

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL  
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

VINICIUS DAMBRÓZ ESCOBAR

**COMUNICAÇÃO DA ESCOLA COM A FAMÍLIA:  
UMA ANÁLISE CRÍTICA DA JORNADA ESCOLAR**

Porto Alegre  
2024

PÓS-GRADUAÇÃO - *STRICTO SENSU*



Pontifícia Universidade Católica  
do Rio Grande do Sul

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL

**Comunicação da Escola com Família:  
uma análise crítica da jornada escolar**

VINICIUS DAMBRÓZ ESCOBAR

Dissertação apresentada como  
requisito parcial à obtenção do grau de  
Mestre em Comunicação na Pontifícia  
Universidade Católica do Rio Grande  
do Sul.

Orientador: Prof. Dr. Jacques Alkalai Wainberg

**Porto Alegre  
2024**



## AUTORIZAÇÃO

Eu, Janio Alves, abaixo assinado, responsável pelo Colégio Israelita Brasileiro, autorizo a realização do estudo acadêmico conduzido por Vinicius Dambroz Escobar, com o objetivo de analisar a comunicação da instituição ao longo do ano letivo de 2023, seus documentos e fluxos, bem como a publicação destes dados em sua dissertação de mestrado.

Porto Alegre, 5 de Dezembro de 2022.



---

Janio Alves  
Superintendente-geral

*"E estas palavras que eu te ordeno hoje estarão no teu coração. Tu as ensinarás diligentemente a teus filhos, e falarás delas quando te assentares em tua casa, quando andares pelo caminho, quando te deitares e quando te levantares."*

Deuteronômio 6:6-7

## **AGRADECIMENTOS**

Ao concluir este trabalho, meu coração se enche de gratidão a várias pessoas e instituições que foram fundamentais ao longo deste processo. Primeiramente, expresso minha profunda gratidão a D'us, fonte de toda sabedoria e bondade, por me conceder a oportunidade de adquirir conhecimento e valores tão significativos como "Ledor Vador" dentro da comunidade judaica. Agradeço especialmente por fazer parte de uma comunidade que valoriza a educação como pilar para o futuro, acreditando na construção de escolas em vez de muros, um princípio que orientou e inspirou cada etapa deste trabalho.

Minha família merece um agradecimento especial, principalmente minha filha Alice. A compreensão e apoio incondicional foram cruciais durante os momentos de ausência necessária ao longo de deste processo. Sem o amor, paciência e incentivo deles, as os desafios teriam sido ainda maiores.

É com imensa gratidão que reconheço o Colégio Israelita Brasileiro, representado pelos seus dedicados diretores, Janio Alves e Roseli Jacoby, no ano letivo de 2023. A confiança e o suporte que vocês me proporcionaram foram fundamentais para a realização deste trabalho. Sua liderança e comprometimento com a educação e os valores comunitários foram fontes de inspiração e encorajamento constantes.

Por fim, mas não menos importante, expresso minha sincera gratidão ao meu orientador, Professor Dr. Jacques Alkalai Wainberg. Sua generosidade em compartilhar conhecimento e experiência foi inestimável. Os conselhos valiosos, a orientação precisa e o apoio generoso durante todo o processo não apenas enriqueceram este trabalho, mas também contribuíram significativamente para meu crescimento acadêmico e pessoal. O mesmo aos professores Dra. Bettina Steren dos Santos e o Dr. Eduardo Campos Pellanda: suas contribuições durante a qualificação foram fundamentais.

A todos vocês, meu mais profundo agradecimento por tornarem esta jornada possível e por estarem ao meu lado em cada passo deste caminho. Assim como proponho neste trabalho, minha vida passará a ser organizada em antes e depois desta pesquisa.

# COMUNICAÇÃO DA ESCOLA COM A FAMÍLIA: UMA ANÁLISE CRÍTICA DA JORNADA ESCOLAR

## RESUMO

O envolvimento da família é crucial para o sucesso acadêmico do aluno e deve ser perseguido ao longo de sua trajetória educacional. Essa colaboração depende de uma comunicação eficaz, fundamentada nos princípios de responsabilidade, confiança e transparência, e é papel da escola garantir o meio para que isso ocorra. Para investigar essa dinâmica, foi realizado um estudo da jornada do usuário em três momentos-chave - antes, durante e depois da entrada do aluno na escola - no ano letivo de 2023 do Colégio Israelita Brasileiro, em Porto Alegre. O objetivo foi desenhar a arquitetura de como ocorreu a comunicação da escola nesses estágios e quais as possibilidades de conexão que a escola proporcionou, fornecendo *insights* críticos para aprimorar esse processo essencial, responsável por promover, conseqüentemente, a participação efetiva da família na vida escolar do aluno. Para além da análise da efetividade dos meios utilizados, a grande contribuição da presente pesquisa foi colocar em perspectiva que a jornada escolar deve ser analisada, no contexto da comunicação, de forma circular para ampliar os ganhos e diminuir as perdas nesta relação escola-família.

Partido da teoria da Ecologia dos Meios, proposta por McLuhan (1967), como base da avaliação sobre como os meios de comunicação moldam a percepção humana, a cultura e a sociedade, enfatizando que a maneira como nos comunicamos é tão importante quanto o que comunicamos, avançamos para as contribuições da teoria da convergência, proposta por Henry Jenkins (2006), que destaca a importância da cultura participativa e das mídias convergentes, sugerindo que as escolas podem aproveitar múltiplas plataformas de comunicação para fomentar um diálogo mais inclusivo e bidirecional com as famílias, concluindo com a importante contribuição da economia da atenção, explorada por autores como John Beck e Thomas H. Davenport, que aborda a competição por atenção em um mundo saturado de informações, indicando que as escolas devem desenvolver estratégias eficazes para capturar e manter a atenção das famílias.

**Palavras-chave:** Comunicação; Escola; Família; Jornada do usuário.

## **ABSTRACT**

Family involvement is pivotal for a student's academic success and should be pursued throughout their educational journey. This collaboration depends on effective communication, grounded in the principles of responsibility, trust, and transparency, with the school playing a crucial role in ensuring the means for this to occur. To explore this dynamic, a study of the user journey at three key stages - before, during, and after a student's entry into the school - will be conducted during the 2023 academic year at Colégio Israelita Brasileiro in Porto Alegre. The aim is to outline the architecture of school communication at these stages and the connection opportunities provided by the school, offering critical insights to enhance this essential process, which is responsible for promoting effective family participation in the student's school life. Beyond analyzing the effectiveness of the means used, this research's major contribution is to view the educational journey from a communication perspective as a circular process to increase benefits and reduce losses in the school-family relationship. Drawing from Marshall McLuhan's Media Ecology theory (1967) as a basis for evaluating how communication media shape human perception, culture, and society, and emphasizing that the way we communicate is as important as the message itself, we will proceed to the contributions of Henry Jenkins' convergence theory (2006), which underscores the importance of participatory culture and converging media, suggesting schools can leverage multiple communication platforms to foster a more inclusive and bidirectional dialogue with families. This is concluded with the vital insight of the attention economy, explored by authors like John Beck and Thomas H. Davenport, addressing the competition for attention in an information-saturated world, indicating that schools need to develop effective strategies to capture and maintain family attention.

**Keywords: Communication; School; Family; User Journey.**

# SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	.....	<b>08</b>
<b>2. ESCOLA E FAMÍLIA</b>	.....	<b>13</b>
2.1 Da agenda para o aplicativo	.....	<b>13</b>
2.2 Relação escola-família	.....	<b>15</b>
2.3 Convergência e economia da atenção	.....	<b>19</b>
<b>3. A JORNADA ESCOLAR</b>	.....	<b>21</b>
3.1 Três momentos	.....	<b>22</b>
3.2. A comunicação	.....	<b>24</b>
<b>4. ANTES DO INGRESSO</b>	.....	<b>28</b>
4.1 O processo de escolha	.....	<b>28</b>
4.2 O primeiro contato	.....	<b>29</b>
4.3 O primeiro dia de aula	.....	<b>32</b>
<b>5. DURANTE O INGRESSO</b>	.....	<b>34</b>
5.1 O aplicativo	.....	<b>34</b>
5.2 Site	.....	<b>37</b>
5.3 E-mail	.....	<b>38</b>
5.4 Mural	.....	<b>38</b>
5.5 Newsletter	.....	<b>39</b>
5.6 Rede Social	.....	<b>40</b>



5.7 Tv Indoor	42
<b>6. APÓS O INGRESSO</b>	<b>44</b>
6.2 Campanha comunitária	44
6.2 Rede Social	45
6.3 E-mail	45
<b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>46</b>
7.1 A comunicação nas escolas	46
7.2 Antes do ingresso	48
7.3 Durante o ingresso	49
7.4 Após o ingresso	50
7.5 Inovações e Tendências	52
7.6 Egressos	53
7.7 Egressos nos Estados Unidos	56
7.8. Novo Aplicativo	58
<b>8. REFERÊNCIAS</b>	

# 1. INTRODUÇÃO

A parceria entre escola e família é uma das pedras angulares da educação eficaz, desempenhando um papel fundamental no desenvolvimento integral dos estudantes.

A comunicação entre estas duas instituições é crucial para promover um ambiente educativo enriquecedor e para o sucesso acadêmico e social dos jovens e adolescentes. No entanto, compreender a complexidade deste processo comunicativo tornou-se uma necessidade premente, especialmente à luz da evolução tecnológica e das mudanças na forma como as informações são transmitidas e recebidas.

Nos últimos tempos, inúmeros pesquisadores, de diversas áreas do conhecimento, têm se dedicado a estudar e entender melhor a relação que se estabelece entre estes dois contextos (OLIVEIRA e MARINHO-ARAÚJO, 2010; FARIA FILHO, 2000), pois ainda que se mostre de suma importância, o campo de estudo que trata da parceria família-escola é relativamente novo se comparado a outras áreas da pesquisa em Educação (EPSTEIN, 2011).

A análise da comunicação entre a família e a escola, portanto, é fundamental para entender o processo educacional, sobretudo diante da transição marcante da agenda de papel para o uso de novas tecnologias. Esta mudança não apenas altera os métodos pelos quais informações são transmitidas, mas também transforma as práticas culturais, sociais e tecnológicas, influenciando profundamente a interação entre escolas e famílias. Lúcia Santaella, em "Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura" (SANTAELLA, 2003), discute como a digitalização remodela não só nossos meios de comunicação, mas também as estruturas das relações sociais e instituições, oferecendo uma visão relevante para compreender as alterações na comunicação escola-família.

O presente estudo propõe investigar a dinâmica da comunicação da escola com a família ao longo de todas as etapas que compõe a vida escolar, organizando-a em três momentos distintos em forma de jornada - antes, durante e depois do ingresso à escola - a partir de conceitos do *Design Thinking*<sup>1</sup>, que utiliza uma abordagem centrada no usuário, com o objetivo de resolver problemas e desenvolver soluções inovadoras.

---

<sup>1</sup> Bill Moggridge é o teórico do design thinking que é frequentemente associado à criação da jornada do usuário. Moggridge popularizou o conceito de design centrado no usuário e desenvolveu técnicas para entender as necessidades e experiências dos usuários ao longo de um processo ou interação, incluindo a jornada do usuário.

A questão central que orienta esta pesquisa é: como ocorre a comunicação da escola com a família nestes três grandes momentos? Para responder a esta indagação, a metodologia utilizada será a de estudo de caso, permitindo uma análise detalhada e contextualizada deste fenômeno complexo ao longo do ano letivo de 2023 no Colégio Israelita Brasileiro de Porto Alegre.

Segundo Yin (2005), o estudo de caso é particularmente útil quando se busca entender fenômenos complexos em seu contexto natural, proporcionando uma compreensão aprofundada dos processos sociais e comunicativos.

O estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo em um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos.

(Yin, 2005, p.32)

O autor enfatiza, ainda, ser a estratégia mais escolhida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por quê” e quando o pesquisador possui pouco controle sobre os eventos pesquisados.

Goode e Hatt (1979) definem o estudo de caso como um método de olhar para a realidade social, não sendo uma técnica específica, mas um meio de organizar dados sociais “preservando o caráter unitário do objeto social estudado”.

Bruney, Herman e Schoutheete (in DUARTE e BARROS, 2006, p. 216) definem estudo de caso também como “análise intensiva, empreendida numa única ou em algumas organizações reais.” Para eles, o estudo de caso reúne, tanto quanto possível, informações numerosas e detalhadas para apreender a totalidade de uma situação.

Wimmer (1996, p. 161) enumera quatro características do método:

1. Particularismo: o estudo se concentra em uma situação, acontecimento, programa ou fenômeno particular, proporcionando assim uma excelente via de análise prática de problemas da vida real;
2. Descrição: o resultado consiste na descrição detalhada de um assunto submetido a indagação;

3. Explicação: o estudo de caso ajuda a compreender aquilo que se submete à análise, formando parte de seus objetivos a obtenção de novas interpretações e perspectivas, assim como o descobrimento de novos significados e visões antes despercebidas;

4. Indução: a maioria dos estudos de caso utiliza o raciocínio indutivo segundo o qual os princípios e generalizações emergem da análise dos dados particulares. Em muitas ocasiões, mais que verificar hipóteses formuladas, o estudo de caso pretende descobrir novas relações entre elementos.

Portanto, os estudos de caso não buscam a generalização de seus resultados, mas sim a compreensão e interpretação mais profunda dos fatos e fenômenos específicos. Embora não possam ser generalizados, os resultados obtidos devem possibilitar a disseminação do conhecimento, por meio de possíveis generalizações ou proposições teóricas que podem surgir do estudo. (YIN, 2005).

Como estratégia exploratória para analisar os dados da pesquisa, buscar-se-á teóricos como Marshall McLuhan, Henry Jenkins, Thomas H. Davenport e John C. Beck e suas relevantes contribuições para compreender, para além da arquitetura de comunicação, mas seus possíveis impactos.

McLuhan, com sua teoria de que "o meio é a mensagem", sublinha a profunda influência que o veículo de comunicação exerce sobre nossa percepção da informação (McLuhan, 1969). Jenkins expande essa noção ao explorar a convergência de mídias, sugerindo maneiras inovadoras através das quais a interação e a participação podem ser redefinidas (Jenkins, 2006). Davenport e Beck destacam a necessidade de desenvolver estratégias que efetivamente capturem a atenção dos pais em meio à enxurrada de informações característica de nossa era, revisitando a crítica importância da economia da atenção (Davenport & Beck, 2002).

Tendo em vista a necessidade de avançar, principalmente na análise das evoluções tecnológicas, mantendo as valiosas contribuições de McLuhan, serão utilizadas as leituras mais recentes de sua obra, como a proposta por Pereira (2004), que reafirma a relevância do autor no estudo da comunicação contemporânea, enfatizando a sua relevância contínua para entender fenômenos comunicacionais na era digital.

Ao propor uma análise organizada em três momentos da jornada escolar, a presente pesquisa pretende estruturar uma arquitetura de comunicação utilizada pela escola e toda sua complexidade, e posteriormente contribuir, oferecendo *insights* valiosos para gestores, educadores, pesquisadores e formuladores de políticas educacionais.

Para o desenvolvimento desta pesquisa serão analisados os dados coletados no Colégio Israelita Brasileiro ao longo do ano letivo de 2023, após mapeamento de todos os seus meios de comunicação e mensagens enviadas. Como o objetivo é compreender os meios disponíveis pela escola e suas intenções, será deixado de lado a análise do discurso das narrativas presentes em cada um dos conteúdos no seu detalhe, para priorizar a estrutura em si, tendo como resultado o que defende McLuhan, quando sinaliza que o principal o “conteúdo” ou mensagem de uma tecnologia midiática, de um “meio”, é, na verdade, a transformação na cultura, na sociedade e no indivíduo que a essência formal deste “meio” carrega, independente do seu conteúdo aparente.

Também é importante evidenciar a escolha de se voltar para especificamente as estratégias escolhidas pela escola, nesta relação, compreendendo, pois, o seu papel como agente central na promoção da comunicação efetiva, substancialmente fundamentada pelos trabalhos de Joyce L. Epstein. Epstein, através de suas extensas pesquisas e desenvolvimento teórico, estabeleceu um marco no entendimento de como as parcerias entre escolas, famílias e comunidades podem ser eficazmente estruturadas e mantidas. Em uma de suas obras mais influentes, "School, Family, and Community Partnerships: Your Handbook for Action" (EPSTEIN, 2022), ela articula a necessidade de as escolas tomarem a iniciativa em criar canais de comunicação abertos e inclusivos com as famílias. Epstein argumenta que "a liderança escolar e a iniciativa são fundamentais na formação de parcerias produtivas com as famílias, que por sua vez enriquecem a experiência educacional dos estudantes" (EPSTEIN, 2022). Esse ponto de vista destaca a responsabilidade proativa das escolas em engajar as famílias no processo educacional, sugerindo que a eficácia dessa comunicação depende significativamente das estratégias e esforços implementados pelas instituições educacionais.

Epstein e seus colaboradores também ressaltam a importância de desenvolver programas e práticas que não apenas informem as famílias sobre o progresso e as necessidades de seus filhos, mas também as envolvam ativamente na vida escolar. A abordagem proposta por Epstein para parcerias escola-família-comunidade envolve a criação de planos de ação que sejam inclusivos, adaptáveis e responsivos às

necessidades de todos os envolvidos. Esta perspectiva é essencial para compreender a escola não apenas como um transmissor de informações, mas como um facilitador de diálogo e colaboração.

## **2. ESCOLA E FAMÍLIA**

A comunicação como processo de troca de informação entre sujeitos ou objetos foi potencializada inicialmente com Gutemberg por meio da imprensa ao disseminar a aprendizagem em massa. A luz elétrica, comparada a criação da estrada de ferro por McLuhan (1964), “acelerou e ampliou a escala das funções humanas anteriores, criando tipos de cidades, de trabalho e de lazer totalmente novos”.

A eletricidade propiciou o desenvolvimento tecnológico dos meios de comunicação, amplificando a comunicação entre as pessoas, alterando suas relações sociais, modificando hábitos e criando necessidades e serviços para atender a demanda que os próprios meios desenvolveram nas pessoas.

O impacto resultante dos avanços tecnológicos sobre os processos de comunicação e transmissão da informação, estão presentes nos diversos setores da sociedade atual e interferem não somente nas relações pessoais e familiares, assim como nas diversas instituições sociais como trabalho, educação, comunicação, lazer e cultura.

Mediante esta realidade, surgem discussões relativas ao uso das tecnologias de informação e comunicação na escola, e nos processos que envolvem o fazer pedagógico. Para Moraes e Sá (2011, p.2), “a educação envolve um processo de interação, de troca, que tem por finalidade o aprimoramento, logo deve ocorrer/acontecer a partir dos processos comunicativos”.

### **2.1 Da agenda de papel para o aplicativo**

Lévy (2000), numa análise das mutações contemporâneas, traz para debate a velocidade do surgimento de informações e da renovação destas, dos dados e das redes que se criam/interconectam. Para o autor, os contatos transversais entre indivíduos proliferam de forma anárquica, produzindo “guerra” de imagens, propagandas e contra propagandas.

Analisar a função que as tecnologias (meios) e as informações (mensagens) têm desempenhado na vida social, e na própria escola, implica não somente explorar as características técnicas dos meios, mas buscar entender as condições sociais, culturais e educativas de seus contextos. Este enfoque é primordial para perceber as possibilidades

que se estabelecem com o uso das modernas – algumas já nem tão modernas assim – tecnologias.

A própria transição da agenda de papel para o aplicativo merece especial atenção. Ao buscarmos as referências de McLuhan para colocar em perspectiva essa análise, podemos constatar que a agenda de papel pode ser categorizada como um meio relativamente "quente". Essa classificação decorre de sua capacidade de estender de maneira intensa um sentido específico — neste caso, o tato, através da ação de escrever, e a visão, na leitura das anotações. A natureza do meio é tal que promove uma experiência direta e focada, limitando-se a uma interação primordialmente unidimensional. A informação é apresentada de forma concreta, exigindo um mínimo de interpretação ou envolvimento interpretativo por parte do usuário. Dessa forma, a agenda de papel encapsula a essência dos meios quentes, conforme definido por McLuhan, através da entrega de conteúdo em um formato que demanda pouca participação ativa do receptor, além da recepção direta da informação.

Contrastando com a simplicidade direcionada da agenda, os aplicativos de comunicação digital emergem como exemplares de meios "frios". Sua classificação como tal advém da necessidade de engajamento ativo e participação interpretativa por parte dos usuários. Esses aplicativos não apenas transmitem textos, mas também possibilitam a troca de imagens, vídeos e mensagens de áudio, criando uma experiência rica e multissensorial. Essa multiplicidade de formas de comunicação exige do usuário uma interpretação mais complexa e um envolvimento mais profundo, características que são emblemáticas dos meios frios na teoria de McLuhan. A interatividade inerente a esses aplicativos, que permite uma ampla gama de respostas — desde a digitação de texto até o uso de emojis e gravações de voz —, reforça a ideia de um meio que estimula a participação ativa e a interpretação multifacetada.

Neste processo de digitalização, a agenda escolar acabou se transformando no que Negroponte (1995) chamaria de *bits*, quando mencionou que a maioria das informações chegaria até nós em forma de átomos, muitas delas digitalizadas, “*um bit não tem cor nem peso e é capaz de viajar à velocidade da luz*”.

Enquanto em um mundo off-line cabia ao professor mediar esta comunicação, buscando dar visibilidade às famílias dos temas que eram relevantes, hierarquizando as informações a partir das ferramentas disponíveis como agenda escolar, bilhete impresso,



mural escolar, uma conversa na frente da escola ou até uma reunião de famílias, compreendendo os desafios dessa espetacularização e do hiato entre a escola e sua comunidade, e os fios por onde esses dados deveriam trafegar até a mãe, o pai, ou o responsável receberem a informação, a produção de conteúdo era medida, comedida, e o contrato midiático nunca se perdia como principal objetivo: nunca era mais importante falar, mas ser ouvido.

Com a popularização da internet, e o seu uso nas escolas para além dos fins administrativos e pedagógicos, e com o próprio uso das mídias sociais como principal meio de relacionamento entre as pessoas, essa ferramenta migrou para as salas de aula.

Primeiro para entre os alunos, depois entre alunos e professores, e então entre a escola e sua comunidade - muito potencializada pela pandemia do COVID de 2019 que reconfigurou tratados, barreiras, regras e etiquetas.

Enquanto a educação infantil já utilizava essa comunicação via aplicativo com mais propriedade, tendo em vista a sua natureza das informações, focadas na descrição da rotina dos alunos, o ensino fundamental e médio tiveram maior dificuldade neste processo.

Embora não seja objetivo do presente trabalho avaliar os impactos da tecnologia, mas de situar possibilidades de uso nesta relação escola-família, cabe sublinhar que, “enquanto discutimos possíveis usos de uma dada tecnologia, algumas formas de usar já se impuseram”, tal a velocidade e renovação com que se apresentam (Lévy, 2000, p. 26).

## **2.2 Relação Escola-Família**

Esta relação, sobretudo, é considerada um fator determinante do desenvolvimento positivo da criança (EPSTEIN, 2011). Esta prática tem sido amplamente apontada em pesquisas, especialmente em Psicologia e Educação, com favorável ao desempenho acadêmico (CIA, PAMPLIN; WILLIAMS, 2008) e sua ausência é entendida com um fator de risco (GRANETTO, 2008; SALVADOR; WEBER, 2005). Famílias envolvidas se mostram presentes no dia a dia dos filhos, provendo suporte e sendo responsivos às suas opiniões (WEBER; SALVADOR; BRANDENBURG, 2009). No ambiente escolar, Soares, Souza e Marinho (2004) sinalizam que o envolvimento dos pais pressupõe visitas e participação em encontros e nos processos de decisão da escola.

Esse envolvimento na vida acadêmica dos filhos favorece o processo escolar e também as interações familiares, ao proporcionar uma melhor compreensão de como a criança cresce e aprende (BHERING; SIRAJ-BLATCHROD, 1999). Sobre a perspectiva docente acerca do envolvimento das famílias na escola, Dore Rucker-Naidu (2012) e Gubbins, Tirado e Marchant (2017) pontuam que os professores e demais profissionais da equipe escolar entendem essa prática como favorável. Há estudos que apontam, porém, posicionamentos ambivalentes por parte das escolas (BEHRING, 2003; SILVEIRA. WAGNER, 2009), que contribuem para estabelecer polaridades de perspectivas entre famílias e equipe escolar.

As expectativas que famílias e professores mantêm sobre o envolvimento parental são cruciais na determinação de que tipo de relação será estabelecida entre os contextos família e escola. Assim, posturas favoráveis surgirão de expectativas positivas nutridas, enquanto tensões e conflitos são esperados quando há expectativas negativas sobre a prática (SOUZA, 2017). Quando as expectativas da família e da escola não são atendidas, a relação entre estas instituições enfrenta desarmonia, ficando os atores envolvidos pouco satisfeitos com a interação. As crianças, por sua vez, podem experimentar frustração diante deste relacionamento (OLIVEIRA; MARINHO-ARAÚJO, 2010).

Esta articulação pode levar as famílias à compreensão do trabalho realizado pela escola, para se “envolverem na medida de suas possibilidades – no processo educacional dos filhos, trabalhando de forma consoante com as necessidades educativas da vida e da participação no mundo atual” Trancredi e Reali (1999, p.5).

Os autores são unânimes em afirmar que o estreitamento desta relação é um fator positivo para o desenvolvimento do processo educacional. Entretanto, há várias dificuldades a serem superadas, a fim de que se possa estabelecer uma relação qualitativamente mais positiva, de modo a favorecer o desenvolvimento por parte dos alunos Trancredi e Reali (1999). Assim, estreitar essa relação implica em mudanças de atitudes tanto por parte das famílias como da própria escola.

Quando a família se coloca à margem da educação de seus filhos, ficando alheia a um posicionamento mais adequado na formação, os efeitos negativos tornam-se evidentes e facilmente notados. O ambiente familiar é um dos primeiros ambientes de

socialização do indivíduo. É neste contexto que a criança irá receber os primeiros ensinamentos.

É o que também sustenta Dessen e Polonia (2007), ao afirmar ser a família como instituição social que, assim como outras (e em conjunto destas), busca garantir a continuidade no que se refere ao bem-estar dos seus membros e também da coletividade, incluindo assim, a proteção e o bem-estar da criança, nos mais indefesos neste caso. Vale ressaltar ainda que, independentemente do arranjo familiar, a família é fundamental para a sobrevivência e evolução de seus membros, atuando no desenvolvimento do indivíduo, formando personalidade e comportamentos, moldando a forma de viver e também no seu relacionamento com o mundo à sua volta.

Como primeira mediadora entre o homem e a cultura, a família constitui a unidade dinâmica das relações de cunho afetivo, social e cognitivo que estão imersas nas condições materiais, históricas e culturais de um dado grupo social. Ela é a matriz da aprendizagem humana, com significados e práticas culturais próprias que geram modelos de relação interpessoal e de construção individual e coletiva. (DESSEN e POLONIA, 2007, p. 23).

Segundo Carvalho (2004), em muitos casos, a escola entra em contato com a família dos alunos somente quando estes apresentam dificuldades de aprendizagem ou de comportamento. Estabelecer um contato contínuo com a família é fundamental, principalmente no momento após o ingresso, a fim de que ela possa contribuir tanto para o desenvolvimento escolar quanto para a detecção de possíveis dificuldades de aprendizagem, muitas vezes vistas pelas famílias como responsabilidade exclusiva da escola.

Segundo Santo (2007), exigir que a escola resolva os problemas relacionados às dificuldades de aprendizagem é tornar o assunto demasiadamente simples. No entanto, esta não é a realidade, pois o tema é bastante amplo, envolvendo diversas variáveis.

### O próprio envolvimento da família na educação escolar dos filhos

[...] pode significar, para a escola, que ela tenha que conhecer melhor os pais dos alunos e realizar um trabalho conjunto com eles para criar, entre outras coisas, uma atmosfera que fortaleça o desenvolvimento e a aprendizagem das crianças nesses dois ambientes socializadores. Entretanto, é possível que isso represente, para alguns professores, uma “ameaça” à sua profissionalidade, pois

poderiam sentir que estão sendo destituídos de sua competência e de seu papel de ensinar (TRANCREDI e REALI, 1999, p.4).

Corsino (2002) comenta que é função dos gestores promoverem a aproximação entre família e escola por meio de planejamento e uma educação construída no coletivo, buscando ampliar e qualificar as relações com os professores.

Utilizar de meios de comunicações de maior ou menor engajamento, em maior ou menor frequência, em determinadas situações, pode, então, ser uma estratégia, ainda que inconsciente da escola, para evitar este diálogo, e afastar esta interlocução, tendo em vista suas dores ao expor suas práticas e, conscientemente, suas fragilidades. Compartilhar este processo, indissociável, é, na verdade, uma estratégia no momento em que a escola escolhe quando e como buscar a relação com a família.

A relação que existe entre a família e a escola sempre foi um “assunto polêmico”, uma vez que a escola culpa os pais pela “ignorância passiva” e, por outro lado, a família culpa os professores por “hostilizar as percepções” dos mesmos. (Sousa & Sarmiento, 2010, p 150)

Para além destes desafios, vale sublinhar que o próprio conceito de família mudou muito nos últimos tempos, a família está, que se conecta diretamente às atitudes comportamentais da criança. Na maioria das vezes, a influência que exercem sobre os filhos é inconsciente e, acabam por influenciar em seus comportamentos que podem ser vistos na forma de falar, de tratar as pessoas, de enxergar o mundo.

Partindo da certeza de que a responsabilidade institucional de ensino é da escola e a responsabilidade de educar permanece com a família, a família deve ser a primeira educadora dos filhos, pois é nela que os filhos aprendem a cultivar os valores essenciais como o afeto, o respeito, autoestima, responsabilidade e solidariedade.

O sucesso de qualquer proposta educacional está certamente relacionado à participação dos pais, ao interesse da família pela vida escolar do aluno, ao estímulo de leitura, das atividades individuais e ao hábito de fazer e corrigir as atividades de casa juntamente com os alunos. O envolvimento de todos será de grande importância, pois quando todos se envolvem, a escola cumpre melhor o seu papel (BRAGHIROLI, 2002.).

Na pesquisa *Age of Learning* de 2018, apresentada pelo relatório da *Google for Education*, no mundo todo, 25% dos pais/responsáveis passam sete ou mais horas por semana ajudando seus filhos com o dever de casa. Ao mesmo tempo, 78% dos pais/responsáveis no mundo todo descrevem a sua confiança na qualidade do ensino nas escolas como sendo “boa” ou “muito boa”.

Ainda assim, uma vez que 49% das famílias de casais têm dois pais trabalhando em tempo integral, a tecnologia que facilita a conversa entre família e escola está se tornando cada vez mais valiosa. Na verdade, nos Estados Unidos, 76% dos professores e gestores dizem que a tecnologia é importante para envolver a família no desempenho escolar de seus filhos.

### **2.3 Convergência e economia da atenção**

Henry Jenkins (2006), em sua teoria da convergência, destaca a integração de diferentes mídias e plataformas digitais, enfatizando a importância dessa interação para uma comunicação efetiva. Aplicada à comunicação da escola com a família, essa abordagem sugere o potencial de utilizar múltiplas tecnologias para facilitar o envolvimento das famílias no processo educativo, criando um ambiente mais inclusivo e participativo para todos os envolvidos. a convergência

Na cultura convergente, as pessoas buscam, no consumo midiático, uma diferenciação, uma participação. Daí esta produção intensa de conteúdo e a emergência de pensar a cultura participativa, que tem mudado o papel do usuário, tornando-o também produtor. As narrativas são criadas para ocorrer a participação do público, e esta participação inclui sua autoidentificação além da criação.

A escola é considerada uma instituição que pode iniciar os processos comunicativos. Dessa forma, se não desenvolver maneiras eficazes e adequadas para realizar esta comunicação, haverá repercussão negativa nas relações entre as partes (BHERING, 2003).

Levando em consideração o contexto atual, onde todos estão conectados e recebem uma quantidade grande de informações, mais do que a convergência, é preciso

pensar uma estratégia que avance para efetivar essa comunicação que se pretende. Não é suficiente querer comunicar, mas se responsabilizar por esse sucesso (ou fracasso).

As contribuições de Davenport & Beck (2001) destacam a importância da atenção na comunicação, sugerindo estratégias para capturar e manter a atenção das famílias em ambientes ricos em informações. A aplicação desses conceitos na comunicação da escola com a família pode ser perseguida no próprio uso de aplicativo, buscando centralizar as diversas informações que a instituição busca compartilhar com as famílias.

O aplicativo é uma das hipóteses proporcionadas pelas invenções que se multiplicaram a partir da segunda metade do século XIX e que, a partir das proposições de McLuhan, assim como as tecnologias anteriores e tradicionais, tentam reconfigurar nossa atenção, servindo como próteses e extensões de nossos sentidos.

### 3. A JORNADA ESCOLAR

A organização da jornada escolar desempenha um papel crucial no sucesso da comunicação da escola com a família. Uma abordagem emergente neste contexto é a aplicação do conceito de "jornada do usuário", uma metodologia centrada no usuário que pode auxiliar na busca de compreender e otimizar a experiência do aluno e sua família em três momentos-chave: antes, durante e depois do ingresso na escola.

Autores como Moggridge (2006) e Brown (2009) têm discutido a importância de aplicar os princípios do *design thinking* para compreender e melhorar a jornada do usuário. Esses princípios incluem a ênfase na empatia com o usuário, prototipagem rápida e interação constante, visando criar soluções centradas nas necessidades e experiências (MOGGRIDGE, 2006; Brown, 2009).

A comunicação da escola com a família é o primeiro passo em busca do sucesso educacional dos alunos e na construção de uma comunidade escolar coesa e colaborativa. A partir dos princípios do *design thinking* e da abordagem holística da jornada do aluno, torna-se evidente que a colaboração entre escola e família é essencial para promover uma experiência educacional significativa.

A comunicação eficaz da escola com a família é essencial para garantir que as necessidades e expectativas dos alunos sejam compreendidas e atendidas de forma adequada. Ao adotar uma abordagem centrada no aluno, as escolas podem se beneficiar do feedback valioso fornecido pelas famílias, que estão em contato direto com as experiências e desafios enfrentados pelos alunos em casa e na escola. Isso permite que a escola adapte seus programas e práticas para melhor atender às necessidades individuais dos alunos e promover seu sucesso acadêmico e sócio emocional.

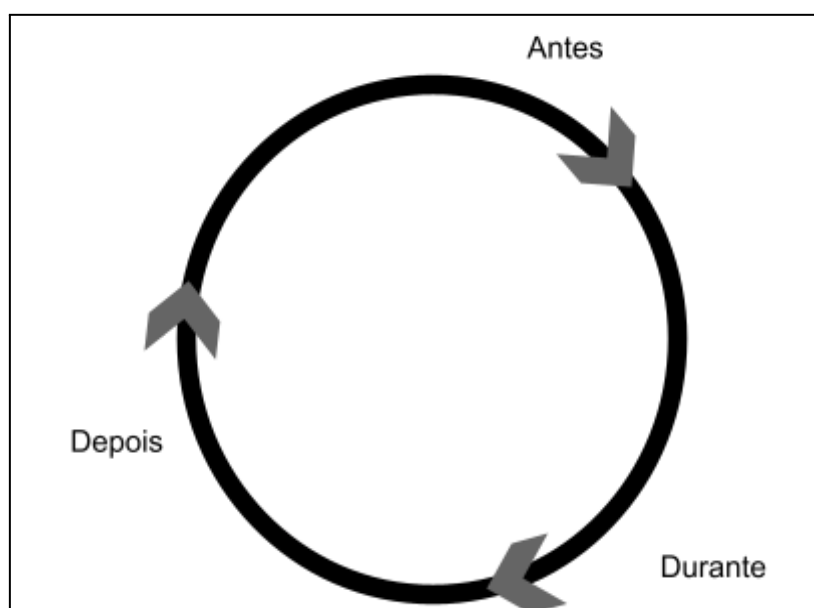
Como principal mecanismo de troca entre escola-família (SIGOLO, 2012), ela tem papel crítico no envolvimento parental (BHERING 2003; BHERING; SIRAJ-BLATCHROD, 1999; SARAIVA; WAGNER, 2013) e, quando efetiva, tem sido relacionada ao sucesso acadêmico (EPSTEIN, 2011) e percebida como fator de proteção para o desenvolvimento infantil (JOHNSONS; PUGACH; HAWKINS, 2004).

Cabe à escola a responsabilidade de promover meios de envolver as famílias (EPSTEIN, 2011). Por sua vez, a comunicação é um fenômeno que promove interações entre as pessoas. Nas escolas, ela é o elo principal na manutenção de relações produtivas e eficientes e pode ser compreendida como a mediadora de outras práticas (BHERING, 2003; BHERING; SIRAJ-BLATCHROD, 1999), podendo potencializar seus benefícios ou fragilizá-los.

### 3.1 Três momentos

A escolha dos três momentos - antes, durante e depois do ingresso do aluno na escola - durante a jornada escolar é justificada pela sua relevância em diferentes fases do processo educacional e pretende ser, ainda, a principal contribuição deste trabalho, pois analisar os meios de comunicação da escola sob esta perspectiva, auxiliar-nos a compreender que não há espaço mais para uma organização horizontal deste processo, e sim circular.

Figura 1 - Jornada Escolar



(Fonte: autor, 2023)

Cada um desses momentos representa uma etapa crucial na experiência do aluno e na interação entre a escola com a família, e sua análise permite uma compreensão abrangente da dinâmica da comunicação entre ambas durante um período que não se esgota com a conclusão da formação do aluno.



- a) Antes do Ingresso na Escola:** este momento abrange o período que antecede a matrícula do aluno na escola. É um momento de grande importância, pois é quando as famílias buscam informações sobre a escola, seus valores, programas educacionais e práticas pedagógicas. Durante este período, a escola tem a oportunidade de estabelecer uma comunicação inicial com as famílias, transmitindo informações claras e relevantes sobre o processo de admissão, bem como oferecendo suporte e orientação aos responsáveis na tomada de decisão sobre a escolha da instituição de ensino para seus filhos. Compreender as interações nesse momento é fundamental para garantir uma transição suave e bem-sucedida para a família e o aluno quando eles ingressarem na escola.
- b) Durante o Período Escolar:** este abrange a experiência do aluno enquanto frequenta a escola. É o período em que a comunicação entre a escola e a família continua e se intensifica, pois as famílias permanecem envolvidas no progresso acadêmico, desenvolvimento socioemocional e participação em atividades escolares de seus filhos. Durante esse período, é essencial manter uma comunicação aberta e frequente, compartilhando informações sobre o desempenho acadêmico dos alunos, eventos escolares, oportunidades de envolvimento dos pais e quaisquer questões ou preocupações que possam surgir. Analisar a comunicação nesse momento permite avaliar a qualidade do relacionamento entre a escola e a família e identificar áreas para melhorias na experiência educacional do aluno.
- c) Depois do Ingresso na Escola:** o terceiro e último momento abrange o período após a conclusão dos estudos na escola. Embora muitas vezes seja negligenciado, é o maior período desta jornada, portanto é importante manter o contato e o relacionamento entre a escola e as famílias, ainda que não haja mais a rotina escolar presente. Isso pode incluir o fornecimento de suporte contínuo para os alunos durante sua transição para a vida pós-escolar, oferecendo orientação sobre oportunidades educacionais e profissionais, bem como incentivando o envolvimento dos ex-alunos na comunidade escolar, mas, sobretudo, é uma oportunidade de captar e fidelizar alunos, tendo em vista o grau de engajamento do egresso, e sua possibilidade de compartilhar informações sobre a sua instituição de ensino com os seus contatos. Compreender a comunicação nesse momento permite ainda avaliar o impacto de longo prazo da experiência escolar na vida dos alunos e identificar maneiras de fortalecer os laços entre a escola e seus egressos.

### 3.2 A comunicação

A partir dos dados obtidos com o Colégio Israelita Brasileiro, a partir de relatórios e coleta de dados *in loco*, foi possível organizar os meios e as mensagens de acordo com seus públicos-alvos, constituindo, assim, uma arquitetura da comunicação do Colégio que foi utilizada no ano letivo de 2023. Levando em consideração o objetivo do trabalho, apenas a comunicação direcionada à família foi utilizada, e disposta a partir da dicotomia “meio” e “mensagem”, termos utilizados por McLuhan (1967) em sua teoria da Ecologia dos Meios.

Tabela 1 - Arquitetura de comunicação com a família

<b>Meio</b>	<b>Mensagem</b>
Aplicativo	Avisos pedagógicos e administrativos
Site	Informações e orientações pedagógicas e administrativas
E-mail	Avisos administrativos
Mural	Divulgação de ações internas e externas
Reunião	Informações e orientações pedagógicas e administrativas
Telefone	Informações e orientações pedagógicas e administrativas
Newsletter	Notícias internas sobre a rotina escolar
Rede Social	Divulgação de ações de internas e externas
TV Indoor	Divulgação de ações internas
WhatsApp <sup>2</sup>	Dúvidas e pedidos de informação

(Fonte: Colégio Israelita Brasileiro, 2023.)

Em 2021 o Colégio implementou um novo aplicativo de comunicação com as famílias, descontinuando o uso de e-mail e Whatsapp de forma prioritária. Ambos passaram a ser utilizados em caráter de exceção, tendo em vista que o aplicativo utilizado, Escola App, da empresa Escola em Movimento, possui módulos específicos de envio de informações e também atendimento. O e-mail permaneceu com foco em famílias

---

<sup>2</sup> O WhatsApp é um meio utilizado exclusivamente pela equipe de Relacionamento do Colégio. Ele foi citado pela sua participação na primeira etapa da jornada, antes do ingresso, pois as famílias, neste momento, não têm acesso ao aplicativo.

ainda em processo de ingresso - ainda sem o acesso ao aplicativo - e o whatsapp para atendimentos pontuais em casos de dúvidas e solicitações de informação - voltado prioritariamente para recebimento de mensagem e não envio.

Também foi mapeado as mensagens enviadas ao longo do ano letivo. Ainda, levando em consideração o objetivo do trabalho, o conteúdo da mensagem foi analisado apenas para tipificá-las, buscando uma organização, assim como os meios, em relação às mensagens, levando em conta a informação principal que se pretendia compartilhar com as famílias.

Cabe, neste momento, destacar que a conexão família-escola pode ocorrer em uma diversidade de situações, podendo a escola buscar diferentes meios para este engajamento. Sobre os meios de comunicação utilizados pela escola, Diaz (2016), em sua pesquisa com professores chilenos, elencou: reuniões, entradas de aulas, viagens e atividades extracurriculares, além de eventos comemorativos. Lima e Chapadeiro (2015), em estudo brasileiro, tipificaram a partir de bilhetes e encontros pessoais, quando as famílias visitavam a escola, e ligações telefônicas esporádicas também foram mencionadas. Na pesquisa de Polonia e Dessen (2007) foram relatados jornais, livretos, mensagens, convites, boletins e observações na agenda do aluno. Na pesquisa de Marcondes e Sigolo (2012), os tipos de comunicação relatados foram bilhetes em cadernos, conversas pontuais na entrada e saída da escola e reuniões de pais.

No contexto analisado, cabe ressaltar o papel das novas tecnologias, principalmente da substituição da agenda de papel, tradicional, para o aplicativo. Beasley (2015) destaca que uso destas novas tecnologias cumpre um importante papel na estratégia dos gestores de escola na construção de parcerias com as famílias. Silva e França (2015) verificaram as possibilidades do uso das Tecnologias de informação e Comunicação (TIC), especialmente o e-mail, na busca de melhores relações entre a comunidade escolar. A pesquisa analisou os dados obtidos a partir de uma experiência com as famílias de três turmas de alunos do Ensino Fundamental de uma escola pública do Paraná. Foi criada uma lista de e-mail por meio da qual os pais eram informados sobre questões escolares relativas aos seus filhos. Os resultados classificaram como positiva a estratégia de comunicação via TIC, que se mostrou uma ferramenta potencialmente favorável na melhoria da comunicação família-escola.

Em nosso contexto, foi possível observar que comunicação via aplicativo, segundo dados apurados durante a pesquisa, corresponderam, por trimestre, uma das principais demandas de comunicação do Colégio.

Tabela 2 - Quantidade de aviso por trimestre

<b>Trimestre</b>	<b>Avisos</b>	<b>%</b>	<b>Outras Demandas</b>	<b>%</b>
1º	101	30.0%	236	70.0%
2º	282	22.5%	970	77.5%
3º	309	29.1%	754	70.9%
4º	420	40.7%	611	59.3%

(Fonte: Colégio Israelita Brasileiro, 2023.)

Com base nos dados acima, é possível constatar a importante participação de avisos na produção anual da comunicação, que representa, em média, 30%, aproximadamente.

Ainda sobre o aplicativo, segundo dados do último trimestre de 2023, a base de usuários foi:

Tabela 4 - Usuários totais do aplicativo<sup>3</sup>

Usuários	1438
Usuários inativos	161
Usuários ativos	1277
Percentual de ativos	88,8%

(Fonte: Colégio Israelita Brasileiro, 2023.)

Em relação ao alunado:

<sup>3</sup> O aplicativo permite a segmentação entre responsáveis e alunos. Como o objeto de estudo é a família, optou-se por excluir os dados referentes aos alunos. Além disso, o número de alunos que utiliza o aplicativo corresponde a menos de 6%. A comunicação com os alunos é, prioritariamente, por outros meios.

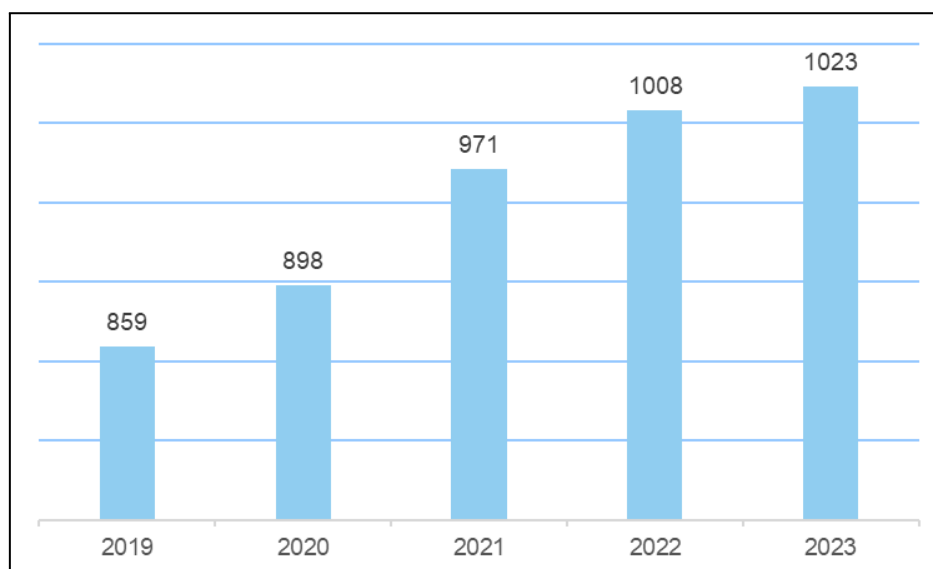


Figura 1: Alunado Colégio Israelita Brasileiro de 2019 a 2023

(Fonte: Colégio Israelita Brasileiro, 2023)

É possível inferir que, embora nem todos os usuários estejam ativos, é possível que todos os alunos estejam representados por esta base, tendo em vista que famílias têm mais de um filho, e, portanto, um mesmo usuário represente mais de uma criança, e que famílias têm mais de um usuário, em casos onde o responsável financeiro e o responsável educacional não são a mesma pessoa.

Assim, o número de mais de 80% de usuários ativos representa uma taxa de sucesso significativa na implementação do aplicativo. Infelizmente, por razões técnicas do próprio aplicativo, não é possível segmentar a ponto de qualificar ainda mais esses dados.

## 4. ANTES DO INGRESSO

### 4.1 O processo de escolha

As decisões das famílias brasileiras ao escolher escolas para seus filhos são profundamente influenciadas por uma série de fatores, dentre eles, a qualidade do ensino, a segurança, e, conforme revelado em pesquisas recentes, a comunicação entre a escola e a família desempenha um papel crucial. Duas pesquisas destacam-se ao investigar essas preferências e comportamentos.

A primeira, conduzida pelo Sistema Positivo de Ensino<sup>4</sup>, publicada em 2018, na revista InfoMoney, foi realizada em 11 cidades brasileiras e investigou as tendências de comportamento e consumo no contexto da escolha de ensino privado. Este estudo revelou que o contexto econômico do país influencia significativamente como os pais escolhem a escola de seus filhos, tornando-os mais cautelosos em relação aos preços e mais exigentes com a qualidade de ensino. Notavelmente, a pesquisa destacou o papel fundamental das redes sociais e da internet na pesquisa sobre escolas, com 59% dos pais utilizando o Facebook para buscar informações. Isso indica a importância da presença on-line das escolas e como a comunicação digital pode influenciar na decisão dos pais.

A segunda pesquisa, realizada pela ClassApp<sup>5</sup>, publicada em 2017, envolveu 27 mil pais de alunos do ensino médio, fundamental e básico de escolas particulares de todo o país. O estudo apontou que 82% dos pais consideram o cuidado e a atenção pessoal com os alunos como o diferencial mais importante na escolha da escola. Este dado ressalta o valor da comunicação e do relacionamento pessoal no processo de escolha, enfatizando que os pais esperam que as escolas sejam verdadeiras parceiras na educação de seus filhos. Além disso, a pesquisa sublinha a valorização de uma educação que incorpore valores morais e éticos, bem como um relacionamento próximo e participativo com pais e alunos.

---

<sup>4</sup> Fundado há mais de 40 anos, o Sistema Positivo de Ensino atende mais de 500 mil alunos em cerca de 3.500 escolas parceiras por todo o Brasil. Oferece soluções integradas que abrangem material didático, assessoria pedagógica, tecnologia educacional e formação continuada para professores.

<sup>5</sup> Fundada em 2014, a ClassApp é uma empresa brasileira que atende mais de 1.400 instituições de ensino em todo o Brasil com seu aplicativo de comunicação voltado para escola-família, com uma base de usuários de mais de 1 milhão.

Ambas as pesquisas evidenciam a complexidade da decisão das famílias ao escolherem uma escola para seus filhos, destacando não apenas fatores econômicos e de qualidade de ensino, mas também a importância da comunicação eficaz entre escola e família. A presença digital das escolas, a transparência, o relacionamento próximo e o cuidado pessoal são aspectos-chave que influenciam diretamente essa escolha, demonstrando como a comunicação é fundamental para atender às expectativas dos pais no cenário educacional atual.

Dessa forma, as primeiras oportunidades de contato com a instituição são parte relevante deste processo, tendo em vista que, ainda segundo as pesquisas mencionadas, as famílias buscam informações sobre escolas principalmente através da internet e redes sociais, com destaque para o Facebook. Esse comportamento ressalta a importância não apenas de uma presença on-line, como também de uma necessidade de pensar a estrutura de comunicação digital. Além disso, o cuidado e atenção pessoal com os alunos são valorizados, indicando que os pais buscam um relacionamento próximo e participativo com as escolas.

Avaliando o contexto do objeto desta pesquisa, a comunicação realizada pelo Colégio Israelita Brasileiro ao longo do ano letivo de 2023, passamos a constatar suas estratégias nesta que é a primeira etapa da jornada: antes do ingresso do aluno.

## **4.2 O primeiro contato**

Para atender esta demanda das famílias que buscam informações, o Colégio Israelita tem um site<sup>6</sup> com as principais informações sobre seu projeto pedagógico, e também sua estrutura física.

Esses são os dois principais objetivos do site, com especial destaque para a estrutura, tendo em vista que apresenta um link para tour virtual, onde as famílias podem passear pelas salas e espaços do Colégio.

Em relação ao viés pedagógico, a escola traz um texto longo, com poucas fotos, organizado em uma página única, onde reforça seus valores, modelo pedagógico, sua identidade “nossos princípios estão baseados num legado cultural milenar, transmitido de geração em geração e testado nas condições históricas mais adversas”.

---

<sup>6</sup> [www.colegiosraelitabrasileiro.com.br](http://www.colegiosraelitabrasileiro.com.br)

Como possibilidade de interação, as famílias podem enviar mensagem a partir de um formulário ou telefone, ambos dispostos nesta mesma página única.

Caso tenha interesse em uma vaga, de forma direta, sem fazer outro contato, a família pode preencher um outro formulário, disponível no link “matrícula”, intitulado de “Ficha cadastral para registro de interesse de vaga (inscrição)”.

O outro link disponível é para uma área de serviços, com informações voltadas para a segunda etapa da jornada, após o ingresso, pois além de trazer áreas de login, apresenta dados como calendário escolar, informações sobre cardápio, lista de materiais e estatuto da instituição.

As pesquisas não mencionam exatamente a relevância destes dados no processo de decisão, mas apontam para serem itens que, com outros, sejam importantes, principalmente por se tratarem de indícios de como a instituição “cuida” dos alunos.

Neste gráfico podemos conhecer os dez principais itens avaliados pela pesquisa Clipapp (2017):

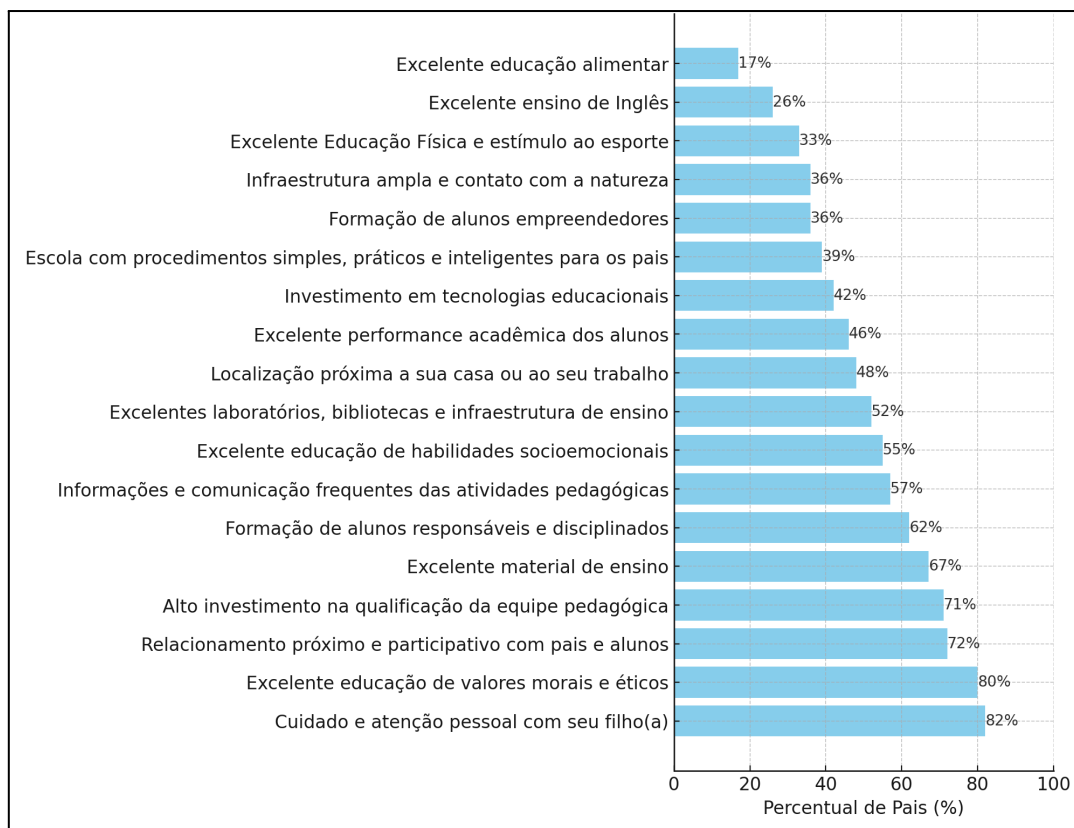


Figura 1 - aspectos valorizados pelas famílias no processo de decisão por uma escola (fonte: ClipApp, 2017)



Atualmente, após o contato pelo site, a família demonstrando interesse, seja pelo formulário ou pelo contato telefônico, é direcionada para o setor de relacionamento do Colégio, que faz o atendimento utilizando telefone e WhatsApp.

Dependendo do grau de interesse, a família recebe as informações preliminares neste momento, seja falada ou em forma de texto, e tem a opção de agendar uma visita guiada na escola.

Em 2023, o número de atendimentos por WhatsApp foi de 2.903, incluindo famílias e profissionais, e o número de visitas chegou a 199.

Segundo dados do Colégio, o processo de ingresso do aluno segue as seguintes etapas:

Tabela 5 - Etapas de ingresso no Colégio Israelita Brasileiro

Etapa 1	Registro de Interesse de Vaga	Realizada no site da escola e não garante a matrícula, que só é efetivada caso haja vaga e após a realização de todas as etapas do processo.
Etapa 2	Sondagem Diagnóstica	Presencialmente em data e horário previamente agendados. É necessário apresentar a cópia da última avaliação escolar do aluno e a ficha de entrevista preenchida e assinada.
Etapa 3	Entrevista com a Família	Exclusiva para o 1º Ano do Ensino Fundamental, podendo ocorrer em outros casos por solicitação da coordenação.
Etapa 4	Confirmação da Vaga	Contato realizado com a família para a confirmação da vaga.
Etapa 5	Reserva de Vaga	Confirmada a existência de vaga, a família é orientada a efetuar pagamento da taxa de reserva, descontada na primeira parcela.
Etapa 6	Matrícula	A família é orientada pela Secretaria sobre a efetivação do processo.

(Fonte: Colégio Israelita Brasileiro, 2023.)

Este processo é conduzido por contato, prioritariamente pelo WhatsApp, tendo em vista que o acesso ao aplicativo utilizado pelo Colégio só ocorre após a matrícula.

Durante o ano letivo de 2023 não foi registrado nenhum material específico para as famílias nesse ingresso. Segundo o setor de relacionamento, está em processo de

criação um site específico para as famílias antes do ingresso, com informações do Colégio organizadas por etapa de ensino.

Em relação às redes sociais, o Colégio utiliza Instagram, Facebook e LinkedIn. Nestes meios a comunicação é direcionada para as famílias no segundo e terceiro momentos da jornada, e também para o mercado.

Não foi registrado o uso para campanhas de matrículas, por exemplo, ou com foco em captação de alunos.

#### **4.3 Primeiro dia de aula**

Durante a matrícula a família é atendida presencialmente no Colégio, e recebe informações contratuais impressas, orientação para utilização do aplicativo e acesso a conteúdo on-line sobre o Colégio, como o Guia Escolar e o Guia Voltas às Aulas, com dados específicos sobre a etapa em que o aluno foi matriculado.

No Guia Escolar ela tem acesso aos dados do Colégio, como organograma, formas de contato, via aplicativo, com coordenações e professores, e regras específicas de conduta que vão desde o uso de uniforme, horários de entrada e saída até a alimentação realizada no restaurante do Colégio.

A partir deste momento, as famílias têm acesso a diversos canais de atendimentos no aplicativo, podendo entrar em contato com qualquer setor da escola. Também a partir deste momento passam a receber os avisos enviados pela instituição, além de ter acesso a um repositório com documentos internos como o próprio guia escolar, calendário e planos de estudo.

Também a partir deste momento a área de serviços do site passa a ser utilizada, pois com o login de acesso, a família pode utilizar o Portal dos Pais, o Portal dos Alunos e acessar a biblioteca.

No Portal dos Pais e Alunos as informações são basicamente acadêmicas, para acesso à matrícula em disciplinas extracurriculares, acesso ao desempenho acadêmico e avaliações. E na biblioteca o acesso é voltado para a consulta ao acervo e informações sobre livros emprestados e devoluções.

Ao longo do ano, as famílias têm eventos de recepção, tanto organizado pelo Conselho de Pais, realizado nos primeiros meses, como com a Direção, em duas reuniões exclusivas, denominadas como “Reunião com Novas Famílias”.

As famílias ingressantes são acompanhadas pelo setor de Relacionamento, que acaba sendo o principal ponto de contato. O Colégio mantém uma Central de Relacionamento para todas as famílias, tanto no WhatsApp, como até aqui estão acostumados, como via aplicativo.

A comunicação é centralizada no setor de Comunicação e Marketing, enquanto o atendimento no setor de Relacionamento. O primeiro é responsável pela administração dos meios de comunicação da escola, enquanto o segundo ocupa-se de responder às dúvidas e orientar.

Como o principal objetivo da pesquisa é analisar a comunicação da escola com a família, as ações do Relacionamento serão percebidas, mas não analisadas, tendo em vista que são mais reativas do que ativas.

## **5. DURANTE O INGRESSO**

Passado a primeira etapa da jornada, a família passa a fazer parte da comunidade escolar e além das reuniões ordinárias com coordenações e professores, e o acesso ao aplicativo, tem acesso a outros meios de comunicação, como a newsletter mensal, enviada via aplicativo, a TV indoor, localizada no saguão de entrada, os murais e às redes sociais.

### **5.1 Aplicativo**

O aplicativo utilizado pelo Colégio desde o segundo semestre de 2020 é o Escola App. Antes a comunicação era realizada por e-mail e WhatsApp, e muito menos centralizada no setor de Comunicação.

A implementação do aplicativo e o seu uso passaram a ser potencializados com a pandemia de COVID em 2020, onde o Colégio precisava manter contato muito próximo com as famílias, atualizando-os sobre os desdobramentos das decisões dos órgãos de saúde que tinham influência sobre a rotina escolar.

As decisões influenciaram com cancelamento de aulas presenciais, e como passariam a ocorrer de forma remota, e para além, modificando procedimentos relativos ao cuidado pessoal no retorno ao modelo presencial, pois os casos de alunos contaminados ou com suspeita de contaminação, também afetava drasticamente a rotina, com suspensões e até cancelamentos de aulas para uma ou mais turmas.

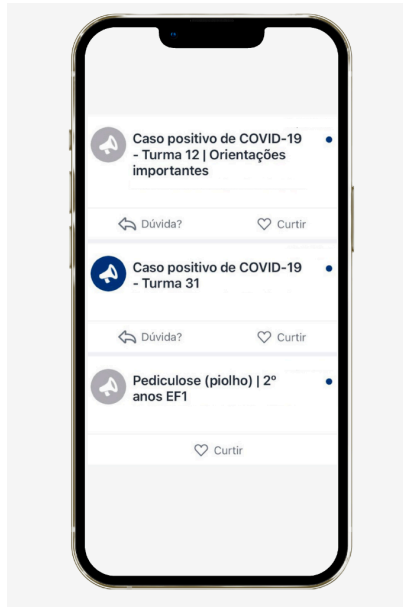
O Colégio reconhece que a intensidade necessária de comunicação neste período, acabou influenciando a quantidade de avisos, por exemplo, enviados no período após a pandemia.

A necessidade de transparência neste período, influenciou a quantidade de avisos diários enviados às famílias. A partir da pesquisa, foi possível concluir que uma família com um filho matriculado recebeu, em 2023, uma média diária de sete comunicados da escola, neste caso, apenas enviados por aplicativo. Se essa família tivesse dois ou três filhos matriculados, essa média subia para nove avisos.

Para essa análise se levou em consideração a comunicação realizada pelos outros setores, como as coordenações de etapa, que mantiveram contato por meio do canal de atendimento no aplicativo.

Embora não sejam objeto do estudo aqui, influenciam diretamente neste contexto, pois são concorrentes na atenção necessária que a família despende.

Figura 2 - Feed do aplicativo Escola App



(Fonte: o autor, 2023)

Durante o ano letivos de 2023, os avisos foram analisados e, posteriormente, organizados por tema e periodicidade de envio, utilizando uma escala de 1 a 3, quando 3 representa que o tema foi registrado mais de uma vez durante uma semana, o 2 mais de uma vez durante o mês, e 1 quando em um mês foi registrado, e no seguinte não, resultando na seguinte classificação de pesos:

Tabela 6 - Escala de classificação de avisos

<b>Peso</b>	<b>Classificação</b>
1	Esporadicamente
2	Eventualmente
3	Frequentemente

(Fonte: Colégio Israelita Brasileiro, 2023)

Abaixo a consolidação com a tabela de temas e seus respectivos pesos:

Tabela 7 - Organização de avisos por tema e peso

	<b>Tema</b>	<b>Peso</b>
1	Reuniões	3.0
2	Atividades Pedagógicas	3.0
3	Feriados/Saídas Antecipadas	2.0
4	Ausências/Desligamentos/Admissões	2.0
5	Convites Eventos Externos	2.0
6	Festas Judaicas	2.0
7	Convites Eventos Internos	2.0
8	Aulas Canceladas/Mudanças	2.0
9	Pagamentos	2.0
10	Provas/Simulados	2.0
11	Saídas De Estudos	2.0
12	Newsletter	2.0
13	Documentos Pedagógicos	2.0
14	Orientação Drive-Thru	2.0
15	Segurança	1.0
16	Emergências De Segurança <sup>7</sup>	1.0
17	Campanhas	1.0
18	Kasher Experience	1.0
19	Extracurriculares	1.0
20	Participação Social	1.0

(Fonte: Colégio Israelita Brasileiro, 2023)

Esses avisos são aqueles enviados pela comunicação, tratados como comunicação oficial do Colégio. Há ainda aqueles comunicados específicos, sobre apenas um aluno, que são considerados “ocorrências pedagógicas”, e enviado pelas coordenações de etapa, e que na sua maioria tratam de temas ligados à rotina do aluno, como uso de uniforme, necessidade médica, comportamento. Esses não foram

<sup>7</sup> Tema não registrado ao longo de 2023, mas por constar sua previsão e seu modelo, foi incluído, para assim não haver nenhum tema não contemplado na organização.

analisados profundamente, mas seu registro consta. Nesta mesma esteira está a atualização de rotina realizada pela educação infantil, onde a família tem acesso a detalhes da rotina como alimentação, sono, banheiro, troca de roupas e saúde.

Este módulo do aplicativo em especial apenas a educação infantil tem acesso, entretanto essas famílias também recebem a comunicação oficial apresentada na tabela 7.

## 5.2 Site

Durante o ingresso, a família, então, passa a utilizar o site e sua área de serviços, como referido anteriormente. Para além dos serviços já citados, há também o Portal das Disciplinas, onde as famílias encontram as ofertas do turno complementar, das atividades extracurriculares e também de disciplinas obrigatórias que precisam escolher para compor o horário regular do aluno. Neste portal é possível encontrar também a orientação sobre a ementa, matrícula e valores de cada uma das ofertas.

Figura 3 - Site do Colégio Israelita



(Fonte: o autor, 2023)

## 5.3 E-mail

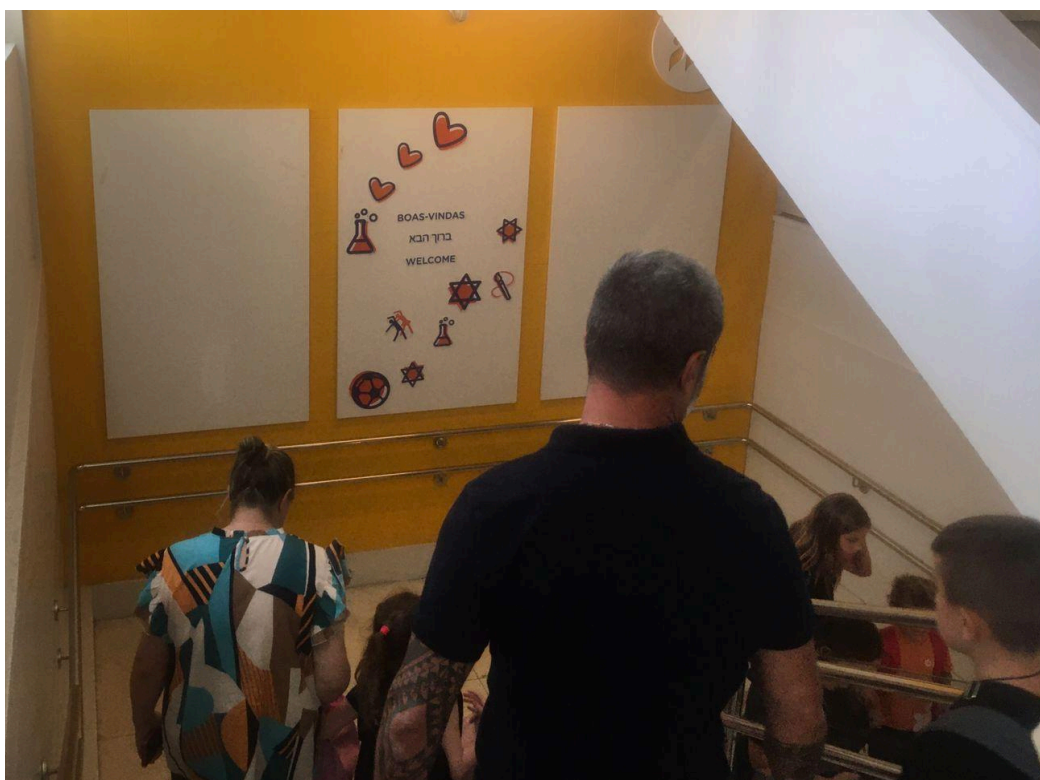
Embora seu uso tenha sido descontinuado durante a implementação do aplicativo, foi registrado seu uso como estratégia de ampliar a audiência, após constatado que o aviso enviado pelo aplicativo não teve o número de leitura esperado.

Mesmo não frequente, foi registrado, ao longo de 2023, pelo menos quatro situações onde isso ocorreu. Neste caso, inclusive o WhatsApp foi utilizado, de forma ativa, para o envio em massa de mensagens, além do seu uso para compartilhamento via grupos, esses gerenciados pelo Conselho de Pais.

#### 5.4 Mural

O Colégio mantém o uso de quatro espaços como murais, nas escadas, que dão acesso às salas de aula, e no espaço destinado, atualmente, à educação infantil. Cabe aqui uma ressalva sobre os espaços, pois, durante o ano letivo de 2023, a educação infantil foi realocada no prédio com as demais etapas, pois sua área, antes localizada em outro pavilhão, está interdita para a construção de um novo prédio.

Figura 4 - Murais



(Fonte: o autor, 2023)

Embora o uso dos murais se dedique, prioritariamente, às atividades internas, a circulação das famílias não é limitada ao pátio, sendo registrado seu trânsito nos corredores e, com grande frequência, na própria biblioteca.



Entretanto, o tempo de permanência maior foi registrado na biblioteca e na área de convivência no pátio, onde há mesas e cadeiras, próximo a um quiosque onde é vendido alimentos e bebidas para toda a comunidade escolar.

Nesses dois espaços, todavia, não foram encontrados murais ou o uso de algum meio alternativo de comunicação.

Os murais também foram um dos poucos meios utilizados pelos alunos para a comunicação de atividades como Grêmios Estudantis e grupos de jovens.

A comunicação oficial neste meio acontece por cartazes de papel com grande apelo visual, e baixo conteúdo textual. Neste meio, entretanto, não foi registrado um número grande de conteúdo, assim como não foi registrado uma organização específica sobre seu uso, em relação ao conteúdo. Não há, por exemplo, uma identificação clara sobre o conteúdo ali compartilhado ser específico para alunos, famílias ou profissionais. Não há divisão nos espaços que informe a família sua necessidade de atenção.

## 5.5 Newsletter

Em 2022 a periodicidade foi mensal, mas nos primeiros seis meses de 2023 a estratégia foi bimestral.

A newsletter é um meio muito utilizado pelo Colégio para registrar suas atividades pedagógicas. Enviada apenas para famílias e profissionais, é um dos principais meios utilizados.

Tabela 8 - Acesso e audiência da newsletter 2023

<b>Edição</b>	<b>Acessos</b>	<b>Audiência<sup>8</sup></b>
Março-Abril	408	28.37%
Maió-Junho	449	31.22%
Julho-Agosto	367	25.52%
Setembro	467	32.48%
Outubro	322	22.39%
Novembro	256	17.80%

<sup>8</sup> Este indicador levou em conta o número de pessoas que têm acesso ao meio, ou seja, os usuários ativos que, como já informado, são 1438.

Dezembro	209	14.53%
----------	-----	--------

(Fonte: Colégio Israelita Brasileiro 2023)

Figura 4 - Modelos de Newsletter 2023



(Fonte: o autor, 2023)

A estrutura da newsletter apresenta editoriais fixas e outras volantes, mas em todas suas edições analisadas, em 2023, manteve o mesmo padrão, trazendo conteúdos sobre as atividades desenvolvidas pelas etapas, informações sobre o desempenho de alunos em atividades extracurriculares e competições nacionais/internacionais, e informações sobre egressos, prioritariamente voltadas para seu desempenho na academia e mercado.

## 5.6 Rede Social

As redes sociais utilizadas pelo Colégio são Instagram e Facebook, tendo implementado, pela primeira vez, durante 2023, o uso do LinkedIn.

Este é um meio utilizado para comunicação com famílias, egressos e também o mercado, muito mais dimensionando os valores e os pilares do Colégio, do que apresentando atividades da rotina escolar, e a principal rede social utilizada é o

Instagram, que se justifica a partir dos dados informados pelo Colégio sobre o número de visitas em cada uma das três.

Tabela 9 - Número de visitas por rede social

Rede Social	Visitas
Instagram	13.815
Facebook	5.722
LinkedIn	2.256

(Fonte: Colégio Israelita Brasileiro, 2023)

Contextualizando esses dados a partir do perfil brasileiro de consumo das redes sociais, de acordo com artigo publicado na Forbes Brasil em maio de 2023, com dados da Comscore, o país é o terceiro que mais consome redes sociais no mundo, atrás apenas da Índia e Indonésia. O estudo revela que YouTube, Facebook e Instagram são as plataformas mais acessadas pelos usuários brasileiros, com alcances de 96,4%, 85,1% e 81,4%, respectivamente. TikTok, Kwai e X, antigo Twitter, também são populares entre os brasileiros.

Figura 6 - Conteúdo do Instagram de 2023



(Fonte: o autor, 2023)

O YouTube, segundo dados do Colégio, não é utilizado de forma ativa, deixado para vídeos não listados e compartilhados apenas com os usuários ativos, a partir de links.

## **5.7 TV Indoor**

O Colégio possui seis televisões dentro da sua estrutura. Duas no restaurante, duas no saguão de entrada e duas na biblioteca.

As TVs do restaurante são utilizadas apenas para informações relativas ao cardápio e orientação alimentar, e outras duas da biblioteca permanecem mais tempos desligadas, sendo utilizadas em ações da biblioteca exclusivamente.

Medir a audiência neste meio especificamente é um desafio, tendo em vista sua característica, conforme dados da Nielsen de 2023, que discutem as metodologias aplicadas às TVs tradicionais em ambientes domésticos, e ressalta que a lógica e a tecnologia subjacentes podem ser adaptadas para medir a audiência em TVs indoor e outdoors. No entanto, o desafio reside em capturar e atribuir corretamente a audiência em ambientes onde a visualização é transitória e pode não envolver interação direta ou identificação individualizada do espectador. Em tais casos, tecnologias baseadas em localização e análise de tráfego podem oferecer soluções alternativas para estimar a audiência, embora detalhes específicos sobre essas aplicações possam variar e dependam das inovações e abordagens dos fornecedores de medição de audiência.

Figura 7 - TVs indoor no saguão do Colégio Israelita



(Fonte: o autor, 2023)

Como não há registro desses dados, durante a pesquisa foi possível observar o comportamento das famílias em relação especificamente às duas TVs localizadas no saguão, e permanecem ligadas todos os dias, durante o horário de expediente da escola, sempre com conteúdos atualizados.

Foi possível observar, praticamente todos os dias ao longo do ano letivo de 2023, que as famílias param para assistir às TVs, principalmente na companhia dos seus filhos. O tempo médio foi de aproximadamente 1 minuto e 20 segundos.

Os conteúdos frequentemente são desdobramentos da própria newsletter, com muitas fotos das atividades internas. Em alguns casos também se percebeu informações sobre atividades e eventos.

## 6. APÓS O INGRESSO

A análise dos meios desta etapa não pode ser realizada sem contextualizar o Colégio como uma das principais instituições da comunidade judaica de Porto Alegre.

Embora nos últimos dez anos, segundo dados do Colégio, o número de famílias declaradas judias tenha caído, chegando a 49% em 2023, o Colégio segue sendo uma das principais instituições para a comunidade, tendo em seus egressos figuras de grande expressão tanto na comunidade porto-alegrense como na comunidade judaica.

Esta característica influencia diretamente dados obtidos como a grande lista de espera para matrícula em praticamente todas as etapas, inúmeras famílias onde pelo menos um dos integrantes, mãe, pai ou irmão, é egresso. Em alguns casos, há registros de mais de uma geração, com avós e pais como egressos.

Além de uma característica muito presente, é um valor considerado muito caro à comunidade, que tem como um dos princípios o "L'dor Vador", que significa "de geração em geração" em hebraico. Ele simboliza a transmissão de tradições, ensinamentos e valores judaicos ao longo das gerações, garantindo a continuidade e a preservação da identidade e da fé judaica. Este conceito é central para a cultura judaica, destacando o compromisso com a educação e a prática religiosa como elementos essenciais para a sobrevivência da comunidade ao longo do tempo.

### 6.1 Campanha Comunitária

A Campanha Comunitária de 2023 promovida pelo Colégio Israelita, pela plataforma Charidy<sup>9</sup>, conseguiu, em sete dias, arrecadar mais de 8 milhões de reais.

O objetivo da campanha foi viabilizar recursos para a construção do prédio da educação infantil, e a expansão do campus em 2 mil metros quadrados.

Por não ter meios específicos de contato com os egressos, o Colégio organizou um grupo de influenciadores para se conectar a este público, chamado de "embaixadores" e que, por meio de seus WhatsApps buscaram divulgar a campanha ao longo dos sete dias.

O lançamento da campanha também buscou essa sensibilização, ao ser realizado em um evento aberto para as famílias e convidados.

---

<sup>9</sup> <https://www.charidy.com/cib21>

Embora tenha sido organizado pelo Colégio, o evento contou com a coordenação da Mantenedora, grupo formado por representantes de famílias, na maioria também egressos, e que são responsáveis pela gestão estratégica do Colégio que, juridicamente, é categorizada como uma associação, denominada Sociedade de Educação e Cultura Porto-Alegrense.

Por se tratar de uma associação, todas as famílias são, naturalmente, sócias da instituição, e, portanto, contribuem mensalmente com um valor, tendo, além disso, poder de voto em assembleias ordinárias e extraordinárias, que ocorrem para deliberar, entre outros temas, mudança de estatuto e eleição da nova Mantenedora.

## **6.2 Rede Social**

A principal rede social utilizada pelo Colégio, o Instagram, tem, atualmente, 7.674 usuários, frente aos 1438 usuários do aplicativo, citados anteriormente.

A partir desse dado é possível inferir que grande dos 7 mil usuários é formada por pessoas que já tiveram alguma relação com a escola, ou ainda buscam ter. Mesmo assim, não foi registrado ao longo de 2023 conteúdo direcionado para este público, exceto quando da campanha comunitária, citada acima.

## **6.3 E-mail**

O e-mail não foi registrado como um meio de comunicação com os egressos ao longo de 2023, entretanto por ser utilizado em 2022, durante a celebração do centenário do Colégio, cabe o registro.

## **7. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Entre os desafios e tensões que surgem da comunicação da escola com a família, seja de um lado a escola percebendo que utiliza todos seus esforços para alcançar esse objetivo, e de outro, a família reconhecendo que é necessária mais estratégias para alcançar este objetivo, é possível sublinhar que, independente de dúvidas, resta a certeza de que o sucesso do aluno passa por uma comunicação eficiente entre ambas partes.

Não importa aqui avaliar um papel mais ou menos ativo e todos seus desdobramentos na vida acadêmica, mas sim, jogar luz que enquanto houver dúvida, a escola não pode se abster de buscar novos meios de comunicar. Seja com o auxílio das novas tecnologias, ou buscando as estratégias básicas de contato direto, em reuniões ou no próprio pátio da escola, cabe a escola o primeiro passo.

É sua responsabilidade romper com os muros e chegar em sua comunidade, afastando-se da prolixidade pedagógica e traduzindo o seu fazer em diferentes meios, aqueles possíveis de alcançar as famílias, independente da etapa que estão da jornada escolar

Afastar, pelo menos nesta comunicação direta, o tecnicismo árido, é convidar a família a participar. Compreender que as práticas e as intencionalidades devem estar respaldadas a partir da convivência da família, e não em um único comunicado, é abrir as portas para uma relação transparente e promissora. E mais: compreender que ao alimentar esta relação, entendendo que ela não inicia ou termina, mas se alimenta de forma circular, é pensar na quantidade de informações necessárias em cada um dos momentos em que a família está.

### **7.1 A comunicação nas escolas**

Antes de analisar os dados referentes ao Colégio Israelita Brasileiro, cabe contextualizar como que a comunicação é organizada das escolas, principalmente em Porto Alegre.

Em um estudo realizado com 77 escolas privadas do Rio Grande do Sul, (FERNANDES, 2020), ficou evidenciado que a estruturação dos setores de comunicação nas instituições de ensino ainda é recente, e sua qualificação tanto quanto à



profissionalização dos gestores quanto da estrutura de trabalho, é um processo não consolidado.

Segundo dados da pesquisa, 69% das escolas entrevistadas afirmam ter um setor específico de comunicação, sendo que 57% apontam que este setor foi criado nos últimos cinco anos. Setores criados entre cinco e dez anos somam 33%, e apenas 8% afirmam ter mais de 16 anos.

Ainda sobre a pesquisa, das escolas que afirmaram ter um setor específico, em 42% dos setores atuavam jornalistas, 23% profissionais da área do marketing, 4% relações públicas e comunicação social, e 2% administradores ou publicitários.

Fica evidente a necessidade de um avanço na qualificação deste espaço, e de sua compreensão como mais do que uma oportunidade de informar às famílias, prospectar ou fidelizar matrículas, mas pensar de forma estratégica essa relação, compreendendo o seu sucesso na esteira de objetivos que precisam ser perseguidos pela escola como aliado ao fazer pedagógico.

Esse avanço, a partir ainda dos dados da pesquisa, parece ser um forte sintoma do processo de digitalização que ocorreu entre 2009 e 2010 com o uso das redes sociais e o início da popularização dos smartphones o que, passados dez anos, encontra eco com outra importante transformação social em razão da pandemia de 2020 causada pelo COVID, onde o ensino remoto precisou ser implementado e, fundamentalmente, foi preciso encontrar outras formas de se comunicar com as famílias, também de forma remota.

Para colocar em perspectiva esta análise, cabe ressaltar que, segundo dados divulgados pelo IBGE em 2022, do Módulo de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC), que é investigado durante as visitas pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), em 2009, 41% da população brasileira estava conectada, e em 2019, 79% dos brasileiros acessavam a internet pelo menos uma vez. A pesquisa também apontou que em 2021, os brasileiros com acesso à internet chegava a 90%.

Voltando à análise em questão, vale ressaltar que há registro do setor de comunicação no Colégio Israelita Brasileiro há pelo menos 20 anos, ainda que tenha, ao longo deste período, sofrido suas transformações tanto como estrutura, função, organização e perfil dos gestores.

## 7.2 Antes do ingresso

Ao abordar as lacunas na comunicação e no fornecimento de informações essenciais aos potenciais ingressantes e suas famílias, é imperativo incorporar uma abordagem holística que utilize *insights* de teorias comunicacionais e educacionais significativas. A integração dos conceitos da ecologia dos meios de McLuhan, da teoria da convergência de Jenkins, da economia da atenção de Beck, John e Davenport, Thomas, e das percepções de Epstein sobre a relação escola-família, oferece uma estrutura robusta para compreender e melhorar a experiência de ingresso nas instituições educacionais.

A ausência de meios de contato direto e intuitivos, como a integração do WhatsApp ao site da escola, exemplifica uma falha inicial na comunicação, refletindo a teoria da ecologia dos meios de McLuhan, que argumenta que o meio de comunicação escolhido afeta profundamente a percepção e a organização social. Esta escolha inadequada do meio pode criar barreiras desnecessárias, comprometendo a percepção de acessibilidade e receptividade da escola. Portanto, adaptar a comunicação da escola para incluir plataformas mais interativas pode facilitar um engajamento mais efetivo com as famílias.

Além disso, o processo de matrícula e a estrutura do site da escola destacam uma falta de clareza e hierarquização das informações, aspectos que podem ser melhorados através da aplicação da teoria da economia da atenção de Beck, John e Davenport, Thomas (2011). Esta teoria sublinha a importância de gerir eficazmente a atenção em um ambiente saturado de informações, sugerindo que a escola deve priorizar a comunicação de informações críticas de forma concisa e atraente para capturar e manter a atenção dos potenciais ingressantes e suas famílias.

A crítica ao conteúdo sobrecarregado e à falta de contextualização dos vídeos no site da escola também pode ser abordada pela teoria da convergência de Jenkins (2006), que enfatiza a interação entre diferentes meios de comunicação para criar uma experiência mais rica e envolvente. Integrar textos, vídeos e interações diretas em uma narrativa coesa pode não apenas melhorar a clareza da comunicação, mas também enriquecer a experiência dos usuários, promovendo uma compreensão mais profunda e envolvente da instituição educacional.

A visão de Epstein (2001) sobre a relação escola-família reforça a importância de estabelecer uma parceria forte e colaborativa desde o início. Desenvolver materiais e estratégias de comunicação que não apenas informem, mas também envolvam as famílias no processo educacional, pode fortalecer essa parceria, enfatizando a colaboração e o apoio mútuo. A falta de material específico para novas famílias aponta para uma oportunidade de aprofundar essa conexão, oferecendo recursos que atendam às suas necessidades e perguntas únicas, promovendo uma transição mais suave e inclusiva para a comunidade escolar.

Ao combinar esses *insights* teóricos de maneira integrada, fica claro que a melhoria da comunicação e do fornecimento de informações nas fases que antecedem o ingresso de novos membros na comunidade escolar requer uma estratégia cuidadosamente planejada. Esta estratégia deve reconhecer a importância dos meios de comunicação escolhidos, a necessidade de gerir eficazmente a atenção, a utilidade de criar experiências de convergência de mídia e a importância de fortalecer a relação escola-família. Esta abordagem holística pode não apenas melhorar a experiência de ingresso para as famílias, mas também fortalecer a percepção e o valor da instituição educacional em si.

### **7.3 Durante o ingresso**

Durante o processo de ingresso escolar, a formulação de uma política eficaz que organize e hierarquize as comunicações revela-se essencial, abordando profundamente conceitos fundamentais sobre a comunicação e a interação entre as instituições educacionais e as famílias. Nesse sentido, a substituição do e-mail por aplicativos, com sua natureza mais interativa e imediata, tem o potencial de modificar substancialmente a comunicação entre a escola e as famílias, tornando-a mais dinâmica e envolvente.

Henry Jenkins (2006) expande essa discussão ao sugerir que os meios de comunicação operam em um ecossistema de "complexas relações de interdependência", onde a sinergia entre diferentes plataformas pode enriquecer a experiência comunicativa. Esta visão corrobora a ideia de que a escola deve adotar uma abordagem multimodal na comunicação, aproveitando a diversidade de canais disponíveis para fortalecer os laços com as famílias, promovendo um diálogo mais abrangente e diversificado que se adapte às preferências e necessidades variadas das famílias.

Por sua vez, Beck, John e Davenport, Thomas (2011) destacam a valiosa moeda da atenção na contemporaneidade, alertando para a saturação informacional que desafia a captura e manutenção da atenção das famílias. Esta observação aponta para a importância crítica de estratégias comunicativas que sejam concisas e direcionadas, visando cortar o ruído da sobrecarga de informações e garantir que as mensagens essenciais não apenas alcancem, mas também engajem o público alvo. A implementação de uma comunicação estratégica que valorize a qualidade e relevância da informação sobre a quantidade pode facilitar uma interação mais significativa com as famílias.

Joyce Epstein (2001), por fim, enfatiza a relevância da comunicação efetiva na formação de uma parceria sólida entre escolas e famílias, impactando positivamente a jornada educacional dos alunos. A perspectiva de Epstein reforça a necessidade de estratégias de comunicação que transcendam a mera transmissão de informações, buscando envolver ativamente as famílias no processo educativo, fomentando um ambiente colaborativo que valorize as contribuições e participações familiares.

A integração dessas teorias demonstra a complexidade e a importância de uma comunicação bem planejada e executada durante o ingresso escolar. Ao alinhar a escolha dos meios de comunicação com as expectativas e comportamentos das famílias modernas, adotando uma abordagem multimodal, priorizando a economia da atenção e promovendo uma parceria escola-família genuína, as instituições educacionais podem aprimorar significativamente a experiência de ingresso para os alunos e suas famílias, estabelecendo as bases para um relacionamento frutífero e duradouro.

#### **7.4 Depois do ingresso**

Depois do ingresso, a manutenção de um vínculo robusto com os egressos revela-se um aspecto fundamental, porém frequentemente negligenciado, na estratégia de comunicação das instituições educacionais. A interação contínua com este grupo não só reforça a sensação de pertencimento e comunidade, mas também abre caminhos para benefícios mútuos tanto para a escola quanto para os ex-alunos. A implementação de uma newsletter dedicada, apesar de ser um passo na direção certa, encontra obstáculos na sua distribuição eficaz, evidenciando a lacuna na manutenção de um sistema de comunicação ativo e atualizado com os egressos.

Neste contexto, a teoria da ecologia dos meios de McLuhan nos oferece um prisma através do qual podemos reavaliar a abordagem da escola para com seus egressos, buscando a transição para plataformas digitais interativas, por exemplo, para facilitar uma troca bidirecional de informações e experiências, enriquecendo a comunidade escolar como um todo.

A teoria da convergência ilumina a importância de integrar diversos meios de comunicação para criar uma experiência mais rica e envolvente. No caso dos egressos, a convergência poderia ser manifesta através da combinação de newsletters, redes sociais, encontros virtuais e físicos, e plataformas de engajamento on-line, criando múltiplas vias de conexão que refletem a diversidade de preferências e estilos de vida dos ex-alunos. Essa abordagem multimodal não apenas mantém os egressos informados sobre os desenvolvimentos e sucessos da escola, mas também os incentiva a participar ativamente na vida escolar, seja através do compartilhamento de experiências, do envolvimento em eventos ou da contribuição para iniciativas comunitárias.

A economia da atenção, contribui para destacarmos a importância de capturar e reter a atenção em um ambiente saturado de informações. Ao aplicar estes princípios na comunicação com os egressos, as escolas devem esforçar-se para criar conteúdo relevante, envolvente e valioso, que ressoe com as experiências e interesses dos ex-alunos. A curadoria cuidadosa do conteúdo, juntamente com uma frequência de comunicação ajustada, pode assegurar que as mensagens não apenas cheguem aos seus destinatários, mas também motivem a interação e o envolvimento contínuos.

Epstein (2001), com suas contribuições sobre as parcerias escola-família, nos lembra da importância de construir relações sustentáveis que ultrapassem as fronteiras temporais do período escolar. A extensão desses princípios para incluir os egressos como membros valiosos da comunidade escolar pode enriquecer o tecido social e educacional da instituição. Ao promover uma cultura de inclusão e reconhecimento, onde os ex-alunos são vistos como parceiros contínuos no desenvolvimento e sucesso da escola, cria-se um ambiente propício para o engajamento mútuo e a colaboração.

Em suma, ao abordar a comunicação com os egressos através das lentes das teorias da ecologia dos meios, da convergência, da economia da atenção e das parcerias escola-família, as instituições educacionais podem desenvolver estratégias mais eficazes

e significativas de engajamento. Essas estratégias não apenas reforçam os laços com os ex-alunos, mas também potencializam o impacto positivo dessa relação para a comunidade escolar, fomentando uma rede de apoio vibrante e interconectada que beneficia todas as partes envolvidas.

## **7.5 Inovações e Tendências**

A constante evolução das tecnologias de comunicação e a emergência de novas plataformas digitais têm o potencial de transformar radicalmente as estratégias de comunicação nas instituições educacionais, desde o período que antecede o ingresso de novos alunos até o engajamento contínuo com os egressos. Esta transformação, embasada nas reflexões de teóricos como McLuhan, Jenkins, Beck, John e Davenport, Thomas, bem como nas observações de Epstein sobre a relação escola-família, sugere uma reavaliação profunda de como a comunicação pode ser otimizada para atender às expectativas contemporâneas de alunos, famílias e ex-alunos.

A famosa frase de McLuhan de que "o meio é a mensagem" (1964) ressalta a importância de escolher adequadamente os canais de comunicação, pois estes influenciam diretamente a percepção e a dinâmica social. A integração de tecnologias como a inteligência artificial e realidades aumentada e virtual no processo de admissão pode proporcionar experiências imersivas e personalizadas, superando barreiras geográficas e criando uma primeira impressão marcante e informativa para os potenciais ingressantes.

Com a progressão para o período de ingresso, a teoria da convergência de Jenkins (2006), que destaca a interação entre diferentes meios de comunicação, sugere a importância de criar uma experiência comunicativa integrada. A adoção de sistemas de gestão de aprendizado que utilizam inteligência artificial para adaptar o conteúdo educacional, por exemplo, reflete a necessidade de personalizar a comunicação, garantindo que as informações relevantes sejam entregues de forma eficaz a diferentes públicos.

A atenção à economia da atenção, conforme discutida por Beck, John e Davenport, Thomas (2001), é crucial na era da informação saturada. As instituições educacionais devem, portanto, esforçar-se para criar conteúdo relevante e envolvente, que não apenas

alcance seus destinatários, mas também promova a interação e o engajamento contínuos, especialmente considerando a diversidade de preferências e estilos de vida das famílias modernas.

A manutenção de um diálogo ativo com os egressos, conforme enfatizado por Epstein (2001), não apenas fortalece a rede da comunidade escolar, mas também abre caminhos para benefícios mútuos. A implementação de plataformas de *alumni* que facilitam a rede de contatos profissionais e acadêmicos, juntamente com o uso de análises de dados para personalizar as comunicações, pode revitalizar a conexão com os ex-alunos, incentivando sua participação ativa na vida escolar e contribuição para iniciativas comunitárias.

Olhando para o futuro, a integração de tecnologias emergentes como a Internet das Coisas, computação afetiva e tecnologias imersivas promete revolucionar a comunicação nas instituições educacionais, criando experiências altamente personalizadas e adaptativas. Essas inovações, alinhadas com as tendências de comunicação dos últimos anos em outras áreas, apontam para um cenário onde a comunicação educacional não apenas melhora a eficácia da interação em todas as fases do ciclo educacional, mas também fortalece o tecido da comunidade escolar, preparando-a para os desafios e oportunidades futuras.

## **7.6 Egressos**

No contexto do Colégio Israelita de Porto Alegre, uma instituição intrinsecamente vinculada à comunidade judaica e marcada pela tradição do "*L'dor Vador*" — o princípio de transmitir valores e ensinamentos de geração em geração —, a comunicação eficaz com os egressos emerge como um componente essencial para sustentar e enriquecer esta herança. Inspirando-se em modelos bem-sucedidos de engajamento de *alumni* adotados por universidades renomadas, várias inovações podem ser propostas para aprimorar a relação contínua com os ex-alunos, alinhando-se às tendências contemporâneas de tecnologia e comunicação.

Para Machado (2001, p. 37)

Cabe [...] aos egressos, realimentarem a escola com as informações necessárias para análise dos currículos, tendências do mercado, desenvolvimento de tecnologia, métodos e processos de trabalho, novos equipamentos, etc., de modo a facultar à Instituição Escolar o pleno atendimento das necessidades desse importante segmento da sociedade.

A criação de uma plataforma on-line dedicada aos egressos constituiria um espaço vital para manter a conexão com a instituição, facilitando a troca de informações profissionais e acadêmicas, bem como o compartilhamento de conquistas pessoais. A personalização dessa plataforma através da inteligência artificial poderia oferecer aos usuários uma experiência única, destacando conteúdos, eventos e oportunidades de networking relevantes aos seus interesses e trajetórias.

Teixeira e Maccari (2014), com base em um estudo dos portais de egressos de 10 universidades (sete brasileiras e três norte-americanas), sugerem um protótipo de portal de egressos que aumente a adesão e a participação dos ex-alunos e demais visitantes. Para os autores, três são os menus principais da página, que não requerem cadastro prévio de usuário e senha. São eles:

- A Associação: este menu está relacionado com a Associação de Egressos, que seria a responsável pela administração do portal. Nele podem ser encontradas informações sobre os objetivos, público-alvo, benefícios e projetos especiais da Associação. No Brasil, o movimento de criação de associações de egressos é algo bastante recente e mais evidente em algumas escolas de negócios;
- Notícias: composto por histórias de egressos e artigos;
- Eventos: constituído de informações relativas a eventos científicos, corporativos e que ocorrerão na universidade.

Os autores também sugerem que o portal contenha uma área para visitantes pré-cadastrados, na qual é possível inserir oportunidades de trabalho e ter acesso às revistas da universidade.

Por fim, o portal deve conter a área restrita do aluno e egresso, na qual se tem acesso às seguintes funcionalidades (TEIXEIRA; MACCARI, 2014):



- Aplicativos Google: como acesso à conta de e-mail e demais benefícios e ferramentas disponibilizadas pela organização Google;
- Comunidade virtual: espécie de fórum para a discussão de temas relevantes e de interesse comum;
- Pesquisas em desenvolvimento: espaço para cadastro ou consulta de pesquisas na área de interesse do egresso;
- Acompanhamento do egresso: local para inserção de informações sobre o percurso profissional e acadêmico do ex-aluno;
- Biblioteca virtual: sítio para acesso à biblioteca e bases de dados que a universidade dispõe;
- Consulta de perfil/Perfil: tem como objetivo o cadastro e localização de turmas, cursos, áreas de interesse e usuários; e
- Oportunidades profissionais: para o cadastro e consulta de oportunidades de trabalho.

Um programa de mentoria que conecte egressos com alunos atuais e recém-graduados representaria a materialização do conceito "*L'dor Vador*", facilitando a transferência de conhecimento e experiência entre gerações também deve ser cogitado. Este programa poderia abarcar orientação acadêmica, aconselhamento profissional e apoio na transição para o ensino superior ou o mercado de trabalho, ampliando o impacto da comunidade educacional no desenvolvimento individual dos alunos.

Este "sentimentalismo" (BULLOCK, 1952 apud MAEL; ASHFORTH, 1992), compreendido como um sentimento vinculado à tendência de se reviver o passado, ou ainda de ter laços emocionais, como forma de preservar o prazer de discutir sobre o passado, amplia o próprio desenvolvimento da identificação. Assim, instituições que conseguem propiciar um ambiente adequado ao desenvolvimento desses pressupostos, provavelmente, terão alunos mais identificados e, por consequência, contarão no futuro com fiéis defensores e propagadores da marca.

Manter o contato com os egressos, além de gerar uma base de dados de especial relevância para a gestão da comunicação e do relacionamento entre este público pode ser uma oportunidade para captação de novos alunos. Conforme relata Adam (2007, p. 3):

Esse relacionamento é conhecido como networking ou rede de contatos, praticado, na maior parte das vezes, não só pelas instituições de ensino, mas principalmente pelas associações de ex-alunos.

Avançando para campanhas futuras de arrecadação de fundos, estratégias inovadoras como a gamificação e a realização de desafios entre turmas de egressos poderiam dinamizar a participação e o engajamento com a causa. A incorporação de tecnologias como a realidade aumentada em eventos específicos proporcionaria experiências imersivas que enriqueceriam o envolvimento dos participantes, tornando tangíveis os projetos e instalações planejadas.

A diversificação da presença em redes sociais, estendendo-se além do Instagram para incluir plataformas como LinkedIn e YouTube, aumentaria significativamente o alcance e a relevância da comunicação do Colégio com seus egressos. Isso permitiria uma abordagem mais ampla, abrangendo desde conteúdo profissional e acadêmico até a partilha de eventos e momentos marcantes da vida escolar.

Por fim, revitalizar o uso do e-mail como uma ferramenta estratégica de comunicação, aplicando técnicas de marketing digital para segmentar e personalizar as mensagens, asseguraria que o conteúdo enviado aos egressos seja tanto relevante quanto cativante.

Essas inovações propostas, inspiradas nas práticas de engajamento de *alumni* de universidades brasileiras e também do exterior, têm o potencial de fortalecer os laços do Colégio Israelita de Porto Alegre com seus egressos. Ao fazê-lo, a instituição não apenas honraria a tradição do "*L'dor Vador*", mas também cultivaria uma comunidade educacional vibrante e engajada que transcende gerações, reforçando sua posição como um pilar central da comunidade judaica em Porto Alegre.

## **7.7. Egressos nos Estados Unidos**

De acordo com dados divulgados pela College Consensus e AfterSchoolAfrica, em 2019, os programas de egressos (*alumni*) nas principais universidades americanas variam em termos de recursos, eventos e serviços oferecidos, mas todos têm o objetivo de

manter os ex-alunos conectados à universidade e entre si, além de apoiar o desenvolvimento profissional e pessoal dos seus membros.

Por exemplo, a Princeton University possui uma das redes de ex-alunos mais influentes, com mais de 93.000 graduados em todo o mundo. Eles oferecem reuniões anuais e eventos de networking que atraem mais de 26.000 ex-alunos. A universidade também incentiva seus ex-alunos a doarem tempo e esforço em programas voluntários patrocinados pela escola.

Stanford University, por outro lado, tem uma associação de ex-alunos com mais de 95.000 membros, oferecendo benefícios como serviços de carreira que facilitam o emprego entre os ex-alunos. Eles têm um centro de ex-alunos que fornece várias facilidades e publicam a revista Stanford Magazine para manter a conexão entre os ex-alunos e a universidade.

Harvard University, conhecida por seu amplo e influente grupo de ex-alunos, tem uma associação que organiza eventos em todo o mundo, além de reuniões e atividades de clubes. Eles também oferecem dois prêmios HAA — o Harvard Medal e o Harvard Alumni Association Award — para reconhecer serviços excepcionais à universidade.

Na American University, o programa de ex-alunos é projetado para conectar alunos e ex-alunos para networking, mentoria e engajamento social, enriquecendo e apoiando a experiência estudantil. Eles organizam uma variedade de programas e iniciativas para interação entre estudantes e ex-alunos, e oferecem recursos para carreiras e oportunidades de engajamento comunitário.

Esses programas são fundamentais para o desenvolvimento de uma comunidade forte e engajada de ex-alunos, que beneficia tanto os graduados quanto a instituição de ensino. Eles não só ajudam os ex-alunos a manterem-se conectados com sua alma mater, mas também proporcionam oportunidades valiosas para desenvolvimento profissional, engajamento cívico e crescimento pessoal

## 7.8 Novo aplicativo

A transição para a era digital prometeu revolucionar a comunicação dentro das instituições educacionais, prometendo transformar a maneira como escolas interagem com alunos, famílias e egressos. No entanto, a realidade da implementação de aplicativos escolares de comunicação tem revelado lacunas significativas em sua eficácia, especialmente quando comparada às potencialidades oferecidas pelas tecnologias sociais e personalização algorítmica. A situação do Colégio Israelita de Porto Alegre, que no final de 2023 enfrentou a necessidade de transição para um novo aplicativo devido à descontinuação do serviço pelo fornecedor anterior, ilustra bem essas problemáticas. A escolha do aplicativo GV Dasa, apesar de representar uma oportunidade para inovação, parece replicar as limitações observadas anteriormente, negligenciando as vantagens da personalização e análise comportamental no engajamento digital.

A prática de limitar a exibição no feed a apenas cinco avisos diários, embora possa ser vista como uma tentativa de simplificar a comunicação e evitar a sobrecarga de informações, sublinha a importância de repensar a estratégia de comunicação escolar. Tal abordagem, inspirada no comportamento de outras grandes escolas de Porto Alegre, reforça a necessidade de aglutinar avisos de menor importância em um único envio, otimizando a experiência do usuário e assegurando que informações cruciais sejam destacadas. Isso reflete uma tentativa de navegar na economia da atenção, mas também destaca uma desconexão com as práticas contemporâneas de engajamento digital, que enfatizam a personalização e a relevância do conteúdo.

Além disso, a ausência de um sistema que analise o comportamento do usuário para adaptar o feed de comunicação de acordo com suas interações e preferências indica uma falha significativa na tentativa de oferecer uma experiência personalizada e engajadora. A incapacidade de hierarquizar avisos por relevância ou importância, em um ambiente digital que cada vez mais valoriza essas características, aponta para uma oportunidade perdida de tornar a comunicação tão eficaz quanto poderia ser. Essas limitações não apenas comprometem a capacidade de capturar e manter a atenção dos usuários, mas também subutilizam o potencial das tecnologias digitais para facilitar uma comunicação eficaz e envolvente.

Portanto, é evidente que, apesar dos avanços tecnológicos e da transição para novos aplicativos de comunicação, as instituições educacionais, incluindo o Colégio Israelita de Porto Alegre, enfrentam desafios significativos para alinhar suas estratégias de comunicação às expectativas modernas de interação digital. Para superar essas limitações, é crucial explorar soluções tecnológicas avançadas que incorporem análise comportamental e algoritmos de personalização, adotando simultaneamente estratégias de comunicação mais sofisticadas. Implementar uma abordagem orientada por dados e personalizada não só melhoraria significativamente a experiência do usuário, mas também reforçaria o sentido de comunidade e pertencimento, promovendo uma comunicação mais eficaz e alinhada com os comportamentos e expectativas dos públicos escolares no século XXI.

## 8. REFERÊNCIAS

ADAM, M. C. P. **O relacionamento entre as instituições de ensino superior e seus ex-alunos: reflexos na captação de recursos. Estudo de caso da Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas e do Instituto Presbiteriano Mackenzie.** Dissertação (Mestrado em Administração) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, p. 408. 2007. Disponível em: [http://www.sapientia.pucsp.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=4553](http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=4553) . Acesso nov. 2023.

AFTERSCHOOLAFRICA. **Top 25 US Universities with the Most Powerful Alumni Network.** 2019. Disponível em: <https://www.afterschoolafrica.com>. Acesso em: nov, 2023.

AQUINO, J. G. **A indisciplina e a escola atual.** Revista da Faculdade de Educação. São Paulo, 1998, V.24, n. 2. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-25551998000200011](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-25551998000200011) Acesso em: out, 2023.

COLLEGE CONSENSUS. **50 Most Supportive Alumni Networks – Features Rankings.** 2019. Disponível em: <https://www.collegeconsensus.com>. Acesso em: nov, 2023.

BEASLEY, A. P; **Administrators using technology to increase family engagement.** Tese (Phd em Educação). Knessaw State of University, USA, 2015.

BECK, John e DAVENPORT, Thomas. **The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business.** Cambridge: Harvard Business School, 2001.

BHERING, E. **Percepções de pais e professores sobre o envolvimento dos pais na educação infantil e ensino fundamental.** Contrapontos, Itajaí, v. 3, n. 3, p. 483-510, 2003. Disponível em: <http://www6.univali.br/seer/index.php/rc/article/view/742>. Acesso em: nov, 2003.

BHERING, E; SIRAJ-BLATHFORD, I. **A relação escola-família: um modelo de trocas e colaboração.** Cadernos de Pesquisa, n.106, p-191-216. 1999.

BRAGHIROLI, Eliane Maria. **Psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BROWN, Tim. **Change by Design: how design thinking transforms organizations and inspires innovation**. New York, Harper Collins, 2010.

BULLOCK, R. P. **Social Factors Related to Job Satisfaction: A Technique for the Measurement of Job Satisfaction**. Ohio State University Press, Columbus, Ohio, 1952

CARVALHO, M. E. P. de. **Modos de educação, gênero e relações escola-família**.

Caderno de Pesquisa, 2004, v.34, n.121, p.41-58. Disponível em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-15742004000100003&lng=en&nrm=iso&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742004000100003&lng=en&nrm=iso&tlng=pt). Acesso em: set, 2023.

CLASSAPP. **Pesquisa revela o que os pais esperam das escolas particulares**.

Escolas Exponenciais, 7 nov. 2017. Disponível em:

<https://escolasexponenciais.com.br/tendencias-e-metricas/o-que-os-pais-esperam-das-escolas/>. Acesso em: nov, 2023.

CIA, F., PAMPLIN, R. C. O., & WILLIAMS, L. C. A. **O Impacto do envolvimento parental no desempenho acadêmico de crianças escolares**. Psicologia em Estudo,

13(2),351-360. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v13n2/a18v13n2.pdf>.

Acesso em: out, 2023.

CORSINO, P. **Relação família e escola na educação infantil: algumas reflexões**.

Boletim, 2002. Disponível em:

<http://www.tvebrasil.com.br/SALTO/boletins2002/pef/pefimp.htm>. Acesso em: set, 2023.

DAVENPORT, T. H. e BECK, J. C. **Getting the Attention You Need**. Harvard Business Review, 2000, p.118-126.

DIAZ, S. G. **La importancia de la relación familia escuela en la etapa de educación infantil**. Dissertação (Mestrado em Educação). Universidad de Cantabria, Cantabria.

2016.

DESSEN, M. A.; POLONIA, A. C. **A Família e a Escola como contextos de desenvolvimento humano**. Ribeirão Preto: Ed. USP, 2007.

DUARTE, M. Y. M. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

EPSTEIN, J. L.. **School, Family, and Community Partnerships: preparing educators and improving schools**. Baltimore: Westview Press, 2011.

EPSTEIN, J. L.; SHELDON, S. **School, Family, and Community Partnerships**. 2022.

Disponível em:

<https://www.perlego.com/book/3553090/school-family-and-community-partnerships-preparing-educators-and-improving-schools-pdf>. Acesso em: out, 2023.

FARIA FILHO, Luciano Mendes de. **Para entender a Relação Escola-Família: uma contribuição da história da educação**. São Paulo em Perspectiva, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 44-50. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-88392000000200007>. Acesso em: nov. 2023.

FERNANDES, C. **Abordagens da comunicação nas organizações educacionais: o prêmio gestão de comunicação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Porto Alegre, p. 138. 2020.

GOODE, W.J.; HATT, P.K. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Nacional. 1979.

JEKINS, H. **Convergence culture**. News York: News York University, 2006.

JOHNSON, L. J; PUGACH, M. C; HAWKINS, A. **School-Family Collaboration: A Partnership**. Denver Vol. 36, Ed. 5, p 1-12. 2004. Disponível em: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/school-family-collaboration-partnership/docview/224054107/se-2>. Acesso em. set, 2023.

LÉVY, P. **Cibercultura**. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2000.



MARCONDES. K. H. B; SIGOLO. S. R. R. L. **Comunicação e envolvimento: possibilidades de interconexões entre família-escola**. Paideia. v.22. n 55. p. 91-99. 2012.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **O meio é a mensagem**. São Paulo: Cultrix, 1967.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 1969.

MOGGRIDGE, Bill. **Interaction Designing**, The MIT Press, Cambridge, 2006.

MORAES, H. J. P.; SÁ, J. B. **Mídia e educação: reflexões, relatos e atuações**. In: Simpósio sobre Formação de Professores: tecnologias e inovação na educação básica, 3. RAUEN, Fábio José (Org.). Anais... Tubarão: Ed. da Unisul, 2011. p. 1-8. Disponível em: [http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/simfop/artigos\\_III%20sfp/Heloisa%20Moraes\\_Jussara%20Sa.pdf](http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/simfop/artigos_III%20sfp/Heloisa%20Moraes_Jussara%20Sa.pdf). Acesso em: out, 2023.

NEGROPONTE, N. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NIELSEN. **Precisa saber: como é medida a audiência da TV**. nov. 2023. Disponível em: <https://www.nielsen.com>. Acesso em: dez. 2023.

OLIVEIRA, C. B. E.; MARINHO-ARAÚJO, C. M. **A relação família-escola: intersecções e desafios**. Estudos de Psicologia, Campinas, v. 27, n. 1, p. 99-108. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-166X2010000100012>. Acesso em: nov. 2023.

PACETE, L. G. **Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo**. Forbes Brasil. 9 mar. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/brasil-e-o-terceiro-maior-consumidor-de-redes-sociais-e-m-todo-o-mundo/>. Acesso em: nov, 2023.

PEREIRA, V. A. **Consciência e memória como objetos da comunicação: o approach de Marshall McLuhan**. Revista FAMECOS, Porto Alegre, ed. 24, p. 149-157. 2004. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2004.24.3274>. Acesso em: nov. 2023.

IBGE. **Internet já é acessível em 90,0% dos domicílios do país em 2021**. PNAD TIC, 16 set. 2022. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/34954-internet-ja-e-acessivel-em-90-0-dos-domicilios-do-pais-em-2021>. Acesso em: nov. 2023.

SANTAELLA, L. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano**. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 10, n. 22, p. 23–32, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/3229>. Acesso em: nov. 2023.

SANTO, J. M. R. Di. **Interações família-escola**. Artigos. 2007. Disponível em: <http://www.centrorefeducacional.com.br/infamesco.htm>. Acesso em: out, 2023.

SILVA. F. L.; FRANÇA, C. S. **Comunicação professor-família na escola: uma experiência usando TIC na escola pública**. *Revista Tecnologias na Educação*. v7. n.12. p.1-14, 2015.

SILVEIRA, L. M. O. B.; WAGNER, A. **Relação família-escola: práticas educativas utilizadas por pais e professores**. *Revista Psicologia Escolar e Educacional*, Campinas, v. 13, n. 2, p.283-291, 2009. Disponível em: [http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-85572009000200011](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-85572009000200011). Acesso em: nov, 2023.

SIGOLO, S. R. R. L. (2009). **As relações entre família e escola: Perspectiva e desafios**. In S. Z. Pinho (Org.), *Formação de educadores: O papel do educador e sua formação* (pp. 397-408). São Paulo: Editora Unesp.

SISTEMA POSITIVO DE ENSINO. **Pesquisa revela mudança no comportamento dos pais na hora de escolher a escola dos filhos**. InfoMoney, 17 set. 2018. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/patrocinados/%25marca%25/pesquisa-revela-mudanca-no-comportamento-dos-pais-na-hora-de-escolher-a-escola-dos-filhos/>. Acesso em: nov. 2023.

SOARES, M. R. Z; SOUZA, S. R; MARINHO, M. L. **Envolvimento dos pais: incentivo à liberdade de estudo em crianças.** Estudos de Psicologia, Campinas v21. n.3, p. 253-260. 2004.

SOUZA, F. K. **Notas sobre relação família-escola na contemporaneidade.** Revista de Ciências Humanas, v. 51, n. 1, p-124-143, 2017.

SOUSA. M & M, SARMENTO. T. **Escola-Família-Comunidade: Uma relação para o sucesso educativo. Gestão e Desenvolvimento.** 2010. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.14/9117>. Acesso em: out, 2023.

TRANCREDI, R. M. S. P.; REALI, A. M. de M. R. **Visões dos professores sobre as famílias de seus alunos: um estudo na área de educação infantil.**

Publicações, 1999. Disponível em:

[https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCAQFjAA&url=http%3A%2F%2F24reuniao.anped.org.br%2FT0731755403999.doc&ei=eH3IU6mOFYrhsATMnoCYAg&usg=AFQjCNFxydqwcJxoueOafP9\\_OdYM5wepEg&sig2=NXjOkc2FC0ztsammXG-m2Q](https://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CCAQFjAA&url=http%3A%2F%2F24reuniao.anped.org.br%2FT0731755403999.doc&ei=eH3IU6mOFYrhsATMnoCYAg&usg=AFQjCNFxydqwcJxoueOafP9_OdYM5wepEg&sig2=NXjOkc2FC0ztsammXG-m2Q). Acesso em: set, 2023.

TEIXEIRA, Gislaine Cristina dos Santos; MACCARI, Emerson Antonio. A. **Proposition of an alumni portal based on benchmarking and innovative process.** Journal of Information Systems and Technology Management, v. 11, n. 3, p. 591-610, 2014.

WEBER, L. N. D.; SALVADOR. A. P. V; BRANDENBURG, O. J. **Escala de qualidade na interação familiar.** Em WEBER. L.N. D.; DESSE. M. A. (Orgs) Pesquisando a família: instrumentos para coleta e análise de dados. p. 57-68. Curitiba: Juruá, 2009.

WIMMER, Roger D.; DOMINICK, Joseph R. **La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos.** Barcelona: Bosch, 1996.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005.



Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós-Graduação  
Av. Ipiranga, 6681 – Prédio 1 – Térreo  
Porto Alegre – RS – Brasil  
Fone: (51) 3320-3513  
E-mail: [propesq@pucrs.br](mailto:propesq@pucrs.br)  
Site: [www.pucrs.br](http://www.pucrs.br)