

Recomendaciones para Evaluar la Interpretación[♦]

Scottish Natural Heritage

Por qué evaluar

Con la evaluación sabrá si la interpretación que realiza funciona o no. Para evaluar, debe tener los objetivos de su interpretación bien claros. Hay cuatro tipos de objetivos:

- Objetivos de conocimiento: ¿qué quiere que los visitantes *sepan* de su sitio?
- Objetivos emocionales: ¿qué quiere que los visitantes *sientan* por su sitio?
- Objetivos de comportamiento: ¿qué quiere que los visitantes *hagan* como resultado de la interpretación?
- Objetivos de promoción: ¿cómo quiere *presentar* a su organización?

Si todavía no tiene los objetivos claros, es necesario que decida cuáles deberían ser.

Cuándo evaluar

La evaluación se puede clasificar según el momento del proceso interpretativo en el que se realiza.

La evaluación Inicial se realiza durante el proceso de formulación de sus objetivos de interpretación, y responde a cuestiones como “¿qué sabe el público ya sobre esta materia?” y “¿en qué está más interesado?” De esta forma, usted podrá ajustar la interpretación a los conocimientos e intereses de los visitantes.

La evaluación Formativa examina las reacciones de los visitantes frente a versiones ensayo o maquetas de su interpretación. Puede ver, por ejemplo, si los folletos y paneles de prueba atraen la atención y transmiten los mensajes deseados. Eso le permitirá cambiar el diseño o contenido y así asegurar su buen funcionamiento.

[♦] Traducido y adaptado para el *Boletín de Interpretación* por: Franca Jordá, con la amable autorización de Scottish Natural Heritage.

La evaluación Correctora se hace para comprobar que todos los elementos de una exhibición funcionan una vez puestos en común. Si, pongamos por caso, la iluminación es la adecuada, los patrones de flujo de visitantes son los óptimos y si se ha minimizado el factor distracción / competencia entre los distintos elementos.

La evaluación Sumativa responde a la pregunta “¿está alcanzando nuestra interpretación los objetivos previstos?” La evaluación sumativa se lleva a cabo cuando el proyecto ya está puesto en funcionamiento.

¿Cómo evaluó?

Hay una serie de metodologías para evaluar, y se pueden subdividir en:

Métodos Cuantitativos. Cuentan y miden las cosas. En ellos sus datos pueden estar ya en forma de números o ser convertidos en tales para poder ser analizados estadísticamente.

Métodos Cualitativos. Intentan describir las opiniones, actitudes, percepciones y sentimientos de los visitantes. Para esta información se precisará una interpretación y organización adicional.

La investigación sobre los aspectos cuantitativos y cualitativos se puede realizar con las siguientes técnicas:

1. **Observación.** Implica observar el comportamiento del visitante para determinar, por ejemplo, cuánto tiempo destina a observar una exhibición o si repite en voz alta alguno de los contenidos (“eco del texto”).
2. **Seguimiento / mapeo del comportamiento.** Conlleva un seguimiento del público con el objeto de averiguar dónde va, qué uso hace del espacio o un área concreta y cuánto tiempo pasa en los diferentes sitios.
3. **Cuestionarios.** Proporcionan información, tanto cualitativa como cuantitativa. El cuestionario puede ser realizado por un entrevistador o cumplimentado por el propio visitante. Puede incluir preguntas cerradas que permitan un tratamiento estadístico, como:

Dentro de la escala siguiente, ¿cómo calificaría el diseño del panel que hace referencia el suelo del bosque?

(muy malo / malo / medio / bueno / excelente)

También pueden incluir preguntas abiertas que aporten ideas sobre opiniones, sentimientos y percepciones, tales como:

¿Qué le gusta y qué no le gusta del panel referido al suelo del bosque?

4. **Grupos foco.** Se trata de recoger información por medio de entrevistas semiestructuradas con más profundidad en un grupo de personas. Las entrevistas se suelen grabar para analizarlas luego. La persona que realiza la entrevista tiene que abordar preguntas puntuales, abiertas, que permitan explorar un tema con cierta profundidad.
5. **Valoración crítica.** Requiere la opinión experta de un profesional de la interpretación. El sistema de premios a proyectos del tipo *“Interpret Britain”* cuentan con la valoración crítica de un jurado con experiencia que determina las distintas cualidades de la instalación interpretativa.

Cada método tiene sus puntos fuertes y flojos y, generalmente, se obtienen mejores resultados con la combinación de varios. A continuación se dan algunas ideas sobre qué métodos usar según las diferentes etapas:

Etapa	Método
Inicial	-Grupos foco -Cuestionario
Formativa	-Observación -Cuestionario simple con entrevistador
Correctiva	-Observación Cuestionario simple con entrevistador
Sumativa	-Todos los métodos, pero preferentemente observación y cuestionario -Valoración crítica

¿A cuántas personas tengo que entrevistar u observar?

A continuación presentamos unas posibles directrices sobre el tamaño de la muestra:

- La evaluación es siempre una negociación entre tiempo, dinero y precisión. A mayor muestra, mayor precisión en los resultados, pero también mayor coste.
- En el caso de la evaluación formativa, basta con una muestra pequeña: si algo no funciona se verá rápidamente.

- La investigación cualitativa generalmente se lleva a cabo con muestras más pequeñas. Se pueden realizar entrevistas en profundidad a 20 visitantes, por ejemplo.
- La investigación cuantitativa requiere un mayor número de muestras: entrevistas a 150 ó más visitantes de un sitio. Para que la muestra sea estadísticamente representativa los entrevistados tienen que haber sido elegidos al azar. En este caso puede ayudar a hacer la selección la “regla del próximo cumpleaños”: se entrevista a los que celebran su cumpleaños en la fecha siguiente más próxima, en lugar de elegir al “líder” del grupo.
- Para los grupos foco se suelen escoger entre 8 y 10 participantes de un grupo específico de visitantes, como por ejemplo personas provenientes de una clase social determinada (como ABCI) o de un barrio determinado de la ciudad. Será preciso contar con varios grupos foco para reflejar el perfil del visitante de un sitio.

Bibliografía adicional

Bicknell, S. & Farmelo, G. (eds.). 1993. *Museum Visitor Studies in the '90s*. Science Museum, London.

Centre for Environmental Interpretation. 1990. *Evaluating Interpretation, Environmental Interpretation 5(2)*. CEI, Manchester.

Centre for Environmental Interpretation. 1990. *Evaluation Bibliography*. CEI, Manchester.

Interpret Scotland. 2001. *Evaluating interpretation. Interpret Scotland journal nº 4*.

Korn, R. & Sowd, L. 1990. *Visitor Surveys: A User's Manual*. American Association of Museums, Technical Information Service.

Medlin, N.C. & Ham, S.H. 1992. *A Handbook for Evaluating Interpretive Services*. US Dept of Agriculture, Forest Service.

Sudbury, P. & Russell, T. (eds.). 1985. *Evaluation of Museum and Gallery Displays*. Liverpool University Press.

Taylor, S. (ed.). 1991. *Trying it! Improving Exhibits Through Formative Evaluation*. New York Hall of Science.

Veal, A.J. 1992. *Research Method for Leisure and Tourism: A Practical Guide*. Longman/ILAM.