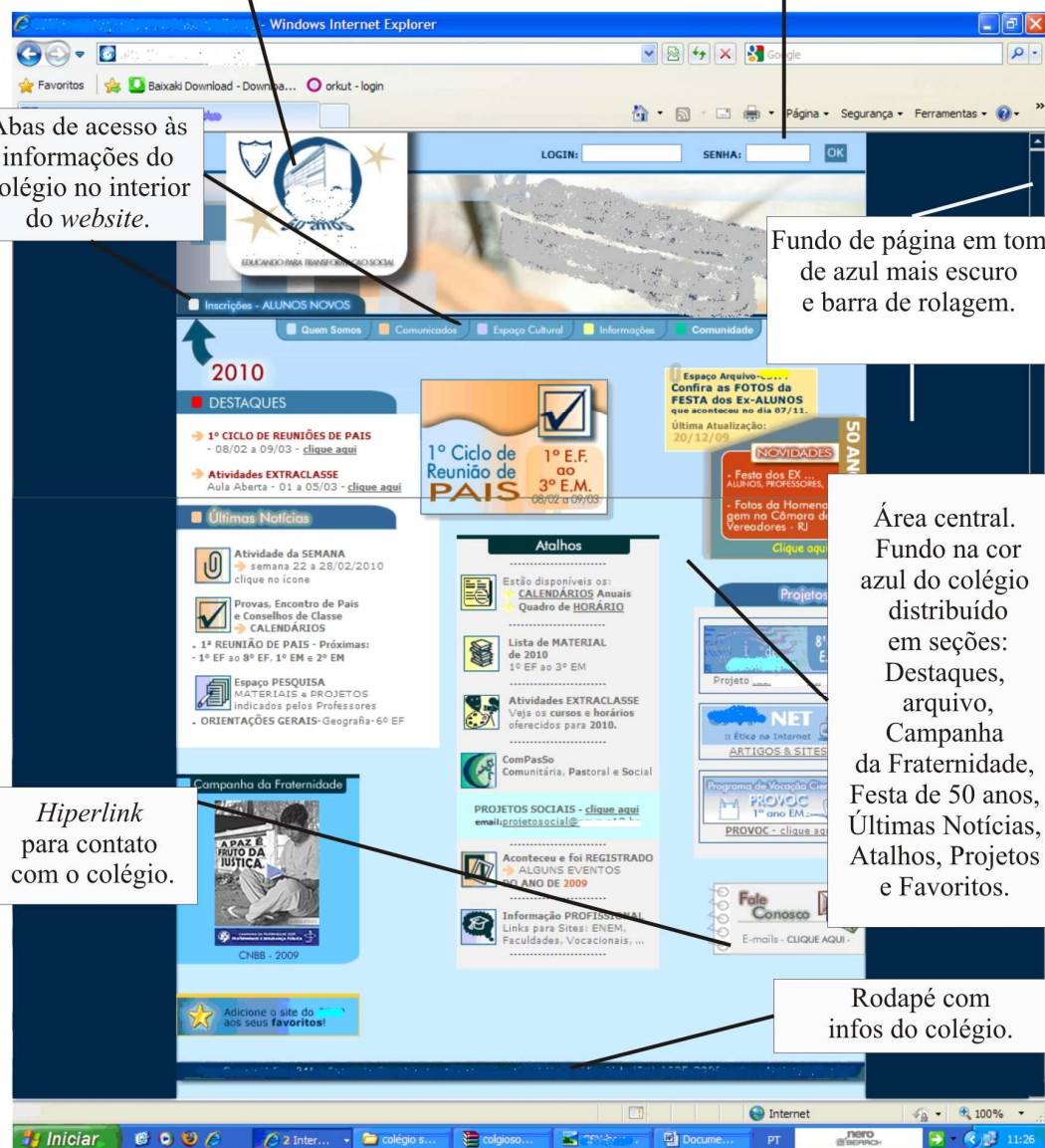
Imagem 2: Homepage do Colégio Epidendrum

Banner com a logo do colégio.
Em 2010 aparece com a indicação dos 50 anos de fundação da instituição.

Topo do site
na cor azul, símbolo do colégio.
Espaço dedicado ao acesso à intranet.

Abas de acesso às informações do colégio no interior do website.

Fundo de página em tom de azul mais escuro e barra de rolagem.



Hiperlink
para contato
com o colégio.

Área central.
Fundo na cor
azul do colégio
distribuído
em seções:
Destaques,
arquivo,
Campanha
da Fraternidade,
Festa de 50 anos,
Últimas Notícias,
Atalhos, Projetos
e Favoritos.

Rodapé com
infos do colégio.

Fonte: Homepage do colégio. Acesso: 14 de fev. de 2010.

4. A projeção da imagem de qualidade da escola

Para Cousin (1998), a reputação ou imagem de um estabelecimento de ensino é percebida de forma diferenciada pelas diferentes agentes escolares, pois depende do contexto sociocultural em que se insere e de sua história nesse contexto. Recentemente, os *websites* construídos pelas escolas podem oferecer informações para melhor compreender como as instituições escolares projetam essa reputação.

Os colégios privados têm uma imagem de excelência, reconhecida socialmente e construída ao longo de sua história, que ultrapassa os bons resultados que seus alunos conseguem no ENEM ou no ingresso nas melhores universidades do Rio de Janeiro. Cada uma apresenta uma marca distintiva que percebemos nos respectivos *websites*, seja no seu projeto educacional ou no *design* gráfico. Segundo Paes de Carvalho & Canedo (2008), cada escola assume um conjunto de princípios e práticas que definem a maneira como constrói a própria imagem e gerencia a forma como deseja ser percebido, diferenciando-se dos demais.

A diferença entre eles estaria na forma como o colégio funciona como organização social, ou seja, no *ethos* escolar, "um conjunto de valores, atitudes e comportamentos que dão identidade particular à escola" (Mafra, 2003, p.113). Essa identidade pode ser observada no projeto gráfico dos *websites*, principalmente em sua estrutura, cores, imagens e logomarca. Da mesma forma, está presente na sua história e no projeto educacional ao apresentar sua filosofia, proposta curricular e espaços de comunicação entre os diferentes agentes. Assim, a identidade é compartilhada por todos (equipe de direção, professores, funcionários, alunos e pais), contribuindo

para desenvolver um sentimento de pertencimento e para reproduzir sua marca distintiva.

Um dos princípios que fundamenta a imagem de excelência é a promoção de um ensino de qualidade, mas cada escola interpreta a qualidade de maneira singular, como podemos observar nas frases que sintetizam o projeto educacional de cada uma delas. Da mesma forma, são diferentes as visões sobre educação que norteiam "a construção de cada projeto educativo, onde se define a relevância social e cultural do saber acadêmico, das regras de convivência e das relações de poder" (Paes de Carvalho & Canedo, 2008, p.27-28). Essas singularidades se entrelaçam com as representações de qualidade de ensino, de escola e de educação das famílias e suas expectativas em relação à escolarização dos filhos, contribuindo para compreender a lógica diferenciada de escolha.

Poderíamos também considerar que, como afirmam Martinez, Villa & Seoane (2009), os *websites* são estratégias de *marketing* institucional que contribuem para construir a imagem de que essas escolas são formadoras de alguns grupos de elites. Os *websites* são cuidadosamente elaborados para converter as propostas educacionais institucionais em estratégias de mercado, no sentido de construir socialmente a imagem de elites escolares ou de instituições de excelência, e atender às expectativas de potenciais consumidores.

Possivelmente essa é uma das principais razões que explica um investimento cada vez maior dos estabelecimentos de ensino na elaboração de *websites*. Entretanto, nas escolas pesquisadas, eles não são apenas um *outdoor* virtual, mas sua interatividade possibilita um contato direto entre a instituição e os alunos, pais, professores e funcionários, ou entre eles. Essa característica dos *websites* contribui para potencializar a competência

técnica institucional e para facilitar um maior acompanhamento da escolarização dos alunos pela escola e pelos pais.

Na imagem de qualidade projetada nos *websites*, a escola constitui um capital institucional, com volume e estrutura diferenciados segundo as características institucionais e a proposta pedagógica, que utiliza para estabelecer um compromisso de todos os agentes escolares com seu projeto educacional. Esse compromisso parece constituir uma estratégia para estabelecer uma relação de confiança entre as famílias e a escola, como um "contrato pedagógico", que se concretiza na confiança na instituição e em seu corpo docente, bem como na compreensão das exigências implícitas e explícitas da escola (Brandão, Lacerda, Paes de Carvalho, 2007; Lacerda & Paes de Carvalho, 2007). Além disso, essa relação de confiança pode contribuir para consolidar a imagem de qualidade institucional. Por sua vez, essa imagem institucional pode atrair uma clientela em potencial que pode contribuir para reproduzir sua marca de excelência, constituindo o que Brandão, Mandelert & Paula (2005) chamaram de circularidade virtuosa.

A produção da qualidade de ensino, portanto, depende de um conjunto de fatores combinados; sendo, por isso mesmo, possível perceber que, se o *background* familiar tem um peso importante, a ação institucional eficiente e as relações sociais promovidas no ambiente escolar podem também favorecer a projeção da imagem de excelência da escola.

5. Referências Bibliográficas:

BRANDÃO, Z.; LACERDA, P. M.; PAES DE CARVALHO, C. **Contracts of School success**: A discussion of Family-School Relationships from a Relational perspective. In: RC28 Summer Meeting: Cumulative Advantage: Education, Health, Wealth and Institutional Contexts, Montreal, 2007.

BRANDÃO, Z.; MANDELERT, D.; PAULA, L. A circularidade virtuosa: investigação sobre duas escolas no Rio de Janeiro. **Cad. Pesquisa**, São Paulo, vol.35, n.126, p.747-758, set./dez. 2005. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/es/v24n83/a11v2483.pdf>>. Acesso em 12 jun. 2006.

BRANDÃO, Z.; WALDHELM, A. P. S.; FELIPE, L. H. L. Sites escolares: uma nova estratégia na construção da imagem de excelência das instituições de ensino? **Boletim SOCED**, Rio de Janeiro, n. 5, 2008. Disponível em <<http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/soced.php?strSecao=input>>. Acesso em 27 out. 2008.

BRESSOUX, P. Les recherches sur les effets-écoles et les effets-maîtres. **Revue Française de Pédagogie**, 108, 91-137, 1994.

BROOKE, N. & SOARES, J. F. **Pesquisa em eficácia escolar**: origem e trajetórias. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

COUSIN, O. **L'efficacité des collèges**: Sociologia de l'effet établissement. Paris: PUF, 1998. (Éducation et formation).

DOURADO, L. F. (Coord.) **A qualidade da educação**: conceitos e definições. Brasília: MEC/INEP, 2007. Disponível em <<http://www.publicacoes.inep.gov.br/>>. Acesso em 15 jun. 2009.

EMERIQUE, R. B. **Imagens da qualidade de ensino**. Por uma sociologia dos estabelecidos e dos *outsiders* da educação. Rio de Janeiro, 2007. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

FELIPE, L. H. L. **As escolhas de escolas de excelência no Ensino Fundamental na cidade do Rio de Janeiro: As estratégias em jogo no campo educacional**. 2010. Tese (Doutorado em Educação) - Departamento de Educação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

FRANCO, M. L. P. B. **Qualidade de Ensino: Critérios e avaliação de seus indicadores**. 1994. Disponível em <http://www.crmariocovas.sp.gov.br/pdf/ideias_22_p081-087_c.pdf>. Acesso em 30 mar. 2008.

KOMESU, F. Blogs e as práticas de escrita sobre si na *internet*. In: MARCUSCHI, L.A.; XAVIER, A.C. (Org.) **Hipertexto e gêneros digitais: novas formas de construção do sentido**. Rio de Janeiro: Lucerna. 2004, p.110-119.

LACERDA, P. & PAES DE CARVALHO. **Contratos de sucesso escolar: problematizando interpretações sobre a relação família-escola**. In: 31ª Reunião Anual da ANPOCS, 2007, Caxambu.

LÉGER, A. **L'effet établissement**. Caen: CTEU de l'Université de Caen, 2003. Disponível em < <http://alain-leger.ifrance.com/textes/effet-etablissement.pdf>>. Acesso em 21 nov. 2008.

MAFRA, L. A. A sociologia dos estabelecimentos escolares: passado e presente de um campo de pesquisa em re-construção. In: ZAGO, N. *et al.* **Itinerários de pesquisa: perspectivas qualitativas em sociologia da educação**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003. p. 109-136.

MARTINEZ, M. E.; VILLA, A.; SEONE, V. Consideraciones metodológicas sobre una investigación socioeducativa. In: _____. **Jóvenes, elección escolar y distinción social: investigaciones em Argentina y Brasil**. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2009. p. 65-76.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO (MEC)/ INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Resultados do Censo Escolar 2009**: Rio de Janeiro. Disponível em <http://www.inep.gov.br/basica/censo/Escolar/Matricula/censoescolar_2009.asp?metodo=1&ano=2009&UF=RIO+DE+JANEIRO&MUNICIPIO=rio+de+janeiro&Submit=Consultar>. Acesso em 05 fev. 2010.

NAKANO, M. & ALMEIDA, E. Reflexões acerca da busca de uma qualidade da educação: relações entre juventude, educação e trabalho. **Revista Educação e Sociedade**. Vol. 28, n. 100 - Especial -, out. 2007, p. 1085-1104. Disponível em < <http://www.scielo.br/pdf/es/v28n100/a2128100.pdf> >. Acesso em 12 ago. 2009.

OLIVEIRA, R. P. & ARAUJO, G.C. Qualidade do ensino: uma nova dimensão da luta pelo direito à educação. **Revista Bras. de Educ.**, Rio de Janeiro, n. 28, abr., p. 5-23, jan./fev./mar./abr. 2005. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rbedu/n28/a02n28.pdf>>. Acesso em 30 mar. 2008.

PAES DE CARVALHO, C. **Entre as promessas da escola e os desafios da reprodução social: famílias de camadas médias do ensino fundamental à universidade**. 2004. Tese (Doutorado em Educação) - Departamento de Educação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

PAES DE CARVALHO, C. & CANEDO, M. L. Estilos de gestão em escolas de prestígio na cidade do Rio de Janeiro. **Boletim SOCED**, Rio de Janeiro, n. 6, P.1-30, 2008. Disponível em <<http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/soced.php?strSecao=input>>. Acesso em 30 jul. 2009.

SALES, L. C. & PASSOS, G. de O. As aparências enganam: as representações sociais de qualidade suscitadas pelos prédios escolares. **Revista Bras. de Educ.**, Rio de Janeiro, v. 13, n. 38, p. 5-23, mai./ago. 2008.

SEVERINO, A. J. O projeto político-pedagógico: a saída para a escola. In: Para onde vai a escola? **Revista de Educação da AEC**, Brasília, DF (107), abril/jun.1988.

TODESCHINI, R.T. **Um modelo para o desenvolvimento de ferramentas que disponibilizam informação ao planejamento e produção de *sites* com ênfase na percepção visual**. 2002. Tese. (Doutorado em Engenharia de Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, UFSC, Florianópolis, 2002.

VIANA, V. A. R. **A comunicação na interface gráfica de um supermercado *online***. 2005. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Artes e *Design*, Rio de Janeiro, 2005.

WALDHELM, A. P. S. **Escolas de prestígio e o jogo concorrencial - estudo exploratório a partir de *websites* escolares**. 2009. Dissertação (Mestrado em Educação) - Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Educação, Rio de Janeiro, 2009.