

Adolescents i museus. El públic impossible?

Anàlisi de les percepcions i opinions dels joves i adolescents sobre els museus

Marta Miras

09/11/2021

Abstract

Aquesta investigació vol centrar-se a saber quines són les percepcions i les opinions dels joves en relació amb el museus, si realment aquest suposat desinterès és fruit d'una etapa totalment "hormonada" on es té el cap als núvols o si les institucions no sabem adaptar-nos a aquest tipus de públic, i no se'ls ofereixen els estímuls, el llenguatge i les respostes que busquen. Quin és el punt intermedi que cal per entendre'ns? És possible aconseguir un equilibri entre nosaltres?

Vivim en una societat en constant canvi, que en molt poc temps s'ha vist envaïda per una revolució a nivell tecnològic i comunicatiu que avança més de pressa del que podem assumir. La realitat es distancia dels paràmetres i patrons assolits fins ara creant un entorn molt més ric i divers que en molts casos no s'està veient reflectit en l'entorn museístic. El museu com a contenidor d'obres i objectes, com a temple del saber i mirall de la història, ja no és un model adequat a les exigències i els interessos de la societat (Iniesta, 1994), tret de les institucions icòniques que mai deixaran de rebre riuades de visitants⁽¹⁾. I en aquest aspecte, què passa amb els petits museus de caràcter més local? Les dificultats econòmiques, la manca de personal i la impossibilitat de remodelar-se constantment són les traves amb què conviuen dia a dia. Aquest fet no va lligat al fet que els seus continguts no tinguin valor, els seus discursos no siguin potents o les seves activitats, enriquidores i elaborades, però sí que inevitablement es tornen menys atractius pel públic, i sobretot per a un tipus de sector concret: el públic adolescent.

Durant l'època de l'adolescència, la reafirmació de la identitat, les preocupacions per formar part i ser acceptat per un determinat grup social, estar al dia i sortir dels patrons convencionals establerts (Funes, 2018) són a grans trets les que es creuen que són les màximes aspiracions dels joves en una etapa on res importa més que les inquietuds, les amistats, l'aparença i la necessitat d'estar sempre al dia i reafirmar-se constantment, tot buscant el lloc en el món (Freixa, 2014). Al voltant d'aquest col·lectiu s'ha format l'ideal que no els importa res més que el seu petit món, però fins a quin punt és cert i la visió adulta estereotipa i veta aquesta etapa de la vida? L'experiència personal al voltant de l'art, la cultura i els museus m'ha sorprès amb la recurrent afirmació rotunda que els joves i els adolescents no visiten museus i no tenen gens d'interès ni de respecte. Però fins a quin punt és certa? I si ho és, què és el que des de les institucions estem fent tan malament per no arribar a un grup totalment inquiet, encuriós i tafaer? Per tot això aquesta investigació vol centrar-se a saber quines són les percepcions i les opinions dels joves en relació amb el museus, si realment aquest suposat desinterès és fruit d'una etapa totalment "hormonada" on es té el cap als núvols o si les institucions no sabem adaptar-nos a aquest tipus de públic, i no se'ls ofereixen els estímuls, el llenguatge i les respostes que busquen. Quin és el punt intermedi que cal per entendre'ns? És possible aconseguir un equilibri entre nosaltres?

1. L'objectiu de la recerca

L'objectiu principal d'aquest estudi és definir la realitat de les percepcions dels joves i adolescents davant l'oferta museística del seu entorn. L'aproximació a aquest objectiu permet el desglossament en uns objectius generals que pretenen aclarir i remarcar quin tipus d'informació tenim a l'abast sobre aquest sector de públic, si hi ha oferta específica d'activitats dirigida a aquest perfil de visitants i com influeix el seu entorn i situació social en la pràctica cultural. Establertes les bases de l'estudi, es defineixen uns objectius específics que es pretenen assolir gràcies a l'aplicació d'una sèrie de tècniques de recerca que permetran aconseguir informació relacionada sobre l'estat general de la qüestió: saber si hi ha un interès per part dels adolescents en el món de la cultura o quines són les característiques necessàries per establir i consolidar aquest vincle.

Quantes vegades heu visitat un museu i us heu sorprès veient que estàveu sols a la sala? Si hi havia més visitants, quantes vegades tenien menys de 19 anys?

La realitat de molts museus és que no tenen una afluència de visitants d'acord amb tot el treball previ existent en el muntatge d'una exposició, la planificació d'una activitat o la remodelació d'un espai. Però si filem més prim i ens preguntem quants d'aquests visitants tenien una franja d'edat d'entre 12 i 19 anys, la resposta pot ser desesperant.(2) Per tant, on queda l'interès dels adolescents en els museus i en la cultura? En últim lloc. Segur?

Aquesta recerca vol centrar-se en la visió, les percepcions i les opinions dels adolescents envers els museus, per respondre si el públic jove sent curiositat i té un interès en aquest aspecte de la cultura. La voluntat d'aquesta investigació neix fruit de la consciència dels beneficis de la cultura en relació amb els aspectes de caràcter social i educatiu, lligada a la resposta recurrent viscuda de manera personal per part dels museus: que els adolescents no els visiten ni hi tenen interès (Cacace, Costa & Francischetti, 2017). Per tant, partint des del primer moment d'un raonament inductiu arran d'experiències i visions personals reforçades mitjançant una bibliografia específica, la voluntat d'aquesta investigació és posar de manifest si realment els adolescents tenen un interès pels museus. Les investigacions existents sobre aquest tema segueixen la línia que molts museus són conscients de la necessitat d'apropar-se a aquest sector de públic (Gonzalo, 2012) i intenten incorporar dinàmiques i activitats atractives per als joves, però, si bé és cert, en gran part són museus de grans dimensions, potents, amb molts recursos i ja consolidats com a referents, amb més facilitats per poder-ho fer.(3) La variable principal en la qual se centra aquesta investigació és l'interès dels adolescents pels museus. Aquest interès es pretén fer quantificable mitjançant la transcripció de les respostes obtingudes a través de diverses tècniques d'investigació per obtenir una resposta positiva davant la problemàtica estudiada: sí que hi ha un interès.

Aquesta hipòtesi és provada mitjançant la triangulació de tres tècniques d'investigació i reforçada amb estudis sobre el tema i dades existents (Pereira, 2011). La variable principal, de caràcter intangible, es manipula plasmant-la en gràfics i estadístiques que permetin quantificar els resultats. També s'utilitzen dinàmiques d'interacció que permeten una visualització directa de les opinions i faciliten l'obtenció de dades. La investigació gira al voltant d'un sector de públic molt específic, el públic jove. He englobat l'edat de la mostra entre els 12 i els 19 anys, edats corresponents a les etapes escolars d'ESO i Batxillerat. Per tant, els resultats que es volen obtenir donen per resposta que no hi ha un desinterès, sinó una mala comunicació entre col·lectius(4) i la inexistència de recursos i estímuls per part de les institucions que s'adaptin a les seves necessitats. Aquesta investigació pot posar en relleu una sèrie de mancances que pateixen els museus, sobretot els de caràcter més local, creant unes referències clares i uns punts de millora bàsics enfocats a l'atracció i el benefici del tipus de públic que s'estudia. També posa de manifest diferents factors afins a problemàtiques museístiques, comunicatives i de gestió que ajudaran a tenir més informació per afavorir l'accessibilitat als museus (Serracant, 2012), modernitzar-los i convertir-los en una opció potent d'oci.

2. Metodologia

L'objectiu principal d'aquesta recerca és conèixer si hi ha per part dels joves un interès, una informació accessible i una idea clara sobre què és i com funciona un museu, que derivarà en una recerca d'informació per saber si els museus compleixen els requisits i les exigències socials actuals, fins i tot valorant si hi ha una relació entre l'interès i la participació cultural del col·lectiu estudiat en funció de la situació sociocultural i familiar dels joves, per mitjà

de la metodologia especificada en aquest punt.

S'ha considerat oportú en aquesta recerca incloure no només l'opinió dels joves, sinó també la visió de professionals i estudiants del sector cap a la participació d'aquest públic en el món museístic tot recordant les seves experiències personals, per analitzar de manera comparativa si les observacions i opinions de millora coincideixen amb les dels adolescents. Per a una realització òptima i l'obtenció de dades afins de caràcter més rellevant, s'ha utilitzat més d'una tècnica d'investigació, adequant la més idònia a cada apartat i sector de la població investigada, per acabar triangulant resultats i permetent crear una resposta clara i precisa als objectius específics i les hipòtesis formulades. D'altra banda, els objectius generals s'han assolit per mitjà d'una recerca bibliogràfica i d'una anàlisi de les dades publicades pels organismes corresponents en relació amb el tema de l'estudi, creant un estat de la qüestió vàlid en què emmarcar la recerca.

2.1. El disseny de la investigació

S'ha plantejat des d'un model no experimental(5) utilitzant un disseny transversal(6) ja que les situacions i metodologies creades per extreure dades no són de contingut reproducible(7) i no hi ha hagut possibilitat de manipular les variables. L'enfocament de la investigació és mixt,(8)ja que s'han combinat tècniques de caràcter quantitatiu i qualitatiu per analitzar de la forma més idònia les dues poblacions seleccionades:

? La primera població seleccionada i la més rellevant per a l'estudi ha sigut el col·lectiu dels joves i adolescents. Es va decidir emmarcar la població en funció de l'edat, seleccionant les edats corresponents als cursos escolars d'ESO i Batxillerat, dels 12 als 19 anys. Aquesta divisió és molt àmplia, però es va decidir donar-la com a vàlida a causa del fet que les activitats que els museus ofereixen als instituts i centres escolars són separades per cicles, i l'etapa de l'ESO i el Batxillerat és vista com un sol bloc on s'utilitzen els mateixos recursos educatius per a tots els cursos.(9)

? El segon sector de població seleccionat són els professionals i estudiants corresponents als camps de l'educació, la cultura i l'art.

Aquesta investigació se centra en la recerca d'informació al voltant de l'interès dels joves pel món de la cultura i els museus, per a la qual s'han seleccionat i emprat tres metodologies. Dues metodologies d'investigació qualitatives, l'entrevista tipus focus group i l'observació participant, i una metodologia quantitativa, l'enquesta. Combinades de forma complementària i triangulant la informació s'han obtingut uns resultats tan fidels a la realitat com és possible (Vallejo & Finol, 2009), i s'ha aconseguit així tant dades numèriques com textuales, pel fet d'haver utilitzat el mètode inductiu per generar teoria al voltant de la hipòtesi i l'anàlisi posterior per corroborar-la o refutar-la.

2.2. El tipus de mostratge

? El mostratge aleatori simple ha sigut el que ha caracteritzat la selecció dels grups de discussió.

? Per a l'observació participant s'ha utilitzat una mostra probabilística per conglomerats, ja que tots els grups seleccionats pertanyen a grups escolars.

? Per a l'enquesta s'ha seleccionat una mostra no probabilística intencional, ja que l'investigador ha seleccionat en funció de les característiques i perfils existents afins a la mostra per on distribuir aquesta enquesta. Hi ha hagut voluntat que es produís un mostreig de bola de neu.

2.3. Dimensió de la mostra

(10)

? S'ha considerat vàlid realitzar com a mínim dues entrevistes tipus focus group.

? Contrastar resultats per l'observació participant de més de tres grups escolars.

? Es donen per vàlids els resultats de l'enquesta si s'obtenen més de 75 respostes.

Per al focus group s'han realitzat tres entrevistes, i en relació amb l'observació participant s'ha dut a terme aquest procés en algunes de les activitats que ofereix el Museu d'Arqueologia de Catalunya, seu de Girona, a les escoles i els instituts de Catalunya.

També ha estat elaborada una enquesta mitjançant l'aplicació d'enquestes de Google Drive arran de la voluntat de poder distribuir-la de forma online, de la qual es van obtenir 115 respostes.

3. El marc teòric

Els aspectes que formen el marc teòric d'aquesta recerca volen crear un estat de la qüestió que englobi les característiques de l'adolescència, tot relacionant-les amb els aspectes socioculturals actuals que hi influeixen directament i creen una percepció concreta sobre l'art i la cultura, tant del jove com de l'adult, alhora que s'analitza quin tipus de dades sobre aquest tema es recullen i publiquen i fins a quin punt són vàlides i completes.

3.1. ¿Què entenem per adolescència?



Educación Obligatoria. Controversia: Éxodo de arrebatos, de Cristina Gimenez

L'adolescència és una etapa definida de forma relativament moderna (Funes, 2018) i s'ha deixat d'entendre com un procés purament biològic i de trànsit per detallar-la cada cop de forma més complexa i rebuscada (sempre definint-la des de la perspectiva adulta) i en relació amb el món que ens envolta. Cal afegir també que en aquest punt s'intenta definir l'adolescència des d'una mirada occidental, ja que la realitat no sempre permet als infants(11) gaudir d'aquest període d'evolució, autoconeixement i creixement per assentar la personalitat i les capacitats d'un mateix. Pretén ser una etapa de transició on s'ha de tenir en compte la total vinculació de dues perspectives: (Funes, 2005) l'adolescència com a producte d'un context i com a producte dels seus adults. El resultat, però, és la concepció d'aquest període com un període conflictiu i rebel (Serracant, 2012) difícil d'afrontar en l'àmbit educatiu i cultural, dos pilars que han de ser fonamentals en aquesta etapa de la joventut, juntament amb el familiar. Si el context és constantment canviant i cada cop més difícil, on la mirada adulta jutja més que comprèn, la definició d'adolescència probablement no és ni la més acurada ni la més esperançadora, i moltes institucions poden caure en un rebuig a aquesta franja de públic.(12) Apareix aquí el terme adultcentrisme, (13) aquelles interaccions entre adults i joves on l'adult se situa en una posició superior (Unicef, 2013) pel simple fet de ser-ho, tot i que la majoria de vegades no estan preparats per orientar i acompanyar el que estan vivint els joves (Ulloa, 2002). Aquesta imposició bloqueja la recerca de l'autonomia i fa que es potèncii la relació amb el jove des del

control adult i l'autoritat imposada, produint uns bloquejos generacionals que dificulten l'escolta mútua, l'empatia entre les dues generacions i el tòpic que ni escolten ni els importa res. Fem un exercici, (14) agafem qualsevol paraula i posem-hi la paraula adolescent com a complement: sexualitat, ús de les xarxes socials, relacions, estudis... el resultat és optimista i tranquil·litzador?

La qüestió de la identitat i la seva recerca per part de l'adolescent són uns tòpics dels manuals de la psicologia adolescent (Funes, 2018), on s'explica que una de les seves principals preocupacions és aclarir-se. Per construir la pròpia identitat cal obtenir informació, recerca i recursos que afavoreixin l'autonomia, i des dels museus podem oferir experiències que els ajudin i despertin aquestes capacitats, connectant la teoria amb l'emoció (Fernández & Pastor, 2007), tot creant bones dinàmiques que ampliïn i fomentin el seu capital cultural. D'aquesta manera, s'impulsen les institucions culturals en el dia a dia dels joves i en benefici del desenvolupament de la seva identitat.

3.2. I les dades, què ens diuen?

De forma periòdica diversos organismes publiquen dades i estadístiques referents a cultura i participació. Per a aquesta recerca he fet una selecció en relació amb la seva fidelitat, és a dir, són estadístiques creades per institucions consolidades com la Generalitat o el Ministeri de Cultura, i m'he centrat exclusivament en les dades que vinculen activitat cultural referent a museus i exposicions amb la franja d'edat que interessa per a l'estudi. Aquestes dades ens proporcionaran una primera anàlisi sobre la situació actual de participació i interès dels joves per aquest sector de la cultura i quins són els paràmetres que es tenen en compte en analitzar-les i així crear un estat inicial de la qüestió fiable i verídica, seleccionant sempre les dades més recents. Alhora aquesta recerca també permetrà detectar possibles mancances en la informació i les estadístiques.

Analizant les dades anteriors de les fonts públiques més fiables de què disposem, veiem que l'interès i l'assistència per part del públic jove i adolescent són dades totalment oposades entre si. Una manca d'interès davant una alta assistència posa en relleu que falten dades que aclareixin el perquè d'aquest fet, que pot deure's al fet que les visites a museus es fan dintre de l'horari escolar i estan organitzades per instituts i centres educatius. Podem extreure nombrosos factors negatius d'aquestes publicacions que interfereixen per crear una base de dades sòlida, com ara que les franges d'edat (15) no coincideixen entre si o que es classifica els museus de formes diferents, sigui per una banda sols, o si no conjuntament amb dades sobre exposicions o galeries d'art, inclús el zoològic.

El fet que no hi hagi una unitat de criteris dificulta l'anàlisi de les pràctiques culturals i de les dades museístiques. Cal dir que aquestes últimes es presenten fredes, allunyades dels aspectes socials, amb manca total de referents. (16) S'ha d'afegir que hi ha punts totalment irrellevants sobre d'altres que podrien donar molta informació, sempre analitzant des de la hipòtesi i el marc de la present investigació, com ara a l'annex 1 de l'enquesta d'hàbits i pràctiques culturals d'Espanya, on s'estudia el nivell de visites a museus, exposicions i galeries en funció de l'estat de salut del visitant. Els resultats evidents són que hi ha molts més visitants amb un estat de salut bo que d'altres amb un estat acceptable o dolent. L'annex 2, en canvi, ens proporciona dades molt enriquidores, com ara la participació cultural de menors d'entre 10-14 anys vinculada a la participació i l'interès familiar i escolar. Considero que a aquest punt caldria donar-li molta més importància, ja que ens proporcionaria dades molt útils davant l'actuació de difusió de les entitats en l'àmbit familiar o de plantejament d'activitats que intenten fer cada cop més populars les activitats culturals dins de l'oci familiar.

3.3. Els beneficis de l'art i la cultura

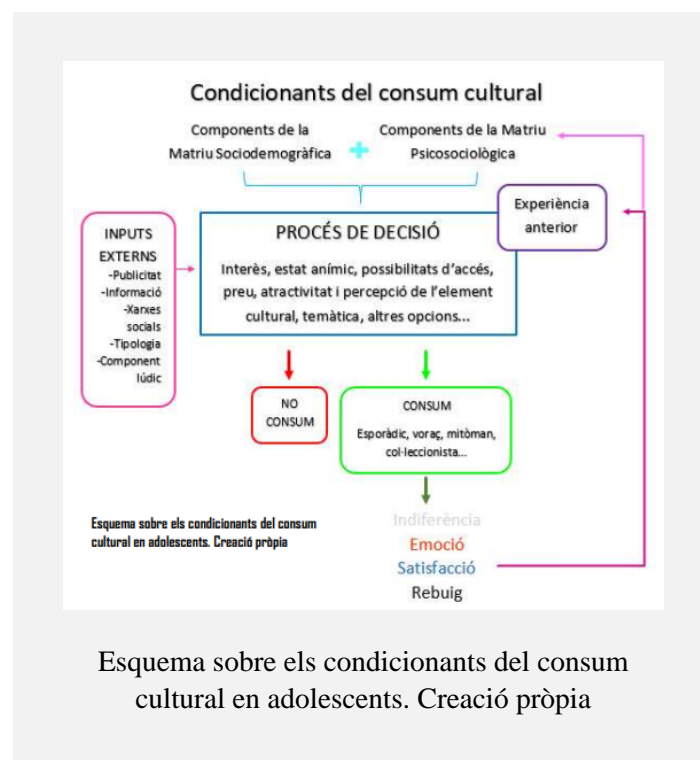
Molts són els estudis que han posat en relleu l'efecte positiu de les activitats culturals i d'oci en la felicitat (Veenhoven, 2018) i el benestar de les persones (Ateca-Amestoy et al., 2016). Sabem també que el paper dels sentits i les emocions és fonamental en el desenvolupament d'un mateix, i més en una etapa crucial com és l'adolescència. Per tant, no hi ha res millor que els museus, l'art i la cultura (Santacana & Martínez, 2018) per fomentar i acompanyar aquests aspectes de la personalitat adolescent, aprofitant aquesta etapa en què els joves es troben just en un moment clau per absorbir noves idees i valors, experimentar i gaudir. A nivell individual fer art i disfrutar-lo dota les persones de mitjans per expressar els seus pensaments i sentiments (López & Martínez, 2006), i arran de la creació i experimentació artística es pot augmentar el coneixement d'un mateix i dels altres tot reforçant

habilitats cognitives. La pràctica de l'art i el seu gaudi contribueixen al procés d'equilibri intel·lectual i emocional de les persones, (17) tot obrint noves vies de comunicació per expressar les seves emocions i accions. La cultura té un paper bàsic per construir i consolidar les bases de la cohesió i inclusió social, el benestar individual i col·lectiu i l'acumulació del capital social. A escala individual, la participació cultural augmenta la creativitat, millora la nostra felicitat i la nostra salut, i afavoreix el nostre creixement personal. (18) Jaume Funes (19) esmenta sis necessitats adolescents:

1. Les que tenen a veure amb el fet d'aclarir-se com a persones i situar-se al món.
2. Les que tenen a veure amb la seva condició de subjecte que aprèn en la societat de la comunicació i l'aprenentatge permanent.
3. Les que tenen a veure amb la comunicació, l'expressió i la creació.
4. Les que tenen a veure amb l'aprenentatge de la gestió de riscos.
5. Les que tenen a veure amb el fet de practicar l'autonomia i la responsabilitat.
6. Les que tenen a veure amb el fet d'aprendre a conviure.

Per tant, amb els beneficis que ens proporciona l'art i les eines de què disposen els museus veiem que aquestes institucions estan totalment preparades per cobrir o, si més no, intentar-ho, aquestes necessitats adolescents, sempre que incorporin elements museogràfics (Villaseñor, 1993) que acostin els aprenentatges de forma creativa, impulsant la recerca i la curiositat juntament amb la llibertat de moviments i el treball en equip.

“Per a mi, la gran assignatura pendent del nostre temps és replantejar la relació entre cultura i educació. No pot ser que la gestió, la formació i la planificació del món cultural i del sistema educatiu funcionin de manera tan separada. És un símptoma greu d'incultura, que deixa el sector cultural en mans d'un circuit d'experts cada cop més elitista i desconnectat del conjunt de la societat [...]”. Marina Garcés (filòsofa).



Si tots aquests conceptes els extrapolem a les experiències dels adolescents, veiem que el capital cultural acumulat de què disposen és vital per formar-se una percepció positiva o negativa sobre el món de la cultura, juntament amb la seva situació social i familiar vinculada a les seves característiques i els seus interessos personals, en què les experiències anteriors i les vinculades al currículum acadèmic tenen molt de pes. Tots aquests factors contribuiran a

fer que es decideixi consumir un producte cultural, impulsar les indústries de la cultura i seguir impulsant el motor econòmic vinculat a aquest sector, a més a més d'adquirir més experiències. I en relació amb les tres consideracions anteriors podem afirmar que la cultura aporta beneficis a nivell individual, i que vinculada a l'educació amplia les possibilitats comunicatives i d'aprenentatge. Totes aquestes experiències creen i formen el jove per continuar tenint eines que el conduiran a consolidar el seu capital cultural i alhora a ser consumidor cultural, fet que repercutirà en l'augment de l'activitat museística i les seves possibilitats.

3.4. La realitat social

Vivim l'any 2021 davant una realitat en crisi on les necessitats bàsiques no estan cobertes i és més fàcil tenir un smartphone a la butxaca que l'accés a certes esferes educatives (20) i culturals. A aquest accés desigual li hem de sumar una concepció que encara ho és més, és a dir, vivim en societats multiculturals que encara no són conscients de la seva riquesa i els beneficis que això els aporta, i un reflex d'aquesta mancança la tenim en els museus, (21) on, en molts, aquesta diversitat no té cabuda perquè no ha estat prevista i per tant no té cap mena de representació. Quin interès pot despertar el Museu Episcopal de Vic a un grup d'adolescents musulmans? I el Museu de la Pagesia de Fogars de la Selva a un grup provinent d'un institut rural? La multiculturalitat suposa un repte dins el patrimoni cultural, en què els discursos de museus i arxius solen ser unidireccionals i de caràcter clarament nacional (Carbó, 2015), per tant s'han d'impulsar millors polítiques culturals i educatives, (22) en què el reconeixement de totes les identitats culturals tingui cabuda en els equipaments, i s'ha de fomentar a la vegada la inclusió social de nombrosos perfils ciutadans que no es fan els museus. Preguntem-nos també quin tipus de públic és el que més demana activitats culturals. Generalment els de renda elevada i alt nivell educatiu. Per contra, el perfil del no visitant sol ser d'un nivell educatiu, renda i recursos baixos, (23) inclòs aquí el gruix de població en risc d'exclusió social, (24) tot i que hi ha estudis que demostren que l'art i la cultura són una gran eina per fomentar la inclusió educativa i social, a la vegada que són capaços de regenerar vincles comunitaris (Vigna, 2008). Moltes organitzacions socials utilitzen l'art com a eina per a la inclusió de joves amb menys oportunitats, i encara més, els adolescents de sectors socials marginals acostumen a valorar molt els espais que promouen el desenvolupament expressiu, ja que es tracta de llocs on són identificats i reconeguts, i on les seves habilitats poden ser mostrades, on es fan visibles i se senten inclosos (Hayman, 1961). Aquestes activitats entre art-cultura-societat encaixen en el model dels museus comunitaris, un model museístic que encara s'està adaptant a Europa i encara més en el context espanyol, que pretén identificar tres lògiques de representació de la multiculturalitat i el fenomen de la immigració: documentar, reivindicar i reconèixer (Van Geert, 2016).

4. Anàlisi de resultats

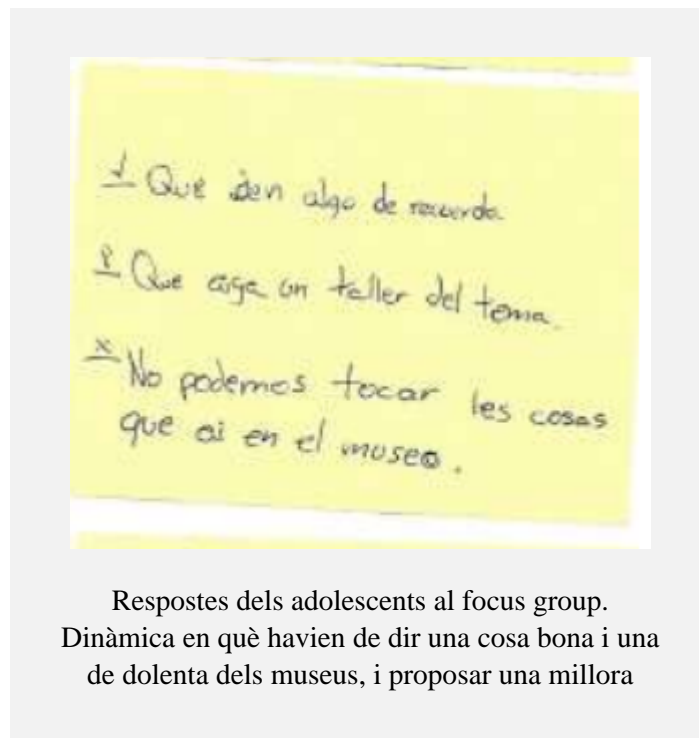
A continuació, es detallaran els resultats obtinguts mitjançant les tres tècniques d'investigació emprades en la present investigació: l'entrevista grupal, l'observació participant i l'enquesta per contrastar-los amb la hipòtesis i corroborar si compleixen els objectius establerts.

4.1. Resultats dels focus groups

La situació inicial en les tres entrevistes grupals va ser que als joves els costava participar, i calien uns minuts per trencar el gel i que es deixessin anar. Consegüentment arribava un punt en el debat on molts d'ells es queixaven del fet que des de les institucions culturals i escolars no se'ls pregunta què volen, què esperen i què en pensen. (25) Creuen que la seva opinió no es té en compte des dels sectors que més hem de donar-los suport i fomentar el seu pensament i la seva capacitat crítica. La sensació generalitzada que tenen és que són un públic que no interessa que visiti museus i galeries. Tots de nou coincideixen en el fet que la solució a la manca d'atractiu i poca afluència de públic adolescent als museus és afegir dinamisme. Els agradaria que fossin més divertits, dinàmics i visuals, ja des de l'entrada. Demanen experiències estètiques de qualitat, i en general hi ha una queixa pel preu i la dificultat de mobilitat dels museus, seguida d'un desconeixement dels que tenen més a prop i el tipus de contingut que exposen.

La gran majoria d'adolescents coincideix afirmant que sí que visitarien un museu que exposés alguna temàtica del seu interès i les que enumeren són vinculades i típiques de l'etapa de l'adolescència: videojocs, esports, aventura, curiositats o el que no s'ensenyava.

En mostrar-los els museus o preguntar-los què els agradaria trobar en institucions concretes, la gran majoria coincidí demanant temes i explicacions que estan presents en els museus mostrats. Per exemple: els interessava saber com es fa el vidre en el museu del vidre o saber com es filmava el cinema antigament si visitaven el museu del cinema. Aquestes respostes resolien algunes de les qüestions plantejades en els objectius generals, que seran comentades de forma més àmplia a les conclusions i a les valoracions personals, com ara que algunes barreres existents en l'accés dels joves a les diferents activitats culturals museístiques són una falta d'informació general, una percepció de no representació en les institucions i la sensació general que no estan fetes per a ells. Alhora podem també respondre a l'objectiu general de si realment existeix un "no" públic adolescent, i afirmem que no existeix, ja que tots els centres escolars i instituts realitzen nombroses sortides escolars a museus i exposicions, per tant és un col·lectiu que sí que visita, tot i que no en el seu temps lliure sinó en activitats vinculades al currículum acadèmic. Cal remarcar que en el segon focus group el tipus d'adolescent pertanyia a una posició social i econòmica més elevada, (26) fet que va deixar diferències significatives en comparació als altres dos grups, on la majoria eren adolescents de famílies migrades, amb recursos més baixos i més dificultats en l'aprenentatge, aspecte que obre un nou debat sobre l'accés desigual a la cultura. Amb aquesta dada l'objectiu de detectar si hi ha una relació entre l'interès i la participació cultural del col·lectiu estudiat en funció de la situació sociocultural i familiar dels joves, es posa en relleu que hi ha diferències significatives en funció de la situació familiar de cada adolescent.



Per què s'ha de parlar fluixet en un museu? Per què ens fan callar quan opinem i discutim sobre el que ens estan mostrant? Als adolescents no els agrada, però a algú li agrada tenir darrere un vigilant que constantment et fa estar en silenci per culpa d'alguna raó absurda i desfasada? A mi, no

4.2. Resultats en l'observació participant

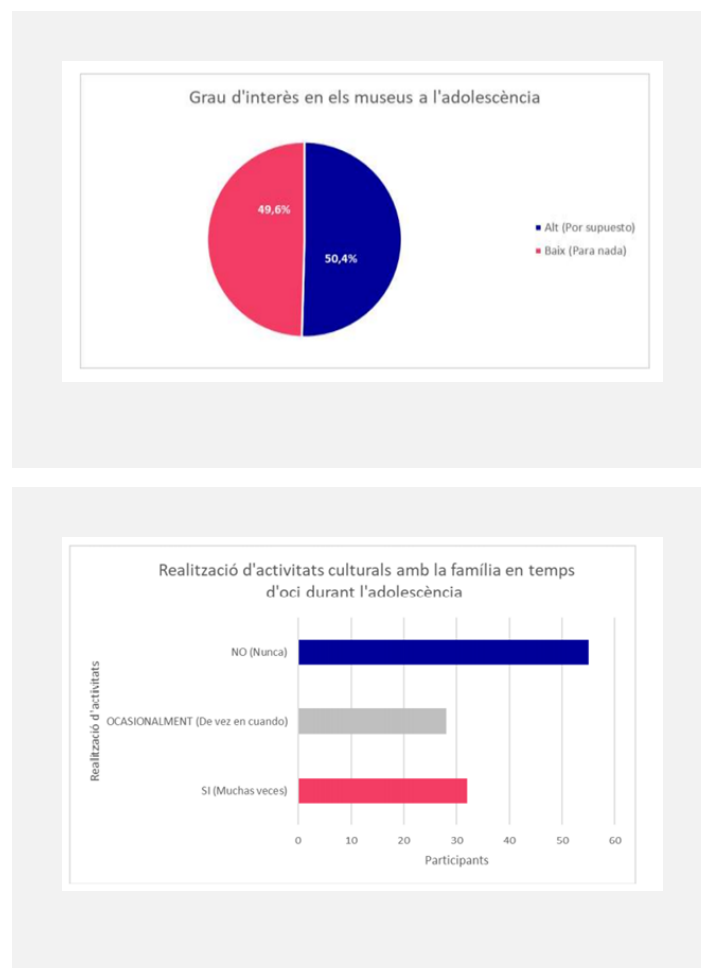
L'observació participant (27) va consistir a participar juntament amb els grups escolars en activitats proposades pel MAC Girona. En les quatre activitats en què es va participar, la interacció amb els adolescents va propiciar que la figura de la investigadora fos vista com la d'una educadora més, i així es va poder experimentar en primera persona com formulaven preguntes relacionades amb l'exposició, demanaven ajuda per realitzar l'activitat i preguntaven dubtes sobre el discurs que el guia exposava. D'aquesta observació es remarca que: 1) Hi ha una total participació de tots els adolescents en la part del taller en què assimilen els conceptes explicats. 2) Els alumnes pregunten i

s'interessen per l'activitat, sobretot a l'inici, però si l'explicació s'encamina cap a aspectes més tècnics i únicament en forma de discurs per part de l'educador, el nombre d'alumnes que "desconnecta" creix. 3) Les activitats en què l'explicació es veu reforçada per material didàctic i on es busca la interacció amb l'alumnat capten més el seu interès. Amb els resultats de l'observació participant i les entrevistes grupals es poden esclarir els objectius específics analitzant que sí que hi ha un interès per part dels joves, però es perd en la forma de presentació dels continguts, ja que no tots els museus compleixen els requisits i les exigències que esperen.

4.3. Els resultats de l'enquesta

L'enquesta, realitzada i distribuïda en línia, va tenir un total de 115 participants i se n'han analitzat els resultats mitjançant gràfiques.[\(28\)](#) Especifiquem alguns dels més rellevants:

Els resultats mostren un interès, tant alt com baix, gairebé igual en els enquestats en l'etapa de l'adolescència. Podem deduir que l'interès en aquest sector va en augment a mesura que augmenta el nivell d'estudis i especialització en el camp de les arts, la cultura i l'educació, per tant tenim una distribució gairebé uniforme.



Les pràctiques culturals realitzades durant l'adolescència dels enquestats posen en relleu que hi ha un gran volum dels que no realitzaven mai activitats d'aquest tipus amb la família, mentre que els que sí que en realitzaven i els que en gaudien ocasionalment són molt similars. Per tant, deduïm que les activitats culturals familiars en el temps d'oci són una opció no gaire popular entre els enquestats. Amb una freqüència absoluta de 0.47 per a la realització d'activitats culturals amb la família durant el temps d'oci, una freqüència absoluta del 0.75 en els que sí que en realitzaven i un 0.99 en els que no, obtenim unes freqüències relatives del 0.28 que sí que en realitzava, un 0.24 que no i un 0.47 que ho feia ocasionalment. Afirmem que la realització d'activitats culturals amb la família no va ser una opció d'oci prioritària per als subjectes d'aquesta mostra. Davant aquests resultats, s'ha volgut estudiar la resposta dels enquestats a dues variables, per la qual cosa s'ha creat una taula de contingència amb les respostes a les preguntes "realització d'activitats culturals amb la família en temps d'oci durant l'adolescència" i "el grau d'interès en els museus".

Interès actual Visites culturals amb la família	De vez en cuando	Muchas veces	Nunca	Total
¡Fan total!	8.7	13.0	4.3	26.1
Bueno, tanto como fan@atico...	32.2	14.8	18.3	65.2
No no, que pereza	7.0	0.0	1.7	8.7
Total	47.8	27.8	24.3	100.0

Gràfica creuada entre interès actual pels museus i realització d'activitats culturals amb la família en el temps d'oci durant l'etapa de l'adolescència.

Creació pròpia. Anàlisi de dades amb R Commander

Els resultats en freqüències absolutes evidencien que els enquestats que realitzaven activitats culturals amb la família durant el temps d'oci són els que més interès tenen actualment en els museus, amb un resultat en freqüència absoluta del 13.0. Els que senten una atracció indiferent pels museus solien visitar i realitzar activitats culturals en família de forma ocasional, i la freqüència absoluta ho plasma amb un 32.2 dels resultats. Pel que fa als enquestats que no tenen interès en els museus, un 0.0 de resultats absoluts ha respost que realitzava activitats culturals amb la família, davant un 7.0 que ho feien de forma ocasional i un 1.7 que mai. S'aplica en l'anàlisi el coeficient de correlació Phi de Pearson, amb un resultat de 0.34, per tant amb una correlació de $0 < 1$, existint una relació lineal directa positiva entre aquestes dues variables.

Per acabar, l'enquesta donava opció perquè proposessin millores per fer els museus més atractius. Les respostes, per ordre de rellevància, són:

- Crear contingut més proper, actual i del seu interès.
- Ofertir contingut interactiu i dinàmic.
- Incorporar noves tecnologies.
- Millorar la informació.
- Ofertir millors preus i ofertes en l'accés.
- No canviar res.
- No ho sap.

En relació amb l'opinió dels professionals del sector de l'educació, l'art i la cultura i els objectius específics marcats, podem afirmar que la majoria dels enquestats creu que les institucions culturals no estan adaptades als joves i que s'haurien de fer més atractives en relació amb els seus interessos per poder atraure'ls i fer-los participants de l'activitat cultural. Veiem també que les opcions per millorar les institucions coincideixen amb els interessos dels joves en relació amb el contingut, la dinamització i la implantació de material interactiu i manejable. Per tant, podem afirmar que són conegudes i estudiades les metodologies i els canvis que les institucions museístiques han de realitzar per ser més atractives de cara al públic jove.

5. Conclusions

Tal com diu Daniel Sánchez Caballero, (29) “un bon docent ha de ser algú que és capaç de generar experiències educatives i no exclusivament transmetre continguts”. Passa el mateix amb els museus i els adolescents. No és un públic impossible. És un públic necessari, com a creador i consumidor de contingut, necessari perquè conegui la història, la seva preservació i la seva evolució. Aquesta recerca posa de manifest que aquest col·lectiu es queixa de la falta de dinamisme i motivació que els ofereixen aquestes institucions. Els adolescents no se senten identificats amb els museus i creuen que és difícil que tinguin elements que els puguin cridar l’atenció. Els falta moltíssima informació sobre quins tipus de museus existeixen i què poden oferir, alhora que hi ha un desconeixement generalitzat sobre els museus de la mateixa ciutat. Sorpren veure com demanen elements que existeixen i que no es promocionen. Es queixen que no se’ls pregunta, se’ls estigmatitza i exclou. Més aspectes negatius que la majoria d’adolescents exposen sobre els museus són els que poden millorar-se ràpidament i adaptar-se a aquest tipus de públic amb facilitat, com ara la informació que se’ls proporciona, el preu o la difusió de les seves activitats i dinàmiques. Per contra, els aspectes que valoren positivament són totalment beneficiosos per al creixement i l’evolució personal dels adolescents just en aquesta etapa, els que els fan pensar, que estimulen la imaginació, que els inspiren i conviden a la reflexió. Saben que les institucions culturals són beneficioses però les veuen molt lluny del seu abast. Aquesta recerca evidencia la necessitat de redissenyar els museus fent-los més interactius amb el públic gràcies a la situació social i tecnològica actual, una societat de l’ara, que necessita estímuls constants, alhora que s’han de replantejar els discursos fent-los més inclusius acord amb una societat multicultural. Vivim a l’any 2021, estem superant una pandèmia, mostrem mitjançant els museus la realitat i els canvis socials. Ho podem fer. Cal adaptar les temàtiques a les perspectives dels adolescents, qualsevol museu i exposició són adaptables a temes, mitjançant símils i interessos dels joves. Els museus de caràcter més local potser no tenen tants recursos per adaptar els seus discursos a les noves tecnologies o crear remodelacions impactants per captar el públic, però sí que poden vincular els seus blocs temàtics a l’actualitat i utilitzar recursos textuais, manipulatiu i didàctics. S’ha de repensar el museu, adaptar totes les tipologies als interessos actuals explicant i donant importància a la història, la funció de l’objecte en el passat i el seu símil en l’actualitat. Per tant, aporta coneixement científic sobre un tipus de públic concret com ara els adolescents. Per a aquest públic les ofertes d’activitats museístiques són minoritàries en el camp de l’oci, tret del fet de tenir-los en compte en les activitats acadèmiques i curriculars. Les activitats que més ofereixen els museus són les familiars i les dirigides a infants, i després a un públic adult. L’avenç en la comprensió de la gestió patrimonial posa en relleu les seves mancances en analitzar les ofertes dirigides a aquest tipus de públic. Evidencia també la necessitat de noves museografies i discursos museogràfics, modificar el concepte de museu, allunyar-lo totalment del binomi museu-temple-elit i obrir-lo completament a la societat perquè aquesta pugui gaudir i nodrir-se de tots els seus beneficis. També cal aportar coneixement científic innovador amb l’afirmació que els adolescents no tenen un desinterès pel món cultural, el que tenen és una desinformació total del que els pot aportar, del que hi trobaran i de com hi poden accedir. La gestió patrimonial és conscient que ha de renovar-se i adaptar-se als nous temps, però costa trobar el com, i els resultats són lents i bastant exclusius. Analitzant les dades, veiem que el paper dels museus en relació amb els adolescents en la informació que es dona des de les institucions, les enquestes i les estadístiques públiques no és fiable al 100%, ja que normalment no es parla únicament de l’assistència o interès pel museu, sinó que l’engloba amb exposicions, biblioteques, arxius o monuments. És difícil trobar dades únicament en relació amb els museus. La variable principal en la qual se centra aquesta investigació és l’interès dels adolescents pels museus. Aquest interès es pretén fer quantificable mitjançant la transcripció de les respostes obtingudes a través de diverses tècniques d’investigació per obtenir una resposta positiva davant la problemàtica estudiada: sí que hi ha un interès. Quins nous àmbits de recerca s’orienten arran d’aquesta investigació? Queda confirmat que el dinamisme i la interacció entre contingut i obres són uns requisits indispensables per fer més atractius els museus de cara als adolescents, i cal estudiar com. Més material manipulable, més participació i menys estigmatització dels visitants joves i més símils amb el present i els seus interessos. La recerca més gran en relació amb la conjuntura social temporal que presenta aquesta investigació és l’afirmació del fet que la majoria dels museus no estan preparats per acollir i arribar a un públic multicultural, una multiculturalitat social real que queda exclosa de moltes institucions culturals, ja sigui pels seus interessos, el tipus de contingut o els recursos i les motivacions. Aquest fet relacionat amb l’altre vincle social que presenta aquesta recerca és la relació directa entre el context familiar i l’experiència cultural dels adolescents. En relació amb els objectius específics, cal remarcar de nou que sí que hi ha un interès, però no una informació accessible per a ells ni una idea clara sobre totes les possibilitats que els museus els ofereixen. Coincideixen en la gran majoria en una percepció del museu com un centre elitista. No s’hi veuen identificats, és a dir, creuen que el contingut dels museus

no els representa, però quan se'ls expliques i se'ls descobreix què hi ha i quines possibilitats els aporta l'interès és ben present. Per tant, arran de les seves opinions deduïm que els museus no compleixen els requisits que els joves esperen d'ells, demanen més dinamisme, més participació i menys control, amb més continguts afins als seus interessos. El fet d'haver entrevistat grups d'adolescents procedents de diferents situacions socials també ha posat en relleu que els que pertanyien a un sector familiar on els components tenien estudis superiors visitaven més sovint museus i estaven més oberts a les experiències culturals que no pas els que procedien de famílies amb menys recursos i preparació curricular inferior. Cal afegir aquí que la taula de contingència creada arran dels resultats de l'enquesta va evidenciar la relació directa entre l'interès pels museus amb el capital cultural acumulat a través de les experiències culturals realitzades amb la família. També es van obtenir amb l'enquesta resultats procedents de les opinions dels professionals i estudiosos del sector de la cultura, les arts i l'educació, tot i que les dades no són 100% fiables, ja que un 34% dels enquestats no procedia d'aquest camp. Tot i així, la majoria de participants coincideix en el fet que la manera de fer més inclusius els museus de cara a les generacions joves és creant contingut més proper, actual i del seu interès, sempre molt dinàmic i interactiu, amb les noves tecnologies totalment presents. Són dades que coincideixen totalment amb l'opinió dels joves. Per tant, sabem què falta i què s'ha de modificar als museus, ara cal posar-s'hi. Els joves volen és que siguin divertits, manipulats i plens de curiositats, dinamisme i activitats. Són ingredients ja estudiats i coneguts per la museologia per captar tota mena de públic. Tenim la teoria, falta la pràctica.

Notes

1. A les quals no sempre poden fer front. Vegeu l'article "Los vigilantes del Louvre están agotados", de Peio H. Riaño, publicat al format digital del diari *El País*, el 27 de maig de 2019.
2. Vegeu l'estudi *Desaprenent. Una mirada feminista a l'etapa de secundària*. Ajuntament de Barcelona-Districte de l'Eixample, març 2019.
3. "Hi ha activitats per a joves a grans museus i reconeguts museus, però què passa en l'àmbit local? Que, en aquest entorn, el jove sol disposar de poques eines per enfrontar-s'hi, i es converteix en moltes ocasions en un consumidor passiu que empassa sense seleccionar ni reflexionar". Del Río, N. *Los jóvenes y el museo: experiencias en, desde y para el MNCARS en relación con la cultura visual*. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2012, p. 132.
4. "Si els professionals d'una banda no estimen l'usuari de l'altra, i viceversa, la col·laboració té poques oportunitats, ja que acaba sent un clixé cultural pel públic escollit. La ineptitud de les institucions per formar part de les forces creatives de la cultura viva és el signe que són obsoletes i de la decadència de la societat mateixa [...]". Sola, T., a *La teoria general del patrimoni*, p. 28.
5. L'investigador en cap moment manipula les variables, sinó que es limita a observar-les. Tres, S.E.S.I.O.N. (2013). *Metodología de la Investigación*.
6. El disseny transversal es creu que és el més apropiat per avaluar el grau d'interès en els adolescents cap als museus, sense interferir en les seves opinions i aplicant l'observació, participant com a tècnica, sempre en un moment temporal concret.
7. Les metodologies explicades curosament sí que són reproduïbles, però no el contingut d'aquesta recerca.
8. La utilització del disseny de metodologia mixta constitueix en l'actualitat una excel·lent alternativa per a la investigació en el camp educatiu (Pereira, 2011).
9. Com a exemple, podem citar una de les activitats a les quals es va assistir com a observador participant, "Innovacions a la prehistòria" del MAC Girona, que en la seva fitxa curricular ofereix l'activitat tant per a

Primària com per a ESO i Batxillerat.

<http://www.macgirona.cat/Apren/Activitats-didactiques/Tallers-didactics/Lesinnovacions-a-la-prehistoria?>

10. Es consideren vàlides aquestes dimensions de mostratge en relació amb la possibilitat de poder ser contrastades entre elles i en la possibilitat de l'investigador de dur a terme les tècniques seleccionades per a la recerca.
11. L'Organització Internacional del Treball (www.ilo.org) estima que a escala mundial 218 milions de nens d'entre 5 i 17 anys estan ocupats en la producció econòmica. Entre ells, 152 milions són víctimes del treball infantil i quasi la meitat, 73 milions, estan en situació de treball infantil perillós.
12. "Els importa un rave", article de Daniel Ocaña publicat a diarieducacio.cat l'1 de novembre de 2018, sobre el desinterès per les millores educatives de les altes institucions.
13. Pàgines 18-19, Unicef (2006): *Adolescencia y participación. Palabras y juegos*.
14. Proposat a la publicació *Desaprenent*. Vegeu la bibliografia.
15. És habitual que cada estudi de públic, enquesta o anàlisi sobre el sector cultural seleccioni els seus propis paràmetres d'estudi, i per aquest fet costa comparar franges. En aquest cas ens interessa la d'edat, i en molts casos no és ni un indicador analitzat, com és el cas del Mapa Cultural de Girona i la seva anàlisi de l'oferta cultural.
16. Especialment a la web del Ministeri de Cultura no s'especifica d'on s'extreuen les dades i l'únic que proporcionen és un percentatge.
17. "Ha llegado el día. El arte es terapéutico y para muestra un botón de Canadá, donde los médicos lo ponen muy fácil al paciente: para curarse, ha de ir al museo". Article de Dolors Massot publicat el 21 de novembre de 2018 a es.aleteia.org.
18. *Observatori Social La Caixa, Dossier 04, gener 2018*. "Participació Cultural i Benestar. Què ens diuen les dades?", p. 28.
19. Funes, J. (2018). *Estima'm quan menys m'ho mereixi perquè és quan més ho necessito. Una guia per a pares i mestres d'adolescents*. Columna, Barcelona, p. 93-95.
20. Vegeu l'article d'Àgata Fàbregas publicat el 15 de maig de 2019 a www.ccma.cat "Només 1 de cada 5 fills de famílies amb poc nivell formatiu arriba a la universitat", i l'article de Víctor Saura publicat la mateixa data a diarieducacio.cat, "La universitat constata que també segrega per classe social i gènere".
21. La teoria ens la sabem, però la realitat és una altra. Els museus professen que són per a tots i que promouen l'accessibilitat a tots els nivells, però les exposicions segueixen tenint un plantejament allunyat d'aquesta accessibilitat, més a prop de l'elitisme que de la inclusió (Castro, Gómez & Asensio, 2016) i s'orienten a un tipus de públic determinat.
22. S'han analitzat les polítiques culturals i educatives impulsades a Catalunya entre 1980 i 2010 (Carbó, 2015), i els resultats han evidenciat una necessitat de reconsiderar els models donats per respondre al nou paradigma de la diversitat.
23. *Observatori Social La Caixa, Dossier 04, gener 2018*. "Participació Cultural i Benestar. Què ens diuen les dades?".
24. La presa de consciència de persones en situació d'exclusió social cada cop posa més en relleu la necessitat de combatre aquesta situació: <https://www.idescat.cat/pub/?id=intpobr&lang=es>, dades de l'IDESCAT en relació amb l'exclusió social només disponibles des de 2012.
25. Domènech, Mar. "Els adolescents també volen ser escoltats". Article publicat al diari ara.cat a la secció

criatures.ara.cat el 17 de novembre de 2018, en què l'autora parla dels centres per a famílies i adolescents "Aquí t'escoltem" per fomentar l'empoderament i l'autoestima dels joves i les seves famílies, i personalment crec que és un recurs i una tipologia que encaixarien molt bé en un museu.

26. Han sigut l'únic grup que recordava i mencionava exposicions i museus sobretot si havien estat relacionats als seus interessos personals: exposicions sobre surf, les medines de l'illa de Nantes, el Big Fun Museum (<https://bigfunmuseum.com>) a Barcelona o el Museu de Santillana de Mar van ser els mencionats. Aquest grup va ser el que va tenir més nombre de participants que havien visitat museus o realitzat activitats culturals amb la família.
27. L'investigador es va preparar unes "taules" amb indicadors d'interès, desinterès o intervenció, i dividint l'activitat en funció de les parades que feia l'educador s'ha pogut analitzar visualment la participació i el decreixement de l'interès dels joves en funció del punt on es trobava l'activitat.
28. Gràfiques de creació pròpia i analitzades amb R-Commander, paquet EACSPIR.
29. Daniel Sánchez Caballero a *El Diari de l'Educació*. Article publicat el 10 de desembre de 2018.

Bibliografia

- Ateca-Amestoy, V. M. Gerstenblüth, I. Mussio i M. Rossi (2016). "How do cultural activities influence happiness? Investigating the relationship between self reported well-being and leisure". *Estudios Económicos*, 31.
- Cacace, G. Costa, S. Francischetti C. (2017). "Los jóvenes y los museos. Un punto de encuentro". 1a Jornada Internacional de Educación - La dimensión educativa en los museos de arte y centros culturales Mesa V - Dirección General de Museos - Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires.
- Carbó, G. (2015). "Pensar l'educació des de la cultura". Exaequa. Consultat a www.firatarrega.cat.
- Desaprenent. Una mirada feminista a l'etapa de secundària*. Ajuntament de Barcelona-Districte de l'Eixample. Març 2019.
- Fernández, M. C. & Pastor, M. I. (2007). "La educación emocional en los ámbitos formal y no formal. Propuesta aplicable a una visita museística". Universidad de las Islas Baleares. Palma de Mallorca. *Revista Complutense de Educación*, Vol. 19, núm. 2 (2008) 347-366 ISSN: 1130-2496.
- Freixa, C. (2014). *De la Generación@ a la #Generación. La juventud en la era digital*. NED Ediciones, Barcelona. P. 66-95 i 123-124.
- Funes, J. (2005). "El món dels adolescents: propostes per observar i comprendre". *Revista d'Educació Social*, 29, p. 77-97.
- Funes, J. (2018). *Estima'm quan menys m'ho mereixi perquè és quan més ho necessito. Una guia per a pares i mestres d'adolescents*. Columna, Barcelona
- Gonzalo, N. (2012). *La educación artística y el arte como terapia: un camino para construir la identidad del adolescente*. Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Bellas Artes. Departamento de Didáctica de la expresión Plástica. Madrid.
- Hayman, A. (1961). "El arte como elemento de vida". Revista *El Correo*, Publicaciones Unesco, julio-agosto.
- Iniesta, M. (1994). *Els gabinets del món: antropologies, museus i museologies*. Pagès editors, 1994. ISBN 84-7935-206-X
- López, M. & Martínez, N. (2006). *Arteterapia. Conocimiento interior a través de la expresión artística*. Ediciones Tutor, S.A, Madrid.

- Pereira, Z. (2011). “Los diseños de método mixto en la investigación en educación: Una experiencia concreta”. *Revista Electrónica Educare*, vol. XV, núm. 1, [15-29], ISSN: 1409-42-58, enero-junio, 2011.
- Santacana, J. i Martínez, T. (2018). “El patrimonio cultural y el sistema emocional: un estado de la cuestión desde la didáctica”. *Arbor*, 194 (788): a446. <https://doi.org/10.3989/arbor.2018.788n2006>.
- Serracant, P. (2012). *Generació ni-ni estigmatització i exclusió social. Genesi i evolució d'un concepte problemàtic i proposta d'un nou indicador*. Col·lecció Aportacions, núm. 48. Generalitat de Catalunya - Departament de Benestar Social i Família.
- Ulloa, F. (2002). *Empowerment en las organizaciones de base*. Mèxic: Universidad de Guadalajara.
- Unicef. “Cultura y participación adolescente”. *Palabras y juegos*, núm. 5. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, Unicef, Uruguay 2006, Proyecto: “Herramientas para la participación adolescente”. Coordinación general: Quima Oliver i Ricar. Autores: Juan Pablo Bonetti y Lucila Artagaveytia.
- Vallejo, R. & Finol, M. (2009). “La triangulación como procedimiento de análisis para investigaciones educativas”. *REDHECS: Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social*, ISSN 18569331, año 4, núm. 7, 2009, p. 117-133.
- Van Geert, F. (2016). “Museografiar el multiculturalismo. Un recorrido histórico de las dinámicas de representación”. Publicat a *Usos Polítics del Patrimoni Cultural. Estudios de Antropología Social y Cultural*, 19. Departamento de Antropología Cultural e Historia de América y África. Universidad de Barcelona.
- Veenhoven, R. (2018). “World data base of happiness”, Erasmus University Rotterdam, Happiness Economics Research Organization [<http://worlddatabaseofhappiness.eur.nl>]. P. 201.
- Vigna, M. A. (2008). “El arte como herramienta para la inclusión educativa, social y la regeneración de los vínculos comunitarios”. UAI Universidad Abierta Iberoamericana, Facultad de Desarrollo e Investigación Educativos. Agosto 2008.
- Villaseñor, M. L. (1993). “Acercamiento autogestivo del adolescente al museo”. *Perfiles Educativos* [en línea] 1993, (abril-juny): [Data de consulta: 4 de abril de 2019] Disponible a: ISSN 0185-2698.