

**ANÁLISIS EVALUATIVO:
INTRODUCCIÓN Y CUESTIONARIO PARA EL ANÁLISIS**

Septiembre de 2013



Autores:

CRISTINA ALFONSO SEMINARIO.
ANNA ESCARPANTER LLANDRICH
ALBERTO DE ARMAS ESTÉVEZ

Para el Seminario de Interpretación del Patrimonio y con la colaboración de todos sus miembros.

Análisis evaluativo

Introducción

La finalidad de esta herramienta es realizar una valoración compartida del caso, profundizando en el análisis de algunos aspectos que se consideran relevantes por su contribución a que las acciones de comunicación del patrimonio desarrolladas puedan calificarse como significativas.

Para ello se propone la reflexión conjunta (evaluadores externos y persona que presenta el caso) en torno a una serie de preguntas referidas a:

- Planificación y objetivos
- Mensajes y medios
- Aplicación de la Interpretación en la comunicación
- Evaluación y resultados

Dada la dificultad práctica de que todas las personas que participen en el análisis conozcan la experiencia de primera mano, en la selección de preguntas se ha tenido en cuenta que puedan ser respondidas con la información aportada en la ficha básica del caso. Ello no resta para que, según las particularidades del caso y con el diálogo que se establezca durante el análisis, éste se pueda enriquecer con otros aspectos complementarios.

El ánimo y el objetivo es mejorar. Por ello se pide abordar la valoración con un enfoque positivo, en el sentido de poner la atención tanto en lo que ya hay de bueno, como en aquello que se puede mejorar, en lugar de enfatizar lo que falta o se considera que no está bien.

Cuando se observen aspectos mejorables o no se comprenda la propuesta se recomienda encarecidamente no decir qué es lo que hay que hacer, sino preguntar y sugerir si se han contemplado determinadas posibilidades que se apuntan.

Se parte de la premisa de que una acción está vinculada a un conjunto de factores de contexto y de una experiencia que no puede entenderse fácilmente desde fuera. Por eso la riqueza del análisis está en el diálogo que se comparte. Distintas opiniones, preguntas, sugerencias o recomendaciones que surgen sobre el caso en particular durante la valoración, pueden ayudar al gestor o persona que presenta el caso a contrastar sus propios planteamientos y vislumbrar otras opciones de mejora.

A la vez, del análisis particular se extraerán las buenas prácticas que puedan servir como recomendaciones genéricas a tener en cuenta para el desarrollo de acciones de comunicación del patrimonio, en un documento que se irá construyendo conforme el número de casos analizados vaya en aumento.

Cuestionario para el análisis evaluativo

- **Sobre Planificación y objetivos**

Planificación

- La acción / servicio ¿se enmarca en alguna planificación o tiene carácter aislado / puntual?
- ¿Se ha realizado una planificación interpretativa de los recursos potencialmente utilizables?
- ¿Existe el documento “Planificación interpretativa”?

Destinatarios

- ¿Están bien caracterizados los destinatarios del servicio?

Objetivos

- ¿El servicio responde a objetivos de gestión?
- Los objetivos de comunicación ¿son congruentes-coherentes con los objetivos de gestión?
- ¿Hay objetivos específicos de comunicación en los 3 ámbitos: conocimiento, afectividad, actitud-comportamiento?

- **Sobre Mensaje y medios**

- ¿Existe una clara congruencia entre los fines y los mensajes, entre lo que se quiere conseguir y lo que se transmite al público?
- ¿Son coherentes los medios o soportes con el mensaje?
- ¿El texto se adecua a los objetivos de comunicación (conocimiento, emocional, actitudinal)?
- ¿En qué medida los mensajes revalorizan la importancia de los recursos patrimoniales?
- ¿Los medios empleados se adecuan al lugar, a los objetivos y al público destinatario?

- **Sobre aplicación de la metodología de la Interpretación del Patrimonio en la comunicación**

El mensaje que transmite:

1. **¿Contiene elementos y atributos tangibles?** Es decir, el mensaje identifica con claridad las características físicas y concretas del rasgo.
 2. **¿Contiene elementos o conceptos intangibles?** Se refiere a ideas abstractas contenidas en el mensaje que surgen a partir de (o relacionadas con) los atributos tangibles del recurso.
 3. **¿Utiliza conceptos universales?** El mensaje contiene ideas intangibles con un nivel de relevancia superior para los visitantes. Surgen del punto 2, y son conceptos más elevados, importantes para una amplia mayoría de visitantes. Los conceptos universales expresan con más profundidad y de manera más personal "qué representa" ese recurso para el visitante.
 4. **¿Crea conexiones intelectuales con el visitante?** Oportunidad que ofrece el mensaje para que el público comprenda conceptos e ideas nuevas.
 5. **¿Crea conexiones emocionales con el visitante?** Oportunidad que ofrece el mensaje para producir emociones en el público.
 6. **¿Estimula el pensamiento?** Capacidad del mensaje para provocar en el visitante un pensamiento más profundo. Es la provocación lo que causa el pensamiento.
 7. **¿Puede infundir una actitud de custodia/respeto por los recursos?** Actitud que podría generar el mensaje para que el público aprecie y contribuya a la salvaguarda del recurso. Si las actitudes son positivas, es probable que los comportamientos también lo sean.
 8. **¿Desarrolla una idea central clara?** Un *tema* potente que dé cohesión a los distintos aspectos tratados en el mensaje –en forma de oración, con sujeto, verbo y predicado–. Además, el propósito de comunicar el tema es estimular el pensamiento del visitante.
- **Sobre evaluación y resultados** (Evaluación realizada para estimar resultados de las acciones. Y en qué medida con estos resultados se logran satisfacer los objetivos de comunicación, de servicio y/o de gestión).
 - ¿Se ha planificado la evaluación? (qué, cómo y cuándo evaluar)
 - ¿Se han definido indicadores medibles y acordes con los objetivos planteados?
 - ¿Los resultados ofrecen mejoras respecto a la situación de partida?
 - ¿Los resultados de la evaluación se aplican en la gestión del lugar y en la mejora de los servicios/actuaciones de comunicación?
 - ¿Cuáles son los puntos fuertes de la estrategia comunicativa? ¿Por qué se considera que merece ser destacada?
 - ¿Cuáles serían los aspectos más débiles o a mejorar?