

Sortides a equipaments patrimonials: procés de decisió, percepcions i preferències de les **escoles**.

Margarida Loran Gili. Museòloga i consultora.

Informe de resultats. Setembre de 2014.

Encàrrec de l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural.

1a Jornada Patrimoni i Escola

27 de novembre de 2015, Museu d'Arqueologia de Catalunya.

Estudi qualitatiu

Propòsit i objectius

L'estudi pretén conèixer millor el públic escolar i informar la millora dels serveis educatius de l'ACdPC. Obtenint informació sobre:

1. El **procés de decisió** en la programació.
2. Les **barreres** i dificultats.
3. Les **percepcions** de l'experiència.
4. Les **preferències**, l'oferta ideal.

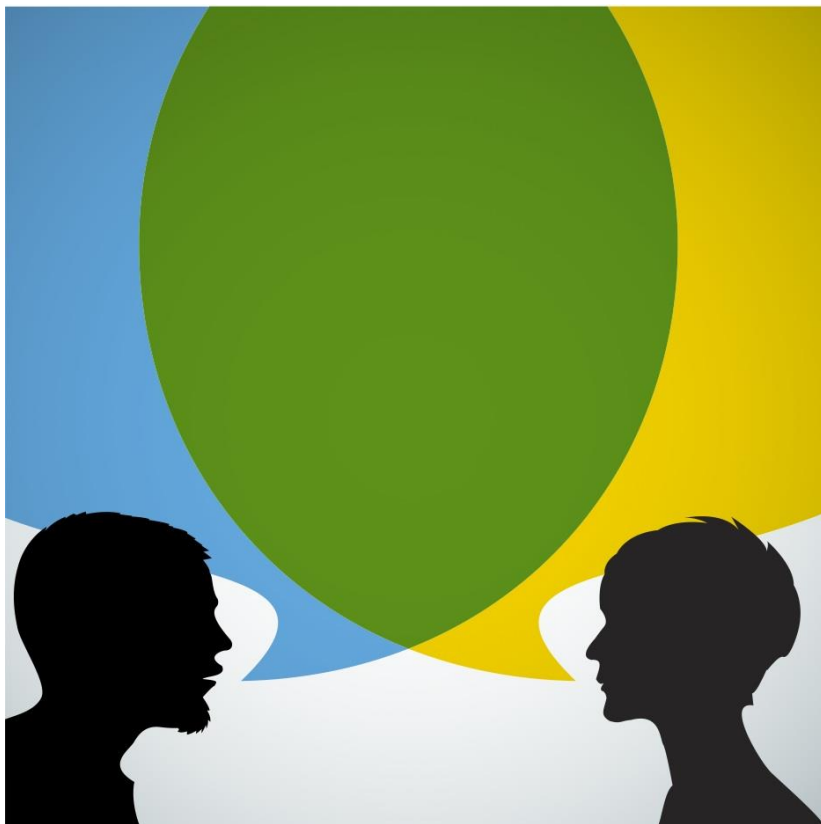
<http://patrimoni.gencat.cat/ca/article/consulta-les-presentacions-de-la-jornada-de-patrimoni-cultural>



Sobre l'estudi

Enfoc qualitatiu

Permet entrar en profunditat, entendre les percepcions, els matisos, i descobrir els principals temes d'interès de les escoles.



Tècnica recollida d'informació:

Entrevistes en profunditat, semi-estructurades (individual o en parella).

Mostreig:

Grup reduït d'informants, escollits de forma intencional. 10 persones / 7 escoles.

Grup d'escoles usuàries freqüents



- En comú:
Ús freqüent, alt interès i motivació, saben com utilitzar les visites com a recurs d'aprenentatge, convençudes del valor.
- Diversitat en:
Tipus d'escola, nivells educatius, càrrec de l'informant, entorn social. Certa representació del territori.



Quin % d'escoles representen? No ho sabem.
Potser al voltant d'un 30-45% del total que visiten?
No sabem quin percentatge d'escoles visiten/no visiten.



Un cas recent de segmentació escoles (2014)

A.N.D



London schools segments



Hem preguntat:

1. Com es decideixen les sortides?

Per quins motius l'escola va als museus?

Qui inicia la proposta?

Qui decideix?

Quin paper juguen altres parts?

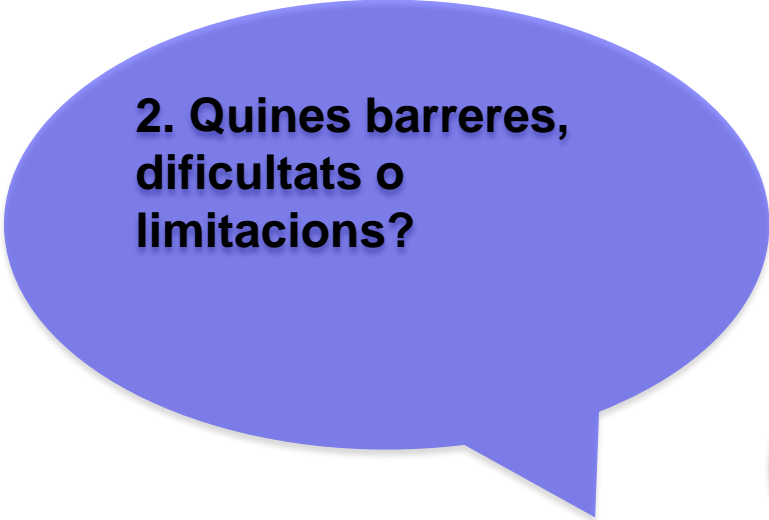
Quines fonts d'informació s'utilitzen?

En quin moment de l'any es decideix?


Quant es triga?

Quins factors són determinants?

Quan es fa una sortida extra?



**2. Quines barreres,
dificultats o
limitacions?**



**Quin és
l'impacte de la
crisi?**

3. Com es valora l'oferta i l'experiència?

Com descriuen l'experiència?

Satisfà les necessitats de l'escola?

Les activitats estan prou adaptades a les franges d'edat?

Estan prou coordinades amb el currículum?

S'aconsegueix crear un entorn d'aprenentatge adequat?

Els mestres reben prou suport? S'els informa suficient? S'atenen les seves demandes?

4. Quines són les preferències?

Quins enfocs?

Quins formats?

Quines característiques hauria de tenir la visita?

Quins serveis hauria de tenir l'oferta educativa ideal?

Sobre la comunicació?

Sobre el preu?

Resultats clau:

Sobre el valor de la visita

#1. Els **motius** de programar sortides patrimonials tenen a veure molt amb el **currículum**, però també amb el **valor diferencial de l'experiència** que proporcionen.

- Importants pels **CONTINGUTS** curriculars & **FORMACIÓ CÍVICA**.
- Decisió molt centrada en el **CURRÍCULUM**.
- Recurs útil per al treball per **PROJECTES**.

- El patrimoni és la **REALITAT**.
- El que importa és l'**EXPERIÈNCIA**: es vol vivencial, inspiradora, activa.
- Les **tecnologies** ajuden, però **MAI SUBSTITUEIXEN**.
- **NO** volen que s'assembli a una classe.

“A mi m’interessa que els alumnes visquin la realitat, per això s’ha de sortir de les aules i anar al carrer. Poder anar a viure les coses in situ. Viure, sentir, tocar. Això és la base”.

“Una visita ha de ser inspiradora. La informació ja la podem donar en altres llocs. Amb patrimoni la realitat és més estimulante que la virtualitat”.

“I que no tingui res a veure amb l’àmbit escolar. Res, res, res!!!”... “És una estafa anar a un museu i que et facin una fitxeta que la podria fer a la classe”.

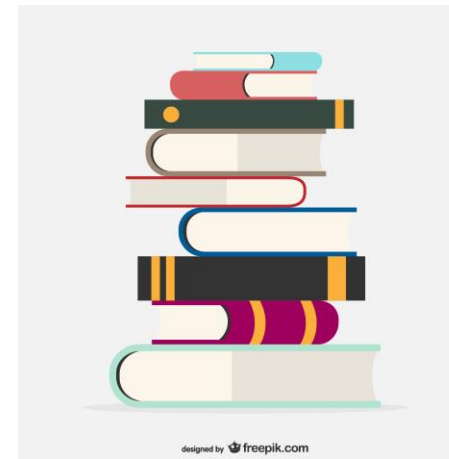


#2: Volen experiències que estiguin **ben integrades als continguts curriculars.**

- Importància de fer un **treball PREVI i POSTERIOR** a l'aula.
- La **PREPARACIÓ** prèvia és essencial per a la **MOTIVACIÓ**.
- L'aprenentatge és més efectiu quan la visita està **CONNECTADA**.
- Paper clau dels **MESTRES**.
- Es demana **PROACTIVITAT** i **SUPORT**.



*“ Si no ho has preparat a classe, si la visita no està **contextualitzada**, no és curricular i tu no li dones un sentit dins del teu discurs curricular, la visita **no serveix de res**. Quan arriben allà estan en una **inexistència de situació**: Que faig aquí? Quin rotllo! Sé que passa molt sovint”.*



*“Per mi la **visita ideal** seria la que complís les **tres parts**: el previ, el durant i el post.*

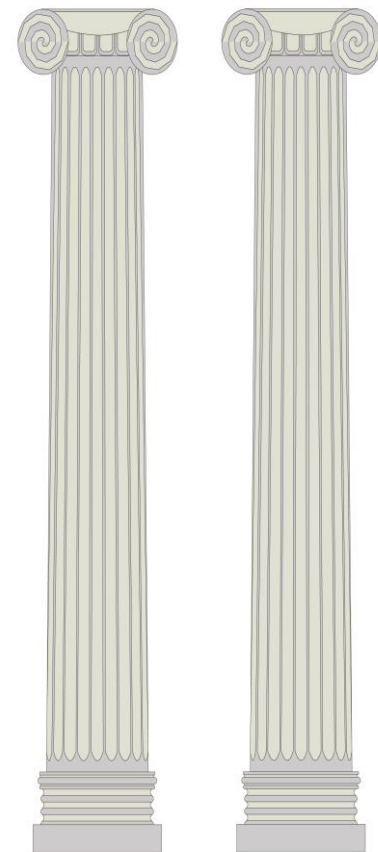
*El museu en qüestió hauria d'**assegurar-se** que l'escola que va a visitar-lo ha fet un previ.*

*Per la qual cosa t'haurien de **facilitar** si pogués ser el **material** o la **guia** del previ.*

*T'haurien de **dir**: la setmana abans treballareu això, i donarem això per treballar després.*

No ho fan.

Algun lloc t'envia material, però...”



#3. Hi ha un interès pel treball en **aspectes transversals**:

Tallers.

Experiències vivencials de grup.

Aplicar coneixements de matèries instrumentals.

Treballar les competències bàsiques.

Mètode preguntes i observació.

Senderisme i patrimoni.

Posar en relació disciplines i formes artístiques.

Lectures contemporànies del passat.

**Sobre aspectes organitzatius,
el procés de decisió.**

#4. Les visites es programen amb **molta antelació**, i moltes es **repeteixen** any rera any. Hi ha espai per a **novetats i canvis**, però limitat.

- Es programa **JUNY-JULIOL**, amb excepcions.
- Les **RAONS** de tanta antelació són **ACADÈMIQUES I ORGANITZATIVES**.
- Programen basant-se en **l'EXPERIÈNCIA PRÈVIA**.
- Més **obertura** quan hi ha **TREBALL PER PROJECTES**.
- A l'hora d'introduir una sortida en la programació, el **CONEIXEMENT PERSONAL DELS MESTRES** és cabdal, per experiència pròpia o recomanació.



**Sobre com es valora
l'oferta i l'experiència.**

#5. La percepció de l'oferta educativa existent de patrimoni és bona en general.

- L'experiència és **SATISFACTÒRIA** en general.
- El ventall d'oferta és **ABUNDANT**. Les activitats de **QUALITAT**.
- L'oferta és **VARIADA** per adequar-se als **diferents nivells educatius**.
- S'aconsegueix crear un **ENTORN D'APRENTATGE ADEQUAT**. Gràcies a:
 - ✓ els **equips educatius**
 - ✓ l'enfoc d'**aprenentatge actiu**
 - ✓ una **museografia innovadora**



*“En general crec que **en aquest país hi ha una oferta fora d’aules boníssima**”.*

*“Segur que hi ha coses a millorar, però, realment, els museus a **Barcelona** en aquests darrers anys estan oferint uns **espais educatius molt bons**”.*

#6. Els serveis educatius es valoren positivament, i els educadors tenen un paper i una influència fonamental en la satisfacció de l'experiència.

- Agrada utilitzar els **SERVEIS EDUCATIUS**. Aporten **VALOR i QUALITAT**.
- Qui no els fa servir és per motius estrictament econòmics.
- Suport insuficient sinó es contracta una activitat educativa (ⓘ)
- Dels **EDUCADORS depèn la satisfacció**, que la visita s'adeqüi realment a les necessitats del grup.



“La satisfacció depen molt del monitor o del guia amb el que coincideixes. Això és vital. Pots tenir un fons, unes instal·lacions, tot molt bo, però si la persona que està amb els nens no sap adaptar-se a l’edat dels nens, o no sap enganxar-los, la resta no serveix de res”.



#7. La interlocució i treball previ amb els serveis educatius es veu **necessària perquè l'activitat respongui a les necessitats del grup, però és **pobre**. Hi ha **marge de millora**.**

- Hi ha **bona disposició** però **NO S'ESTIMULA**.
- Es demana: **més PROACTIVITAT** i **més obertura**.
- **Molt important** per a escoles amb enfoc **constructivista** /els que fan aprenentatge **per PROJECTES** (necessitats específiques).
 - Interès per **col·laborar en la CREACIÓ d'activitats**.



***“S’ha d’entendre que una visita a un museu no és una pastilla.
Cal entendre que està al mig del camí, i perquè sigui útil ha
de dialogar sobre com està en el camí d’aquells que arriben.
El museu ha de ser una part dialogant d’allò. Hi ha d’haver un
grau d’implicació una mica més gran”.***

#8. Hi ha un conjunt de **dificultats que limiten el nombre de sortides** que es poden fer al cap de l'any.

Pròpies de l'escola:

- Cost, especialment del transport.
- Falta de temps, calendari escolar ocupat.
- ESO i BAT grans dificultats logístiques. Pèrdua hores classe.

Pròpies dels equipaments patrimonials:

- Falta d'espais d'acollida en indrets aïllats.
- Distància.
- Inflexibilitat i varietat sistemes reserva i contractació.
- Falta d'informació de l'oferta del país (centralitzada).



#9. En relació al cost, la **crisi** ha tingut un impacte en el tipus de sortides que es fan, però **no les ha reduït o impedit**.

- Les sortides es fan **més A PROP**. Radi d'acció molt local.
- Es busquen **PREUS ajustats** per les activitats.
- S'intenta un equilibri en el cost perquè **tots els alumnes hi puguin anar**.
- Intenten **MINIMITZAR l'ús del transport** (autocars).
- Es **TRIEN molt bé** les sortides que es fan.



“El problema és el transport, pel seu cost. L’utilitzem només a l’excursió de final de curs i alguna cosa puntual.”

*“Per Catalunya no sortim gaire perquè realment **a Barcelona hi ha de tot, i podem anar en metro.**”*

*“Amb la crisi, jo he anat dient que si eren molt cares no es fessin, que que els tutors s’ho pensessin bé, **que fossin realment útils.**”*

“Si una activitat la majoria no poden assumir-la ja no la plantejes”.

