

São Paulo

Maio de 2014

Sue Wilkinson MBE
Chefe Executiva, The Reading Agency
Sue.wilkinson@readingagency.org.uk

THE
READING
AGENCY

THE READING AGENCY

Porque tudo muda quando lemos

THE
READING
AGENCY

Quem somos

- Somos uma instituição de caridade cuja missão é oferecer a todos oportunidades iguais na vida, ajudando pessoas a se tornarem leitores confiantes e leitores. Porque tudo muda quando lemos.
- Nós organizamos programas criativos, que ajudam as pessoas a se sentirem inspiradas e confiantes com relação à leitura. Ler pode te tirar do desemprego, te educar, te conectar com a comunidade, engrandecer o seu espírito e acender a sua imaginação.

Como somos financiados?

Somos financiados através de diferentes maneiras:

- Financiamento principal do Arts Council England
- Licitações para Administrações e Fundações
- Cobranças pelos elementos de nossos programas



Supported by
**ARTS COUNCIL
ENGLAND**

**THE
READING
AGENCY**

O contexto de nosso trabalho

As artes são um meio pelo qual investigamos e entendemos o passado e o presente, nosso mundo e nossos sentimentos. Nós podemos fazer isso ‘fazendo’ ou ‘observando’, ou ambos. A magia das livrarias, museus e arquivos está no fato de que nós podemos nos relacionar com outros – remontando constantemente centenas de milhares de anos. Essa é uma das maneiras pelas quais descobrimos a história e os moldes da humanidade e onde ou como podemos nos encaixar nesses moldes.

Michael Rosen
Locutor, autor infantil





Eu queria escrever a você que a arte pode fechar uma ferida e abrir um caso legal que ela pode enxergar mais longe que um telescópio que pode viajar mais rápido que a internet e que pode bater como um coração apaixonado. Eu queria te dizer que a arte é tão amada quanto um martelo por ser tão boa em quebrar as mentiras e falar as verdades

ela pode dizer uma coisa muitas coisas qualquer coisa pode dizer muito ou pouco da melhor maneira, e eu acho que seu valor nem sempre pode ser medido com um preço.

Tim Etchells artist, writer, performance maker, Forced Entertainment

**THE
READING
AGENCY**

Por que fazemos o que fazemos?

A criatividade precisa de constante suporte, e as bibliotecas são o coração disso: uma fonte confiável de conhecimento e memória que ancora a comunidade, que fornece a todos, de crianças na escola a acadêmicos, de empreendedores a historiadores familiares – os recursos que eles precisam para inspirar novas ideias, novos insights e novas visões de futuro.



Roly Keating: Chief Executive, British Library

Arts Council Goals

- A excelência é prosperada e celebrada nas artes, museus e bibliotecas
- Todos têm a oportunidade de experimentar e de ser inspirados pelas artes, museus e bibliotecas
- As artes, museus e bibliotecas são resilientes e ambientalmente sustentáveis
- A liderança e a força de trabalho das artes, museus e bibliotecas são diversificadas e qualificadas
- Toda criança e jovem tem a oportunidade de experimentar a riqueza das artes, museus e bibliotecas



Supported by
**ARTS COUNCIL
ENGLAND**

**THE
READING
AGENCY**

A trajetória da leitura: O autor e o Publicador



THE
READING
AGENCY

A trajetória da leitura: Apoio à Leitura



A trajetória da leitura: Compartilhando a leitura



A trajetória da leitura: Celebrando a leitura



THE
READING
AGENCY

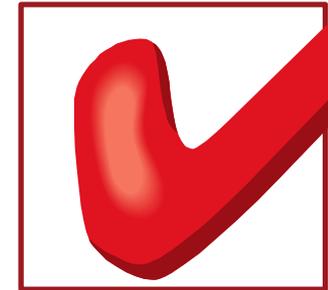
Nossos Parceiros



NÃO



SIM



Nós nos especializamos em bibliotecas públicas por causa da maneira como elas abrem o acesso às oportunidades e ao apoio à leitura.

**THE
READING
AGENCY**



THE
READING
AGENCY

Why visit libraries

photocopier

health checks -
health related groups

search for info
about local
events

- place enjoyed
- research family history
- story telling
- borrow books (the book you want to borrow can't always find them)

cheap coffee
+ food

research

use internet

must

To get
from the

old newspapers

warm
toilet

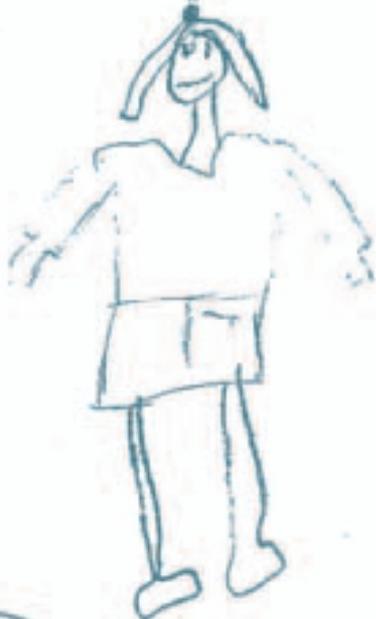
save money
left buying books

- why use the library
- can't always find them
- quality of information
- but can check on find websites to make

gain knowledge

What amazed me most on my visit was...

When I came in
I was confused



When I came out
I was full of ideas





A Oferta Universal de Leitura das Bibliotecas

A Promessa às Crianças

- (ASCEL) Desenvolvido pela Association of Senior Children's and Education Librarians (ASCEL)
- 5 expectativas para os serviços de biblioteca para crianças e jovens
- Mapeado contra as Ofertas Universais
- Reflete a qualidade do Arts Council England
- Usado para políticas, auto-avaliação e desenvolvimento da equipe



Contexto das Políticas Locais e Nacionais

- Nova ênfase em aprendizado personalizado
- Ligações com desenvolvimento de habilidades e experiência de trabalho

Contexto das Políticas

70% dos alunos permanentemente excluídos das escolas têm dificuldades em conhecimentos básicos de alfabetização;

A idade de 16-24 ficou em 22º em 24 países mensurados pelos níveis de alfabetização.

Fonte: Survey of Adult Skills, OECD, 2013

Para jovens de 16 anos, ler por prazer é a única atividade extra curricular comprovadamente conectada com a obtenção de um emprego melhor

Source: Oxford University, 2011

Contexto das Políticas

Os relatórios da Ofsted foram consistentes ao argumentar pelo aumento da ênfase na leitura por prazer, dentro do currículo nas escolas primárias e secundárias. Isso agora se tornou um foco de política governamental

O encorajamento ativo da leitura por prazer deveria ser uma parte central do currículo de toda criança, pois a leitura extensiva e a exposição a uma seleção maior de textos são uma enorme contribuição à realização educacional dos estudantes.

Source: *Report on the inquiry into overcoming the barriers to literacy* by the All-Party Parliamentary Group on Education, 2011

Contexto das Políticas: crucial para o aprendizado

A não ser que as crianças tenham aprendido a ler, o resto do currículo é um jardim secreto ao qual elas nunca terão acesso.

Fonte: Schools White Paper, *The Importance of Teaching* (DFE 2010)

Toda a pesquisa mostra que quanto mais as crianças se apaixonam por ler, mas elas leem, e quanto mais elas leem, melhor é a sua alfabetização, sua realização acadêmica, os resultados de suas leituras e suas atitudes.

Fonte: New Zealand National Library Curriculum Services, 2010

Contexto das Políticas: nenhuma criança é deixada para trás

Nem toda criança vem de uma casa de leitores. Às vezes, as vantagens cognitivas, sociais e culturais, que a leitura por prazer fornece, são negadas a essas crianças, pois as escolas também não possuem uma cultura de leitura. Essas crianças são duplamente desapontadas

www.justreadcampaign.co.uk

Participação das crianças na cultura

- A maioria das crianças já participou de alguma atividade cultural
- Crianças em idade de ensino médio tendem mais a participar de atividades culturais durante o horário escolar (81%), do que fora da escola (75%)
- Crianças em idade de ensino fundamental tendem a participar mais de atividades extra curriculares do que crianças do ensino médio (91% e 75% respectivamente)
- As atividades culturais mais visadas pelas crianças são o teatro, literatura, artes e artesanato (mais ou menos a metade das crianças); elas são menos suscetíveis a se aproximarem da arte de rua, circos e festivais.
- Meninos mais velhos de etnias minoritárias, assim como aqueles que recebem refeições de graça nas escolas, tendem a não participar.
- Garotas mais novas de etnia branca e aquelas que não recebem refeições gratuitas nas escolas tendem a ser participantes.

Source: Ipsos Mori/SQW/DCMS, Evaluation of the Find your Talent Programme, 2009

O que fazemos?

**SUMMER
READING
CHALLENGE**

**READING
WELL**

**READING
GROUPS
FOR EVERYONE**

**SIX BOOK
CHALLENGE**

**CHATTER
BOOKS**

**READING
ACTIVISTS**

Nós atingimos 1 milhão de pessoas por ano com atividades práticas que desenvolvem o prazer pela leitura, a confiança e as habilidades

**THE
READING
AGENCY**

Índice: auxílio a crianças e jovens adultos

- Fazer mais crianças lerem mais
- Desenvolver a confiança das crianças e o entusiasmo pela leitura
- Fomentar o uso de bibliotecas públicas por crianças e famílias
- Ajudar crianças e famílias a se beneficiarem de experiências culturais
- Ajudar jovens adultos, premiando o trabalho voluntário em bibliotecas
- Assegurar que nós estamos atingindo crianças desfavorecidas e incluindo-nas no desafio
- Estamos no processo de elaborar mais as ideias que queremos fazer

SUMMER READING CHALLENGE

<http://readingagency.org.uk/children/quick-guides/summer-reading-challenge/>

THE
READING
AGENCY

Os desafios – 1999 a 2013



1999



2000

the Carnival

2001



2002



2003



2004

The Reading VOYAGE

2005



2006



2007

TEAM READ

2008



2009



2010



2011



2012



2013

THE
READING
AGENCY

O que é o Desafio

- para crianças entre 4 e 11 anos
- encorajadas a lerem seis ou mais livros de bibliotecas – de suas escolhas – durante as férias escolares
- disponibiliza às crianças e famílias material gratuito, eventos e atividades
- participar ajuda a prevenir a queda nas leituras durante as férias (UKLA 2009)
- 99% dos gerentes participam
- as crianças podem se integrar em bibliotecas próximas
- carterinhas de sócio e folhetos serão entregues para ingressar as crianças
- adesivos e prêmios a serem coletados durante o projeto
- Leia seis livros – da biblioteca – para ganhar uma medalha



Faixa etária

- Escola primária, 4-11
- Parceria com a Bookstart Book Crawl para organizar os certificado e desafio voltados ao Summer Reading Challenge
- Material extra para a transição de 6, para 7 anos de idade
- Encoraja novos estudantes do ensino médio a irem às bibliotecas e estabelece conexões com bibliotecas locais

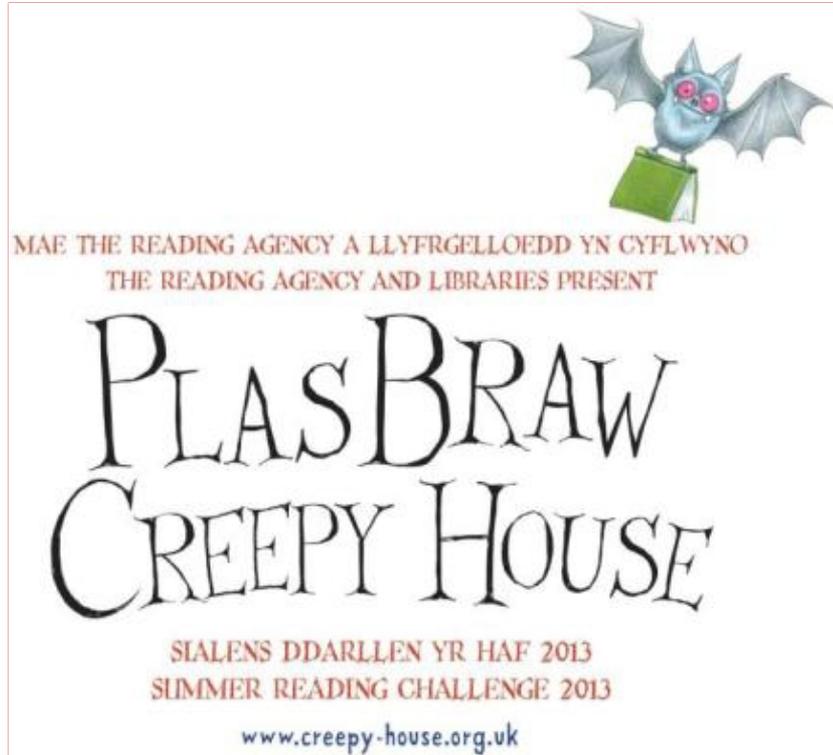
Eventos e atividades



- Bibliotecas realizam eventos e workshops para crianças e famílias
- Neste verão, 14.050 eventos, envolvendo 216.000 crianças

- Encorajar a leitura e a criatividade
- O website do Summer Reading Challenge conta com jogos, quizzes, blogs de autores, mensagens e avisos de leitura

Materiais especiais e Parceiros



- Parceria com o RNIB National Library Service para Publicações em grande escala e materiais em braile
- Crianças podem se integrar através de uma biblioteca local
- Materiais em galês, produzidos nas duas línguas, galês/inglês. Apoiado pela Welsh Assembly e pelo Welsh Books Council
- Folhetos entregues às famílias para divulgar o desafio produzido em 18 línguas diferentes

Outros parceiros chave



- Autoridades Locais
- Histórias da Internet
- Editoras infantis – que apoiam o livro da Summer Reading Challenge
- Livros Promocionais
- Fornecedores de Bibliotecas
- BBC

2014 Ilustradora Sarah McIntyre



THE
READING AGENCY AND LIBRARIES
PRESENT

SUMMER READING
CHALLENGE 2014

THE
READING
AGENCY

Crianças dizem...



44% dos participantes eram meninos e 48% deles leram 6 livros (em termos nacionais, somente 1 em cada 4 meninos leem fora da sala de aula)

'o programa me ajuda, porque antes eu não era um grande fã, mas a senhora veio para nos contar mais sobre o reading challenge e eu achei uma boa ideia, e agora eu comecei a gostar de ler, eu amo ler.'

Os professores dizem...



'o Summer Reading Challenge definitivamente fez a diferença! As visitas dos alunos às bibliotecas dobraram neste verão. As crianças ficaram realmente interessadas e animadas. Isso tem impacto em sua disposição para ler e melhorar suas capacidades'

Os pais dizem...

'O Charlie adorou o summer reading challenge. Sua leitura melhorou e o deixou interessado em ler durante as férias de verão. Obrigado!'

'isso nos dá uma cutucada para ir à livraria regularmente. Eu peguei livros para mim também, não fazia isso há anos. Um incrível pequeno-projeto para as férias de verão'.

Pais de um menino de 7 anos, Essex



I really enjoyed being in the challenge
and you really got me into books
Now I can't stop reading now.
I used to just ignore them
but I'm now gripped.
zoe Lodge

Eu gostei muito de participar do desafio e vocês realmente fizeram eu me interessar por livros. Agora eu não consigo parar de ler. Antes eu só os ignorava, mas agora eu estou viciado.

Fora do Reino Unido

- 13.000 crianças participam através do British Council em 23 países diferentes
- 3.000 crianças na República da Irlanda
- 1.500 crianças no Exército, Alemanha



<http://summerreadingchallenge.org.uk/book-sorter>

The screenshot shows a web browser window with the URL <http://story-lab.org.uk/book-sorter>. A cookie notice is displayed at the top, stating: "The Summer Reading Challenge website uses cookies to give you the best possible experience. By continuing, we will assume you are happy to receive all cookies on the website. More information on cookies can be found on our [privacy page](#)." An "Accept and close" button is visible next to the notice.

Below the cookie notice, a green banner displays "101,717 books read so far". The main header features the "STORY LAB" logo in colorful letters. Navigation links include "Join In", "Book sorter" (highlighted), "Chat", "Competition", "Help", "News", and "My profile". There are also "Sign up now" and "Login" buttons.

The "Book sorter" section contains the text: "Want to find a book to read? Use the book sorter." Below this is a question: "1 Are you a boy or girl?" with a "Choose" dropdown menu. The background of the page is a colorful illustration featuring a character named "PROFESSOR CORTEX" on a computer monitor, a bookshelf, and various whimsical elements like a hand holding a book and a small creature.

192.601 livros vinculados ao Book Sorter

THE
READING
AGENCY

Voluntariado SRC



- 5.200 jovens voluntários em 2013
- Oferece valiosa experiência de trabalho e CVs para a faculdade/empregadores
- Melhora as habilidades de YP, a confiança e a leitura
- Passo à mudança em 2014

CHATTER BOOKS

<http://readingagency.org.uk/children/quick-guides/chatterbooks/>

THE
READING
AGENCY

O que é o Chatterbooks?

Chatterbooks é uma rede única de **grupos de leitura infantil**, promovendo a **leitura por lazer**, conduzido em bibliotecas, escolas e outras organizações:

- 680 grupos pelo Reino Unido
- 9500 crianças participando por ano
- O patrão da Chatterbooks: Dame Jacqueline Wilson



Por que a Chatterbooks?



- Transforma crianças em leitores!
- Dá confiança para as crianças falarem, escreverem e lerem em grupo, escolhendo livros por si próprias e conversando sobre o que gostam de ler.
- Apoiar os conhecimentos de professores/grupos
- Abordagem flexível – grupos mistos ou direcionados
- Especialidade das bibliotecas – serviços de bibliotecas públicas e de escolas

Sessões da Chatterbook

- Quebra-gelo
- O que você já leu?
- Teatro, arte, poesia
- Quizzes
- Atividades Online
- Games
- Escolhendo novos livros



Ingredientes Para o Sucesso

- Localização
- Líderes de Grupo
- Planejamento das sessões
- Criatividade
- Livros!!
- Voz das crianças
- Monitoramento e avaliação



Falando sobre o Chatterbooks

‘eu gostei muito de participar do Chatterbooks. Gostei de todas as diferentes atividades que fizemos, todos os livros que ganhamos e todos os amigos que fiz.’

Jamila, 9 anos

‘conheci novas pessoas. Posso recomendar livros e dar a minha opinião e outras pessoas podem me dar as opiniões deles. Gostei de fazer um diário com os livros que li, para mostrar para minha mãe e minha irmã’

Emma, 10 anos

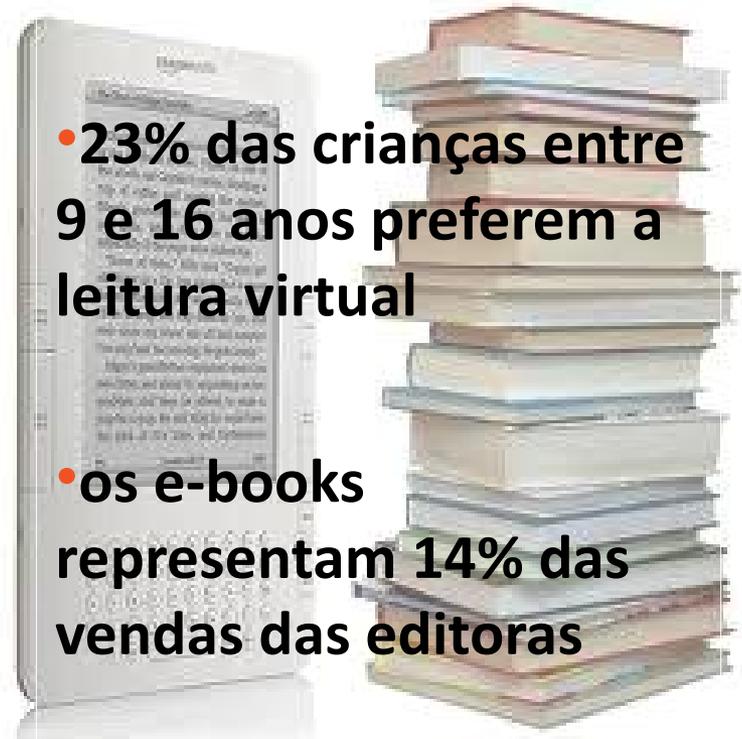
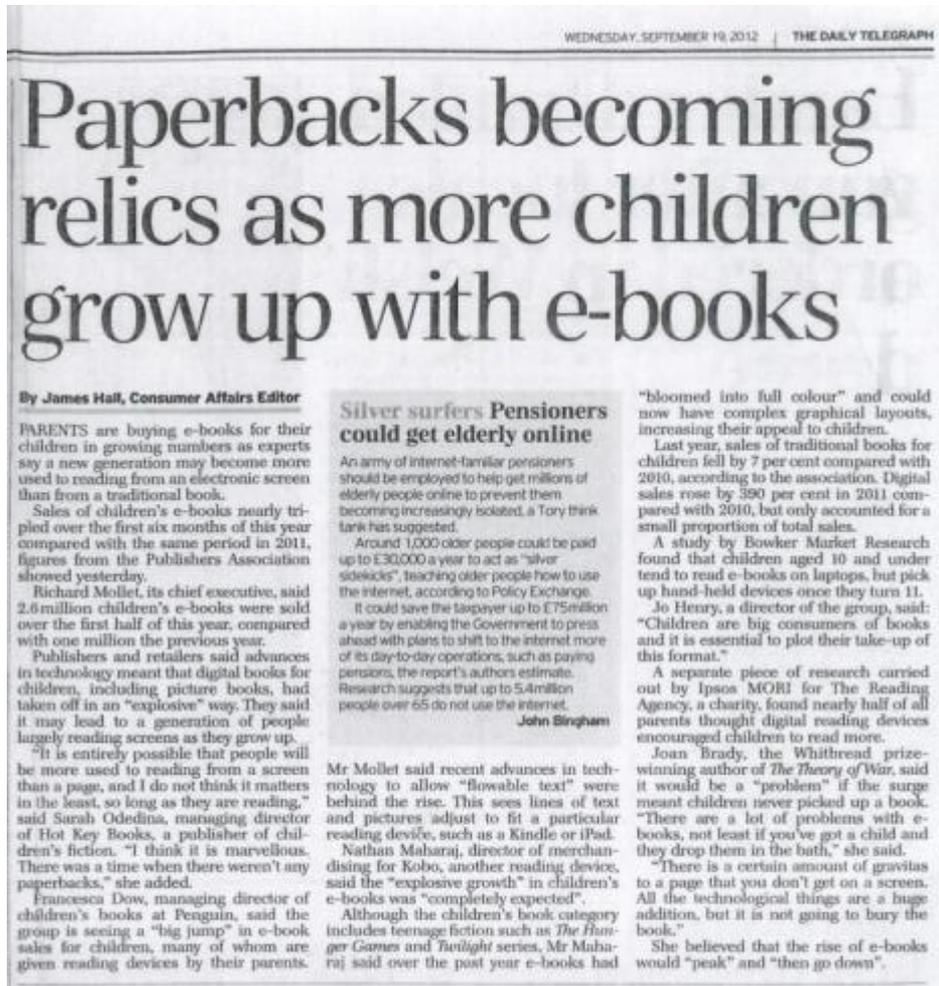




THE
READING
AGENCY

O mundo em movimento da leitura

Ler traz mudanças



- 23% das crianças entre 9 e 16 anos preferem a leitura virtual
- os e-books representam 14% das vendas das editoras

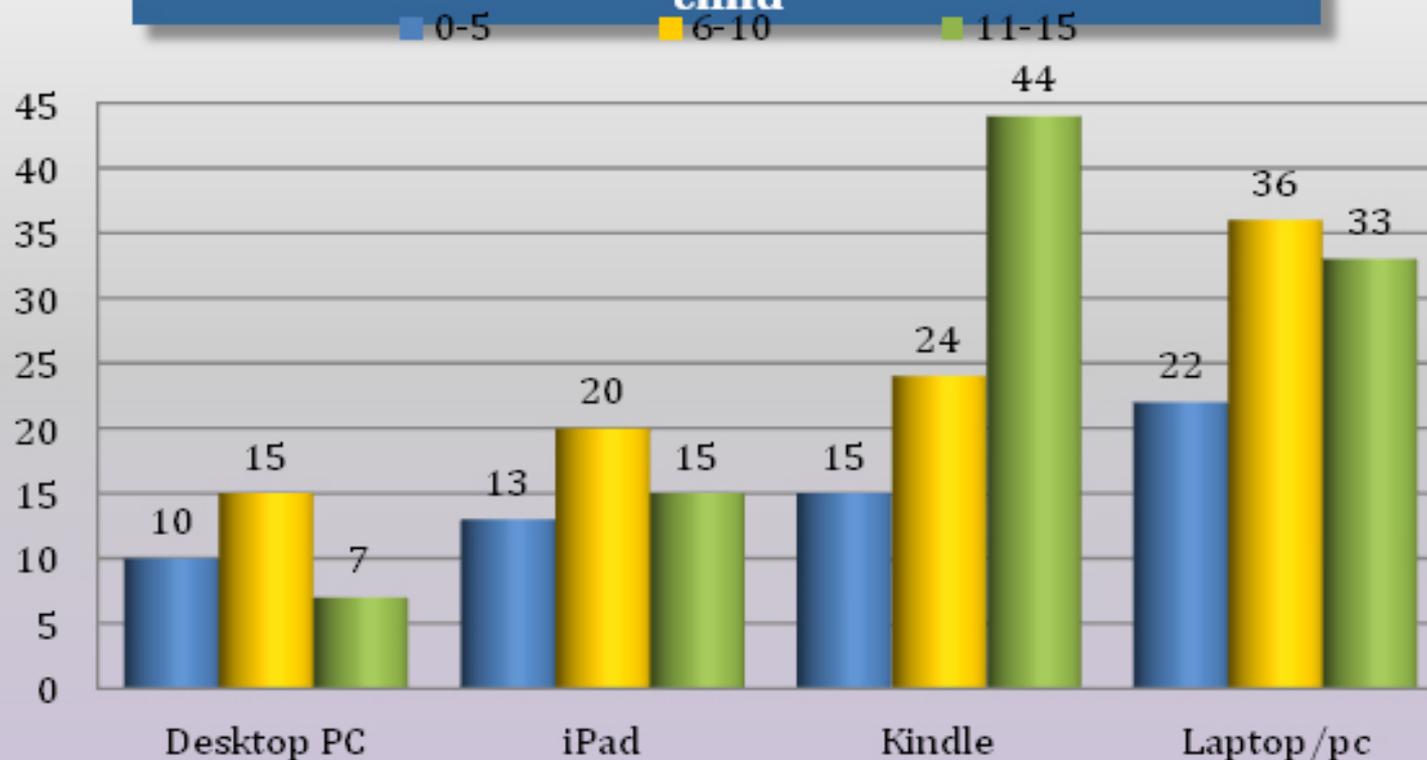
THE
READING
AGENCY

- **95% das crianças entre 12 e 17 anos** do Reino Unido possui um celular Britain. **87%** delas possui um smart phone.
- **17% das crianças com até 11 anos** possui um celular. **53%** delas possui um smart phone.
- Houve **82,7 milhões de assinaturas para planos móveis** no Reino Unido em 2013, sendo que cada assinante envia uma média de 200 mensagens por mês
- **55%** dos adultos britânicos com internet em casa acessaram mídias sociais no ano passado

Fonte: eMarketer, Radicati, Ofcom

Os novos leitores do século XXI

Fig 1. Main devices used for reading ebooks by age of child



Source: Understanding the Digital Consumer, Bowker Market Research 2012

Base: Bought ebook for relevant age group

Conexões entre meios on e offline



 <http://readinggroups.org/news/dickens-champions/>

**READING
GROUPS
FOR EVERYONE**

GROUPS
Look for a group near you

OFFERS
Discounts, promotions and more

TIPS
Information all about reading groups

IMPACT
How reading groups help you and others

NEWS
Keep up to date with all our news

ABOUT
All you need to know about us

HELP | CONTACT

Home / News / Dickens Champions: Beeston's Afternoon Reading Group discuss Barnaby Rudge

Search... Groups

- Dickens Champions
- Events
- General
- National Reading Group Day
- Poetry Champions
- The Hobbit Community

Dickens Champions: Beeston's Afternoon Reading Group discuss Barnaby Rudge

11 October 2012 / 0 Comments



Reading Groups for Everyone    

Help us spread the word about the great things that reading groups, writing groups and book clubs offer.

Join Reading Groups for Everyone. Add groups you run. Find groups near you. Get discounts and promotions too.

Join now

Add your group

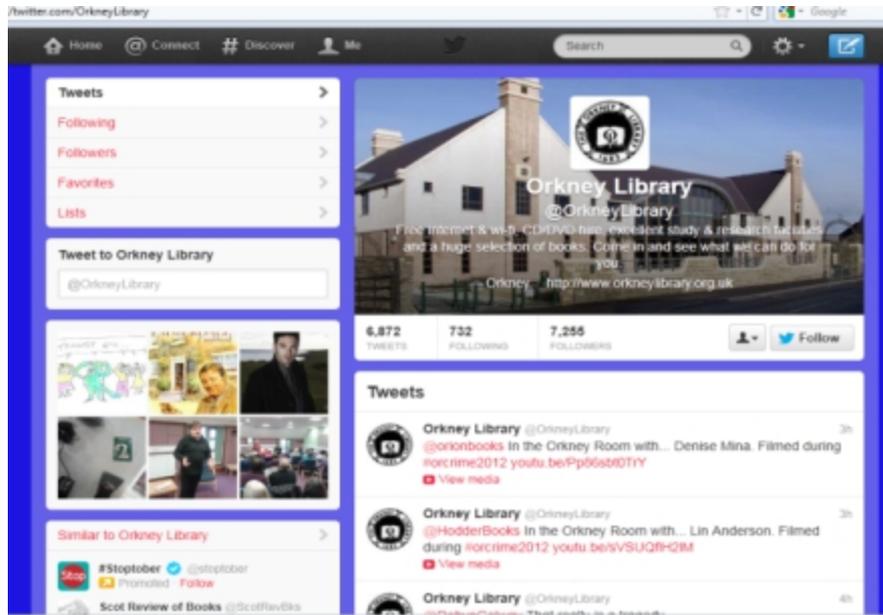
Find out how
your library can help

Find out how
The Reading Agency can help

**READING
AGENCY**

Blogueiros e tuiteiros

http://dovegreyreader.typepad.com/dovegreyreader_scribbles/



 @OrkneyLibrary



THE
READING
AGENCY

READING ACTIVISTS

<http://readingagency.org.uk/young-people/quick-guides/readingactivists/>

THE
READING
AGENCY

“para jovens de 16 anos, ler por prazer é a única atividade fora da escola comprovadamente relacionada à segurança de um emprego melhor”.

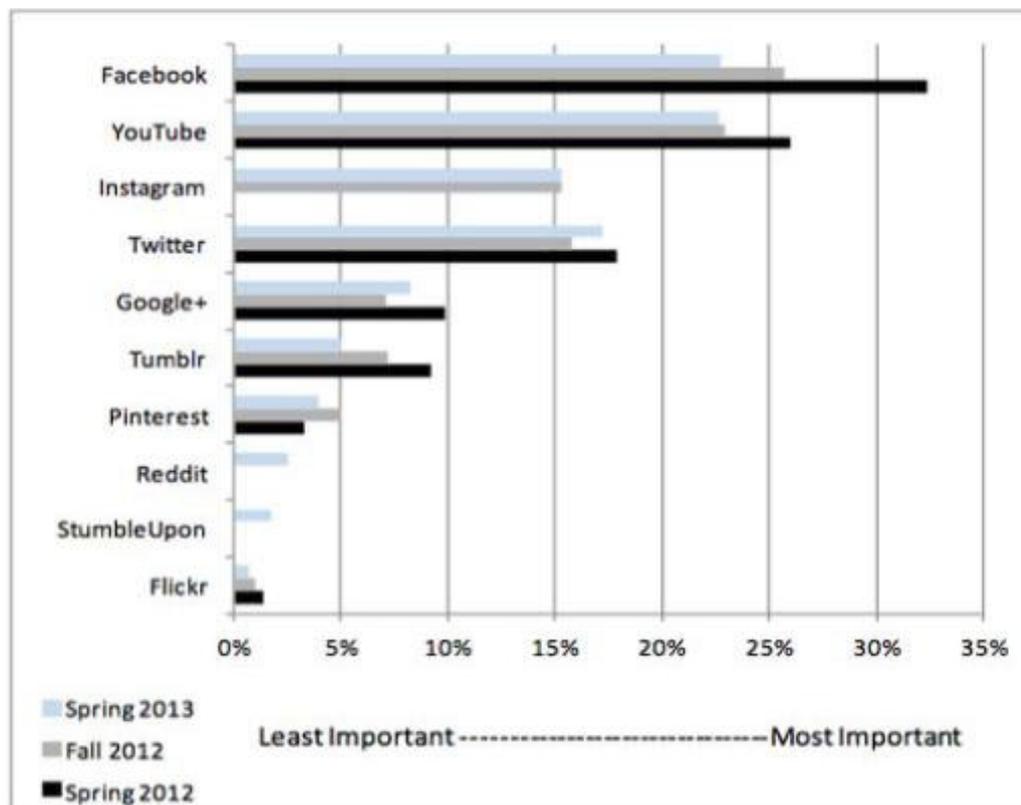
Oxford University, 2011

**Cifra de desemprego de jovens na Inglaterra
chega a 950.000.**

Guardian, 3 July 2013

Mídias Sociais

Most Important Social Media Sites For Teens



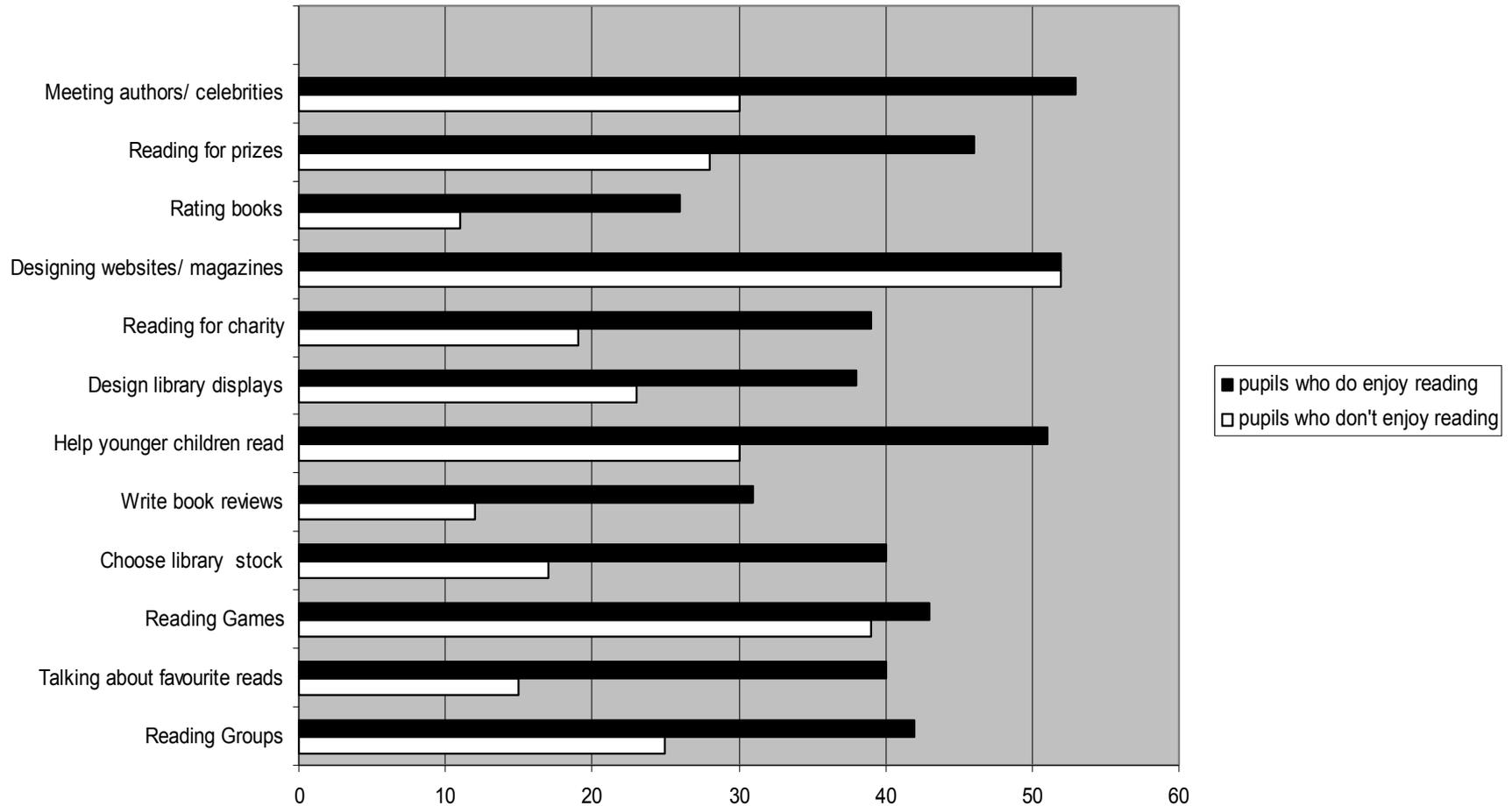
Fonte: pesquisa da Piper Jaffray com mais de 5.000 jovens, abril de 2013.

O que os jovens querem

Os jovens dizem que a sua biblioteca do futuro irá:

- Encorajar a leitura
- Oferecer um espaço acessível, receptivo, sem pressão
- Criar um ambiente para brincar, se divertir e estudar
- Guiá-los sobre livros/ informação/ novas paixões
- Ser uma ponte para o voluntariado e emprego

Activities that would encourage more reading



Fonte: pesquisa de 8.206 estudantes de escolas do Reading Connects.

Desafio dos ativistas da leitura:

- Youth-led concept: reading + volunteering
- Strong teen brand and web platform
- Conteúdo e campanhas ligadas a interesses
- Incentivos e recompensas
- Gerador de CV/ portfolio e acreditação (ex.: Prêmio de Artes, DofE)
- Assinaturas em escolas, livrarias
- Administração baixa

Objetivos

- Aumento da motivação para a leitura
- Aumento do bem estar
- Aumento das habilidades pré-emprego
- Aumento da ação social

Os Ativistas de Leitura são:

11.000 voluntários de leitura criativa, idades 12 a 24:



- Voluntários do Desafio da Leitura de Verão
- Grupos de Ativistas de Leitura
- Doadores de Livro do Mundo Livro da Noite
- Grupos de Leitura de jovens

Ativistas de Leitura

5.233 Ativistas de Leitura em 42 Hubs

26.124 jovens que participaram dos eventos

24 orientandos de escritura

27.632 jovens engajados online

483 jovens acreditados

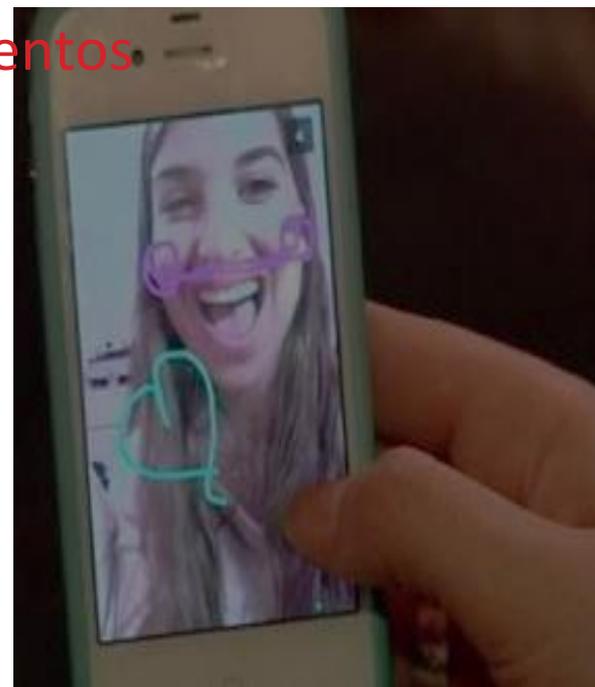
Os jovens dizem:

83% estão usando mais a biblioteca

71% gostam de ler mais

63% emprestam mais livros/e-books

86% adquiriram novas habilidades



Ativistas de Leitura de Gateshead

The image is a collage of three main visual elements:

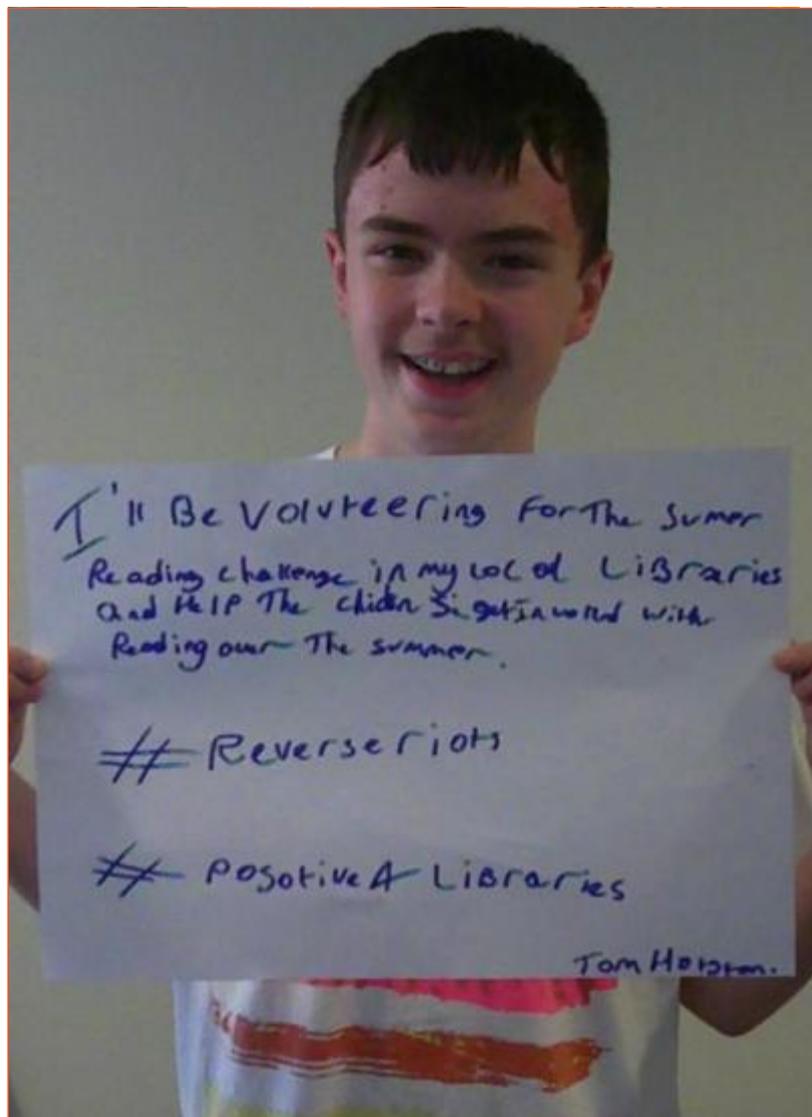
- Top Left:** A Facebook cover photo for 'The Look' featuring four young women in various dresses (brown, green, yellow, and black) standing on a stage and holding hands. The Facebook interface shows the name 'The Look' with 44 likes and a 'Message' button.
- Bottom Left:** A photograph of two models on a stage. One is wearing a yellow dress and a hat, the other a purple dress. A banner in the background reads 'RAISING FUNDS FOR TEENAGE CANCER TRUST'.
- Right Side:** A screenshot of the Twitter profile for @TheLook_NE. The profile picture is a stylized 'TL' logo. The bio mentions 'Celebration of Newcastle Fashion Week - Saturday 1 June 11am Gateshead Central Library'. It shows 60 tweets, 614 following, and 153 followers. A tweet from 12 Jun is visible, thanking @LexiFashionUK for lending clothes for an event at @GatesheadLibs.

READING
AGENCY

O que eles aprenderam

- Persistência
- Promoção dos companheiros
- Parceiros
- Mercado como uma experiência de trabalho
- Promoção peer to peer
- Regularidade
- Anunciar onde os YP estão
- Plataformas online
- Incentivos
- Patrocínio





“Aprendi muitas coisas e sou muito melhor com a leitura, e mais confiante em geral.”

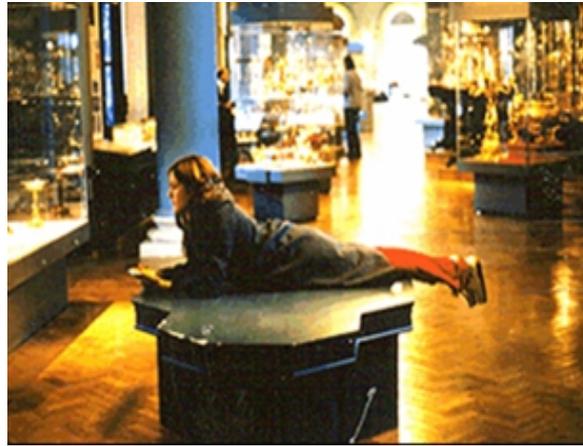
Tom Hotston, 15, Warrington

THE
READING
AGENCY

Recompensa pela leitura



Seguindo adiante: ambições para o futuro



- A leitura encrustada como uma experiência criativa e cultural
- Fortes parcerias: nacional e internacional
- Evidência de impacto

Sessão de discussão

- Como você se aproxima dos jovens para envolvê-los?
- Como você registra e recompensa pelo engajamento?
- Quais treinamentos e recursos os serviços precisam para fazer isso bem?
- Quais deveriam ser os seus parceiros para esse trabalho?

- Quais são os *resultados* esperados para o trabalho que você está realizando? Que *diferença* você fará?
- Como você saberá que atingiu os seus resultados?
- Como você conseguirá provar o sucesso?
- Quais atividades irão te ajudar a atingir os seus objetivos?

Inspirando o Ensino para Todos: Medindo o impacto e a qualidade

O que significa Inspirar o Ensino para Todos?

“O aprendizado é um processo de engajamento ativo com experiência.

É o que as pessoas fazem quando elas querem dar sentido ao mundo. Pode envolver o desenvolvimento ou o aprofundamento de habilidades, conhecimento, compreensão, conscientização, valores, ideias e sentimentos, ou um aumento na capacidade de refletir. O aprendizado efetivo leva à mudança, desenvolvimento e o desejo de aprender mais.”

Inspirando o Aprendizado para Todos

The screenshot shows the homepage of the Inspiring Learning for All website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'inspiring learning for all' and 'MLA MUSEUMS LIBRARIES ARCHIVES'. Below this is a search bar and a 'GO' button. A secondary navigation bar contains five tabs: '1 INTRODUCTION', '2 USE THE FRAMEWORK', '3 MEASURE LEARNING', '4 WIN SUPPORT', and '5 GO FURTHER', along with a 'NEW USER GUIDE' link. The main content area features a large introductory text on the left and a vertical list of five numbered sections on the right, each with a small image and a brief description. The footer contains a list of links, contact information, and copyright details.

inspiring learning for all

MLA MUSEUMS LIBRARIES ARCHIVES

HOME RESOURCES & FURTHER INFO GO

1 INTRODUCTION 2 USE THE FRAMEWORK 3 MEASURE LEARNING 4 WIN SUPPORT 5 GO FURTHER NEW USER GUIDE

Inspiring Learning for All is for people working in museums, libraries and archives to inspire you to:

- discover what people learn in your museum, archive or library
- find out what you are doing well already to inspire and support learning
- plan how to improve what you do

Check out your own learning styles based on Howard Gardner's theory of Multiple Intelligences

inspiring learning for all

1 INTRODUCTION Background, development and concepts

2 USE THE FRAMEWORK Use these guidance materials to introduce Inspiring Learning for All

3 MEASURE LEARNING Tools to assess the impact of your organisation on learning

4 WIN SUPPORT How to make a better case for learning

5 GO FURTHER How to embed the learning more deeply

1. INTRODUCTION | 2. USE THE FRAMEWORK | 3. MEASURE LEARNING | 4. WIN SUPPORT | 5. GO FURTHER

[Home](#) | [Contact us](#) | [Site map](#) | [Advanced search](#) | [Download library](#) | [FAQs](#) | [Glossary](#) | [New user guide](#) | [References and links](#) | [Feedback](#)

MLA, 16 Queen Anne's Gate, London SW1H 9AA tel: +44 (0)20 7278 1444
Copyright © MLA 2004. All rights reserved. [Legal Notices](#)

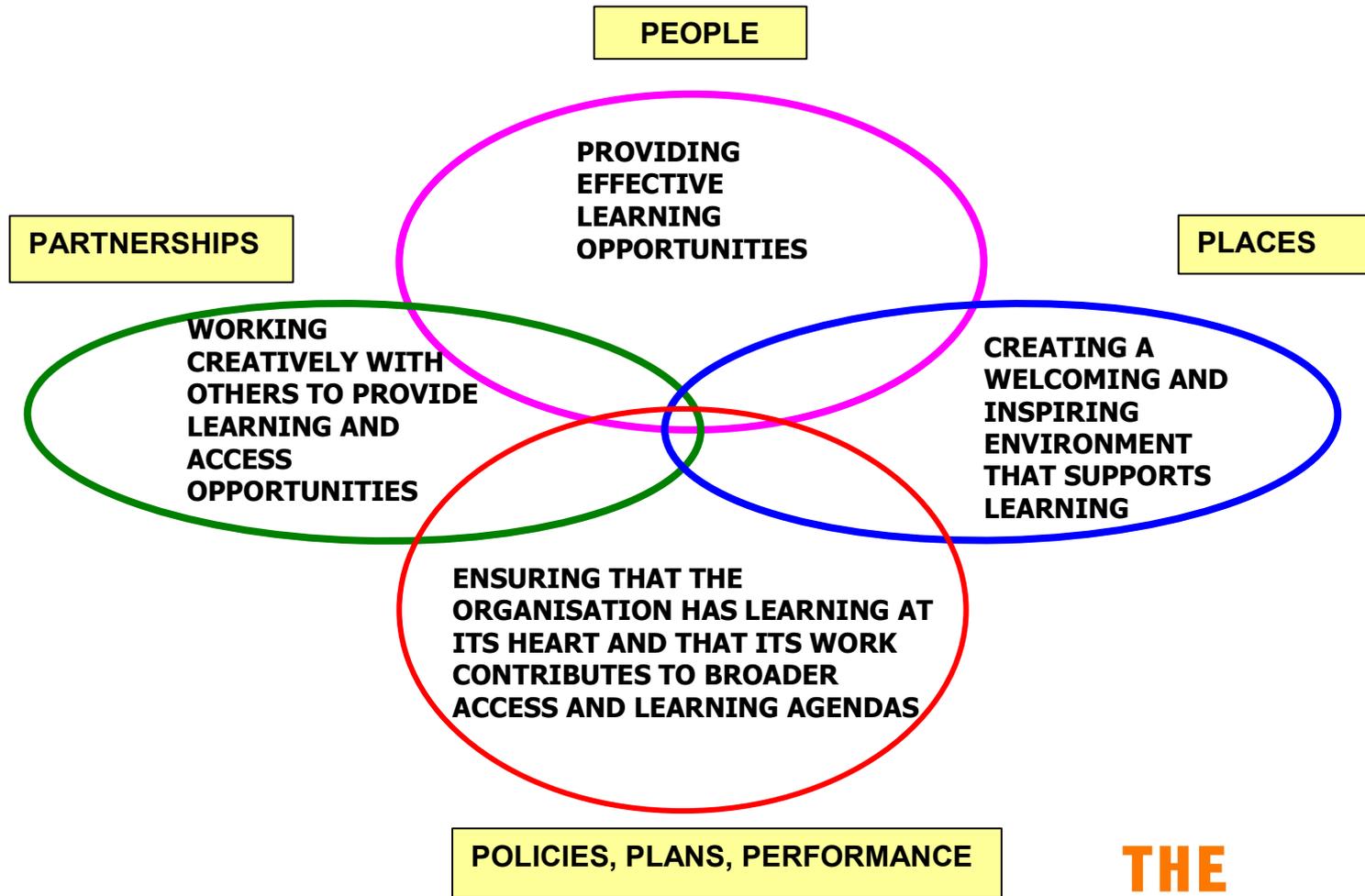
Site Design & Developed by [Attimedia](#)

www.inspiringlearningforall.gov.uk

Internet

Inspirando o Aprendizado para Todos

INSPIRING LEARNING FOR ALL



Desenvolvendo a estrutura

- 3 anos de trabalho
- Mais de 500 pessoas consultadas no Reino Unido
- Aprendizado definido e melhor prática definida
- Metodologia definida para a medir o impacto
- Projeto piloto desenvolvido em diversos museus, arquivos e bibliotecas
- Desenvolvido como um recurso interativo tendo como base a web

Princípios chave

- A necessidade de desenvolver serviços com base na comunidade identificada e nas necessidades individuais
- A necessidade de consultar, envolver, colaborar, provar e testar iniciativas
- Foco nos resultados e no aperfeiçoamento contínuo
- A evidência de sucesso a partir dos usuários do serviço

Inspirando o Aprendizado para Todos: objetivos gerais

Usuários

- Desenvolvem conhecimento, compreensão e habilidades
- Tornam-se mais auto-confiantes, questionados, motivados e abertos às perspectivas dos outros
- Estão enriquecidos e inspirados
- Sentem prazer
- Fazem algo diferente com as suas vidas
- Se sentem bem vindos, respeitados e apoiados no seu aprendizado

Museus, arquivos ou bibliotecas

- Uma maior diversidade de pessoas usam e apreciam o museu, arquivo ou biblioteca
- Novas oportunidades de aprendizado são criadas como resultado de parcerias
- Equipe, voluntários, parceiros são defensores efetivos para o aprendizado e estão aprendendo e desenvolvendo as suas práticas continuamente

Como foi usado

- Para estimular discussão
- Para auditar serviços e planejar melhorias
- Para construir parcerias
- Para redistribuir coleções
- Para preparar um briefing de design
- Para treinar professores
- Como uma ferramenta de defesa
- Com os financiadores



Medindo o impacto

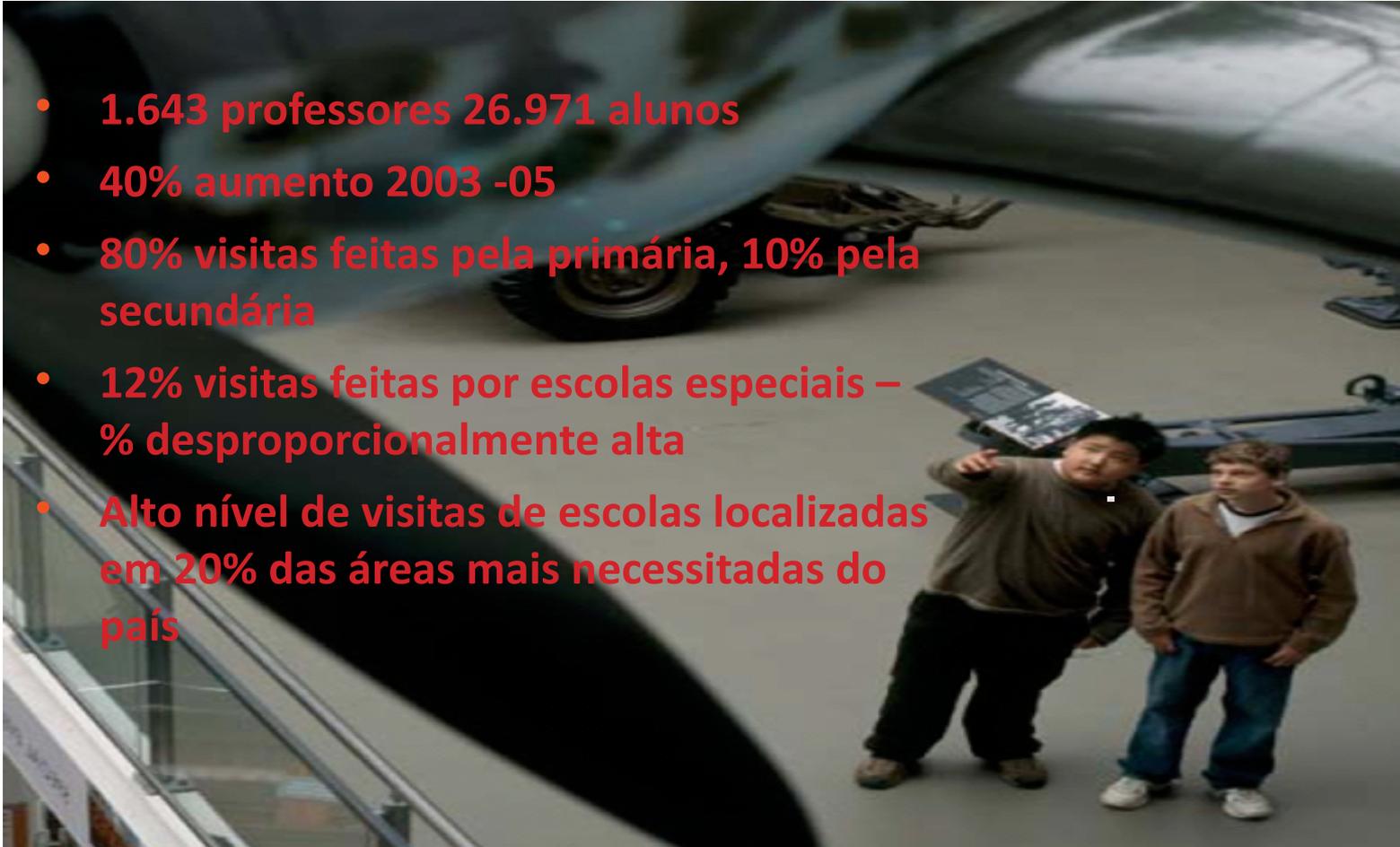
- Parte crítica do processo
- Começar a coletar informação entre os setores de uma maneira sistemática
- Dar valor e peso à “evidência anedótica”, onde os usuários falam sobre o impacto que os projetos tiveram sobre eles
- Permite usar a informação a partir de uma relação com os resultados
- É necessário um acordo com relação aos resultados

Metodologia: O Aprendizado Genérico

Resultados

Pesquisa 2005

- 1.643 professores 26.971 alunos
- 40% aumento 2003 -05
- 80% visitas feitas pela primária, 10% pela secundária
- 12% visitas feitas por escolas especiais – % desproporcionalmente alta
- Alto nível de visitas de escolas localizadas em 20% das áreas mais necessitadas do país



Pesquisa 2005: as visões dos alunos sobre seus aprendizados

7 a 11 anos

- 93% gostaram da visita
- 90% aprenderam coisas novas
- 80% entenderam o que fizeram
- 86% acharam os museus interessantes

11-14 anos

- 86% gostaram da visita
- 83% acharam que o museu é um bom lugar para aprender de uma maneira diferente da escola
- 68% disseram que o museu faz o trabalho da escola ser mais inspirador



Nome	KS2 SAT English	KS3 História - s/ visita	KS3 História - s/ visita	KS3 História - pós visita
Trish	4	5	4/5	6/7
Tom	4	3/4	4/5	5
John	4	Novo na escola	Novo na escola	5
Matt	4	6	5/6	7/8
Cath	4	5/6	5/6	6/7
Oscar	4	5/6	6	7

Course work results Downham Market School

Uso corrente

- O website do Inspirando o Aprendizado para Todos está atualmente gerido pelo Arts Council England
- Está no processo de ser atualizado
- É usado por organismos de financiamento, como o Heritage Lottery Fund
- É usado no mundo todo.

Seguindo adiante: ambições para o futuro



- A leitura encrustada como uma experiência criativa e cultural
- Fortes parcerias: nacional e internacional
- Evidência de impacto