

Estudos de avaliação da **interpretação** de atrações turísticas: Âmbito geográfico, dimensões de **avaliação** contempladas e técnicas utilizadas

MARÍLIA SOFIA F. DURÃO * [marilia.durao@ua.pt]

MARIA JOÃO CARNEIRO ** [mjcarneiro@ua.pt]

Resumo | A interpretação constitui um importante fator de competitividade das atrações e, consequentemente, dos destinos, enquanto processo comunicacional que promove a maximização da experiência do visitante, a par de uma maior sensibilização para a conservação do património.

No entanto, apesar da relevância que lhe é reconhecida, uma revisão de estudos sobre esta temática revelou que a avaliação da interpretação carece de maior fundamentação. A maioria destes estudos tem um âmbito restrito em termos de atrações turísticas, técnicas e dimensões de avaliação que são objeto de análise. Por este motivo, no presente artigo analisam-se problemas associados à avaliação da interpretação e faz-se uma revisão de estudos de avaliação da interpretação para identificar o âmbito destes estudos. A referida revisão permite concluir que os estudos de avaliação que têm vindo a ser realizados são muito divergentes, tanto em objetivos como em abordagens, mas focam-se, essencialmente, nos impactes da interpretação para o visitante, em dimensões como a aprendizagem, a interação social, as atitudes e emoções face à interpretação ou a mudança de comportamentos. Estes estudos apresentam também uma elevada concentração geográfica e privilegiam técnicas de recolha de dados como a observação e o inquérito por questionário. As conclusões do artigo são importantes para todos os que queiram desenvolver estudos de avaliação da interpretação em atrações turísticas.

Palavras-chave | gestão de visitantes, atrações turísticas, interpretação, avaliação.

Abstract | As a communication process that promotes the maximization of the visitor experience, along with greater awareness towards heritage conservation, interpretation constitutes an important factor of competitiveness for tourist attractions and consequently for destinations.

Despite the recognition of the importance of interpretation, a review of studies on this subject revealed that interpretation evaluation requires further investigation. Most of these studies have a limited scope in terms of attractions, techniques and dimensions evaluated. For this reason, the purpose of this paper is to analyze some of the problems related with

* **Doutoranda** do Programa Doutoral em Turismo da Universidade de Aveiro, **Mestre em Gestão e Planeamento em Turismo** pela Universidade de Aveiro.

** **Doutorada em Turismo** pela Universidade de Aveiro, **Professora Auxiliar** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro, **Membro** da Unidade de Investigação em Governança, Competitividade e Políticas Públicas (GOVCOPP).

interpretation evaluation and to identify the scope of the evaluation studies reviewed. This review shows that the studies that have been undertaken are very different both in goals and in approaches, but they are mainly focused on the impacts of the interpretation for visitors, in dimensions such as learning, social interaction, attitudes and emotions or behavior changes. These studies also show a high geographic concentration and more frequently adopt data collection techniques such as observation and questionnaire surveys. The conclusions presented in this paper are important for those who wish to develop an evaluation study of interpretation in tourist attractions.

Keywords | visitor management, tourist attractions, interpretation, evaluation.

1. Introdução

As atrações turísticas constituem a principal razão de visita dos destinos e importantes instrumentos de desenvolvimento do território. Diversas técnicas de interpretação, tais como as visitas guiadas, os audiovisuais e os centros de interpretação, têm sido crescentemente utilizados para fornecer informação e experiências cativantes aos visitantes. A interpretação constitui um importante fator de competitividade das atrações e, conseqüentemente, dos destinos, enquanto processo comunicacional que promove a maximização da experiência do visitante, a par de uma maior sensibilização e compreensão do património, com vista à sua preservação.

No entanto, a avaliação dos impactes e dos resultados da interpretação carece de maior fundamentação. Verifica-se, em particular, uma grande lacuna no âmbito da avaliação do impacte dos diferentes meios de interpretação implementados nas atrações no que se refere ao sucesso da própria interpretação. Este conhecimento potenciará uma implementação mais eficiente das técnicas, um aumento da satisfação global dos visitantes com a experiência vivenciada e uma gestão mais eficaz das próprias atrações.

Pretende-se, com este artigo de carácter conceptual, discutir algumas das dificuldades que se apresentam à avaliação da interpretação e algumas das limitações que são apontadas aos estudos realizados sobre este tipo de avaliação. No sentido de fornecer uma maior fundamentação a estudos de avaliação

que venham a ser realizados, nomeadamente ao nível de dimensões de avaliação a analisar e potenciais técnicas de recolha de dados a utilizar, pretende-se, também, no presente artigo, apresentar uma revisão de estudos de avaliação da interpretação em que se identifiquem os seguintes aspetos: o âmbito do artigo em termos geográficos e de tipo de atrações consideradas, as dimensões de avaliação que foram objeto de análise e as técnicas de recolha de dados adotadas.

Para este efeito, foi analisado um conjunto de estudos publicados em diversas fontes, sobretudo aquelas que se encontram disponíveis em várias bases de publicações científicas (ex. Scopus). Foram analisados, sobretudo, estudos cuja temática se centra na avaliação das atrações em geral em todo o tipo de atrações (como, por exemplo, a avaliação da experiência museológica) e, preferencialmente, na avaliação da interpretação. A interpretação constitui, aliás, a área científica de algumas destas publicações, como é o caso do *Journal of Interpretation Research*. Foram, adicionalmente, analisados vários capítulos de livros e alguns relatórios técnicos de atrações ou de consultores que implementaram processos de avaliação da interpretação.

2. Conceito e objetivos da interpretação

Encontra-se amplamente reconhecida a importância que a interpretação assume na valorização

da experiência dos visitantes em atrações turísticas. A interpretação é apontada como um elemento chave para a prática de um turismo sustentável, contribuindo para processos de gestão mais eficazes, bem como para a conservação dos recursos (Moscardo, 1998). Por esta razão, tem sido dada grande atenção à interpretação ambiental, que é desenvolvida em áreas naturais e culturais protegidas (Kuo, 2002). No entanto, a interpretação, atualmente, é já reconhecida pela centralidade que assume em atrações como museus, casas históricas, sítios arqueológicos, galerias de arte, zoológicos, aquários, parques nacionais e jardins (Moscardo e Ballantyne, 2008).

Freeman Tilden é considerado pioneiro no estudo da interpretação, tendo sido um dos primeiros a aplicar o *conceito*. A sua proposta de definição constitui uma referência nesta área, tendo apresentado a interpretação como “uma atividade educativa que procura revelar significados e relações através do uso de objetos originais, de experiências pessoais e diretas, e de meios ilustrativos, não se limitando à simples transmissão de informação factual” (Tilden, 1977:8).

Muitos outros autores e instituições cujos estudos e iniciativas têm vindo a ser desenvolvidas neste âmbito (ex. Uzzel, 1989; Moscardo, 2000; Association for Heritage Interpretation, s/d) têm apresentado as suas contribuições para a definição deste conceito. Nas diversas definições propostas a interpretação é descrita como um processo comunicacional que procura transmitir – implícita ou explicitamente – informações, ideias e significados ao visitante, enriquecendo a sua experiência, promovendo a compreensão, emoções e sentimentos que conduzam à alteração de atitudes e de comportamentos.

São muito diversos os domínios em que a interpretação pode ter um contributo importante, mas pode verificar-se algum consenso quanto à capacidade da interpretação em atingir os seguintes *objetivos*:

- Promover as atrações, favorecendo estadias mais longas, mais frequentes e com mais despesas associadas (ex. AHI, s/d; Savage e James, 2001);
 - Promover uma maior sensibilização, apreciação, conhecimento e compreensão do património natural e cultural junto do visitante, contribuindo para a sua proteção e conservação (ex. AHI, s/d; Binks *et al.*, 1988; Uzzel, 1989; Hall e McArthur, 1998; Moscardo, 2000; Moscardo e Ballantyne, 2008);
 - Influenciar ou modificar o comportamento do visitante levando-o a adotar determinadas atitudes e ações (ex. Uzzel, 1989; Hall e McArthur, 1998; Moscardo, 1998);
 - Promover o conhecimento público das organizações responsáveis pela gestão do património e dos seus programas, constituindo um incentivo à obtenção de apoios mais significativos, nomeadamente, a nível financeiro (ex. Binks *et al.*, 1988; Beckman, 1999; Munro *et al.*, 2008; Weiler e Ham, 2010);
 - Providenciar às comunidades locais um conhecimento mais profundo do seu património e dos valores inerentes à sua cultura e um maior envolvimento do público no processo de gestão (ex. AHI, s/d; Hall e McArthur, 1998).
- Considera-se, ainda, pertinente, a opinião de Savage e James (2001), para quem um plano interpretativo pode ter dois tipos de objetivos: objetivos de gestão tais como os que foram enumerados anteriormente, e objetivos comunicacionais, que visam influenciar as perceções e a experiência dos visitantes a vários níveis (ver Figura 1).
- Atendendo à audiência de cada tipo de atração e à mensagem que se pretende comunicar, os gestores das atrações dispõem de um vasto conjunto de meios e técnicas de interpretação que lhes permitirão alcançar os objetivos que tenham delineado. Entre as técnicas mais frequentemente utilizadas, encontram-se as seguintes (ex. Binks *et al.*, 1988 ou Hall e McArthur, 1998):
- Visitas guiadas;

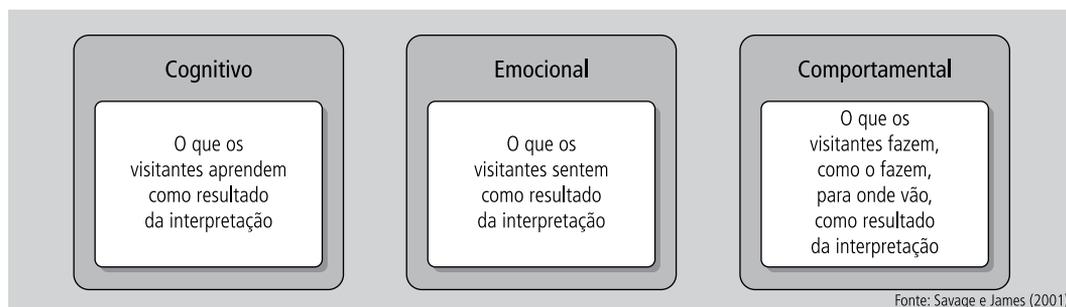


Figura 1 | Objetivos comunicacionais da interpretação.

- Comunicação informal entre o *staff* e o visitante;
- História viva/recriações;
- Painéis interpretativos e placas de identificação;
- Publicações (ex. brochuras, guias);
- Audiovisuais (ex. postos computadorizados, audio-guias);
- Centros de visitantes/centros de interpretação;
- Réplicas, modelos e maquetas;
- Sinalética e informação direcional;
- Códigos de conduta/*guidelines*;
- Atividades organizadas (ex. jogos, ateliês).

Note-se que cada um destes meios apresenta características distintas que podem condicionar o modo como são implementados em diferentes atrações (para informações mais detalhadas sobre os fatores que podem influenciar a implementação dos meios interpretativos, sugere-se a consulta do levantamento efetuado por Durão (2009)). A forma como as técnicas de interpretação são implementadas pode, por sua vez, influenciar o impacto da interpretação nos visitantes.

Uma vez definidos os objetivos que se pretendem atingir através da interpretação, caberá aos gestores das atrações saber se estes objetivos estão, de facto, a ser alcançados. De outra forma, não poderão saber se a mensagem que pretendem transmitir está a chegar corretamente aos seus recetores, sejam estes o visitante, o residente local, um dirigente político ou qualquer outro agente ligado às suas atrações.

Na opinião de Ryan e Dewar (1995), o sucesso da interpretação depende, precisamente, da sua capacidade em comunicar os seus objetivos de uma forma que permita aos visitantes reter corretamente os conteúdos que lhes foram apresentados.

A qualidade da experiência turística assenta, fortemente, no sucesso da interpretação, pelo que, ao saber o que o público valoriza na prestação de serviços de interpretação e quais os seus impactes nos visitantes, nomeadamente que reações provocam, tanto os gestores como os intérpretes poderão direcionar as suas atenções para aquele que é um dos pressupostos mais importantes da interpretação: o enriquecimento das experiências vivenciadas (Beckman, 1999).

Embora existam inúmeros conceitos de avaliação no âmbito dos estudos de visitantes e dos estudos em atrações turísticas, considera-se bastante representativa a definição de Screven (1990:36), apesar de aplicada ao contexto museológico. Para este autor, "avaliação é um processo para obter informação sobre os visitantes que poderá contribuir para a eficiência de uma exposição e das suas componentes interpretativas ao nível do comportamento e dos interesses dos visitantes e da sua capacidade de comunicação". Numa perspetiva mais operacional, McArthur (1999 citado por Munro *et al.*, 2008:3) definiu avaliação como a "aferição sistemática e objetiva da adequação, eficácia e eficiência de um programa ou parte de um programa [interpretativo]".

3. Problemas associados à avaliação da interpretação e limitações que têm sido apontadas aos estudos de avaliação da interpretação

Embora a maioria dos gestores reconheça a importância da avaliação das ações que implementam nas suas atrações, a aplicação consistente e sistemática de sistemas de avaliação não é, ainda, uma realidade. Reconhece-se a existência de diversos *problemas* associados à implementação da avaliação em atrações turísticas. Para muitas organizações, a avaliação é considerada complicada e dispendiosa, exigindo recursos financeiros, temporais e humanos, que muitas vezes não estão disponíveis (Ryan e Dewar, 1995, Morgan *et al.*, 1997; Weiler e Ham, 2010). Por este motivo, só algumas instituições que beneficiam de grandes financiamentos e de gestores com ideias inovadoras, são capazes de conduzir planos de avaliação, sistemática e consistentemente (Fraser e Sickler, 2009). Um estudo desenvolvido para a ANZECC¹ revelou que nenhuma das 35 organizações inquiridas possuía um sistema de avaliação que relacionasse as suas atividades interpretativas com os seus objetivos corporativos, falhando na avaliação dos fatores críticos para o seu sucesso (Earthlines Consortium, 1999).

Recentemente, Weiler e Ham (2010), tendo-se dedicado, precisamente, à revisão de literatura no âmbito da temática da avaliação da interpretação e dos estudos de visitantes, referiram que apesar de vários estudos serem já disponibilizados em publicações académicas da área do turismo e do lazer ou do ambiente, grande parte desta investigação só se encontra disponível para membros de organizações como a *Association for Heritage Interpretation*, a *National Association for Interpretation* ou a *Interpretation Australia*, ou dá origem a relatórios, a apresentações em conferências ou outras formas de exposição que estes autores apresentam como

a chamada *grey literature*. Este fator constitui um entrave para atrações que pretendam colocar em prática algumas ações de *benchmarking* através da análise dos planos de avaliação que outras organizações possam já ter realizado, dos resultados obtidos e das dificuldades encontradas. Além disso, muitos processos de avaliação não são sequer divulgados, embora algumas organizações, como as que foram mencionadas, organizem, com alguma frequência, *workshops* ou sessões de formação sobre questões relacionadas com a avaliação (Loomis, 2002). Informação valiosa para muitos estudiosos, e mesmo para outras atrações (considerando as potencialidades de *benchmarking* já referidas), passa, assim, despercebida.

O próprio conceito de “qualidade” da interpretação tem vindo a ser fortemente discutido, tal como Ham e Weiler (2002) revelaram, não havendo consenso sobre o que avaliar e como avaliar.

Os entraves à avaliação podem começar no momento em que se definem os objetivos da interpretação em si. Beckman (1999), voltando a fazer alusão a Tilden (1977), exemplifica como a *revelação*, a *provocação* ou a *inspiração* que a interpretação pretende instigar no visitante não são facilmente mensuráveis, sobretudo pela sua elevada subjetividade. No entanto, vários outros objetivos e dimensões da interpretação colocam, aos estudiosos desta área, grandes dificuldades. Este é o caso, por exemplo, da análise da relação entre as informações transmitidas, a aquisição de conhecimentos e a sua repercussão ao nível do comportamento, tanto imediato como futuro. Vários autores têm apontado dificuldades na mensurabilidade destas dimensões, procurando contorná-las, por exemplo, através de contactos estabelecidos com o visitante antes e depois da visita (ex. para aferir o conhecimento ou atitude prévios e o conhecimento ou atitude adquiridos) (ex. Novey e Hall, 2007; Loomis *et al.*, 1992) ou, mesmo, de contactos posteriores com os mesmos inquiridos (o chamado *cognitive recall test*, com recurso a serviços postais ou ao correio eletrónico) (ex. Ryan e Dewar, 1995).

¹ Australian and New Zealand Environment and Conservation Council Groups of Agencies.

Ao procurar compreender-se em que período começaram a ser desenvolvidos esforços para se avaliarem as experiências em atrações turísticas, verificou-se, de acordo com o levantamento efetuado por Shettel (1989), que os primeiros estudos de avaliação foram realizados no início do século XX, por Gilman (1916) e Robinson (1928). Enquanto o estudo de Gilman (1916) incidia sobre a relação entre o *design* das exposições e a fadiga dos visitantes, Robinson (1928) recorreu à observação não participante para registar o tempo dispendido pelo visitante numa exposição (variável indiretamente utilizada para aferir a aprendizagem do visitante).

Apesar de se terem apresentado, nos anos subsequentes, alguns constrangimentos ao desenvolvimento de novos estudos (nomeadamente a Segunda Guerra Mundial), Shettel (1989) é da opinião de que não havia muito interesse nesta área, pois na maioria das instituições a informação era mais importante do que a interpretação. Atendendo, em particular, à realidade norte-americana surgem, na década de 60, muitos estudos de avaliação (formativa), fruto de uma forte preocupação em justificar como e com que resultados o dinheiro era aplicado. Justificar o valor da atração perante a sociedade e os seus *stakeholders*, legitimando a atribuição de fundos governamentais, de fundações ou outras entidades privadas, bem como o investimento de patrocinadores é, como já referido, uma das importantes funções que vários autores atribuem à avaliação (ex. Beckman, 1999; Munro *et al.*, 2008; Weiler e Ham, 2010). O reconhecimento do valor educacional dos museus e o crescente despertar para a importância da sustentabilidade ambiental e da própria atividade turística, traduziu-se num aumento dos estudos de avaliação que, embora com pouco impacto no *design* das exposições ou das atividades para os visitantes, e ainda carentes de maior fundamentação, proporcionaram contributos teóricos e metodológicos válidos ainda hoje (Shettel, 1989).

Embora se tenha assistido a um aumento do número de estudos de avaliação nas últimas déca-

das, são diversas as *limitações* que lhes têm sido apontadas. Na maioria dos estudos, os instrumentos ou modelos de avaliação são concebidos para uma atração específica (por exemplo, um determinado museu ou um parque nacional) e raramente são contempladas comparações, o que constitui uma limitação aos trabalhos desenvolvidos pelos seus autores, nomeadamente no que se refere à impossibilidade de serem aplicados a atrações de várias tipologias e a diferentes contextos com a mesma eficácia. Adicionalmente, estes estudos têm vindo a focar-se nos resultados e/ou impactes da avaliação e, só muito pontualmente, nos fatores que os influenciam.

Para Munro *et al.* (2008) este é, contudo, um resultado esperado, pois a grande diversidade de meios e objetivos da interpretação condiciona o desenvolvimento de uma ferramenta de avaliação de validade cientificamente incontestável. Numa tentativa de contornar esta falha, vários autores têm vindo a procurar aplicar as ferramentas que desenvolvem em mais do que uma atração (ex. Perry, 1993; Ballantyne e Hughes, 2006; Fraser e Sickler, 2009).

Vários autores têm identificado inúmeras lacunas ou dificuldades que se colocam à avaliação que tem vindo a decorrer nos mais diversos tipos de atrações, áreas-destino ou organizações. A título de exemplo, Ryan e Dewar (1995), Ham e Weiler (2002) ou Ballantyne *et al.* (2011), consideram que os meios pessoais têm sido muito pouco estudados, em vários contextos, em particular ao nível das características e do desempenho dos intérpretes e do que o visitante considera ser uma visita guiada de qualidade. Por sua vez, Novey e Hall (2007), ao debruçarem-se sobre o impacto dos audioguias na aprendizagem e na interação social, referem que os meios de comunicação não pessoais raramente têm sido avaliados em atrações como parques ou museus.

Ainda no domínio dos dispositivos multimédia, Economou (1998) manifestou surpresa e desapontamento ao deparar-se com tão poucos estudos sobre dispositivos multimédia disponíveis para consulta pública, eles próprios carentes de sistematização e aprofundamento. Também Ballantyne e Hughes

(2006), ao procurarem conceber e testar nova sinática de aviso/informação sobre a alimentação de animais em locais recreativos, criticam o facto de estes raramente serem contemplados pela investigação científica.

Se em 1998, Stewart *et al.* já consideravam que pouco se sabia sobre a real capacidade da interpretação em enriquecer a experiência do visitante, também Kuo (2002) e Munro *et al.* (2008) reforçaram a falta de estudos empíricos sobre a relação entre a interpretação e a mudança de comportamentos. Weiler (1999), Ham e Weiler (2007) e Ballantyne *et al.* (2011) consideram que pouco se tem avançado na quantificação da influência da interpretação na satisfação do visitante.

4. Revisão de estudos de avaliação da interpretação e considerações sobre o âmbito e metodologias de análise destes estudos

Uma análise de vários estudos publicados nos últimos 25 anos, no âmbito da avaliação, revelou que este tem sido um fértil campo de pesquisa. Relativamente ao *tipo de atrações* em análise, verificou-se que existem vários estudos desenvolvidos tanto em atrações de foro cultural como em atrações naturais. Ao nível das atrações culturais, verifica-se que os estudos de avaliação têm sido realizados em atrações tais como:

- Museus (ex. Russel, 1989; Loomis, *et al.* 1992; Perry, 1993; Van Luven e Miller, 1993; Perry e Forland, 1997; Prentice *et al.*, 1998; Hillis, 2005);
- Sítios patrimoniais e monumentos (ex. Economou, 1998; Hillis, 2005); ou
- Parques nacionais históricos (ex. Ryan e Dewar, 1995).

Ao nível das atrações naturais, verifica-se uma maior concentração em torno de parques nacionais naturais (ex. Morgan *et al.* 1997; Stewart *et al.*,

1998; Beckman, 1999; Earthlines Consortium, 1999; Weiler, 1999; Armstrong e Weiler, 2003; Beckmann e Savage, 2003; Ballantyne e Hughes, 2006; Novey e Hall, 2007; Marion, *et al.*, 2008).

Os zoológicos e aquários são objeto de análise num número muito mais reduzido de estudos (ex. Fraser e Sickler, 2009; Moss *et al.*, 2010).

Atendendo ao *âmbito geográfico* dos estudos publicados, é notável uma grande concentração geográfica destes estudos. A maioria dos estudos foram realizados nos Estados Unidos (ex. Loomis *et al.* 1992; Perry, 1993; Van Luven e Miller, 1993; Morgan *et al.*, 1997; Perry e Forland, 1997; Novey e Hall, 2007; Marion *et al.*, 2008; Fraser e Sickler, 2009). Seguem-se a Austrália (ex. Beckman, 1999; Earthlines Consortium, 1999; Weiler, 1999; Armstrong e Weiler, 2003; Beckmann e Savage, 2003; Ballantyne e Hughes, 2006) e o Reino Unido (ex. Russel, 1989; Economou, 1998; Prentice *et al.*, 1998; Moss *et al.*, 2010), também com um considerável número de estudos.

Apresentam-se, de seguida, algumas das *dimensões da avaliação* que foram alvo de análise nos estudos analisados:

- Aprendizagem/conhecimentos adquiridos (ex. Loomis *et al.*, 1992; Perry, 1993; Van Luven e Miller, 1993; Morgan, *et al.*, 1997; Economou, 1998; Prentice *et al.*, 1998; Beckman, 1999; Beckmann e Savage, 2003; Novey e Hall, 2007);
- Interação social (ex. Novey e Hall, 2007);
- Benefícios adquiridos com a visita/enriquecimento da experiência (ex. Stewart *et al.*, 1998; Fraser e Sickler, 2009);
- Atitudes face à interpretação (ex. Russel, 1989; Economou, 1998; Stewart *et al.*, 1998; Moss *et al.*, 2010);
- Emoções/afetos face à interpretação (ex. Perry, 1993; Morgan, *et al.*, 1997; Economou, 1998; Stewart *et al.*, 1998);
- Alteração de comportamentos (ex. Beckman, 1999; Beckmann e Savage, 2003; Ballantyne e Hughes, 2006; Marion *et al.*, 2008; Moss *et al.*, 2010).

No que concerne à aprendizagem, procurou avaliar-se os conhecimentos que os visitantes adquiriram em consequência da visita à atração. Ao nível da interação social avaliou-se, por exemplo, a interação do visitante com outros visitantes dentro da atração. Algumas das atitudes face à interpretação avaliadas foram, por exemplo, a interação com uma exposição ou a partilha das percepções e experiências com os outros. No que concerne à emoção analisou-se, também, em que medida a interpretação gerava emoções como o divertimento ou o desejo de voltar motivado pelo bem-estar. Ao nível da alteração de comportamentos, avaliaram-se as alterações provocadas pela interpretação em certos comportamentos, tais como a alimentação de animais selvagens.

Independentemente das dimensões em análise, a ênfase é colocada, essencialmente, nos impactes que derivam da interpretação para o visitante.

Alguns estudos são, também, direcionados para a avaliação das experiências museológicas na sua globalidade, não somente como resultado da interpretação, sendo disso exemplo os estudos de Russel (1989), Perry (1993), Van Luven e Miller (1993) ou Perry e Forland (1997).

Uma análise a vários estudos desenvolvidos no âmbito desta temática providenciou uma perspetiva sobre os *instrumentos de investigação* que têm vindo a ser aplicados e que se apresentam na Figura 2. Na opinião de Screven (1999), a escolha das ferramentas mais apropriadas dependerá do tipo de informação que se pretende recolher, da razão que subjaz a esta recolha e da fase de desenvolvimento do plano interpretativo na qual a avaliação ocorrerá (antes, durante ou após a visita).

A tendência parece-se centrar-se na combinação de vários instrumentos num mesmo estudo.

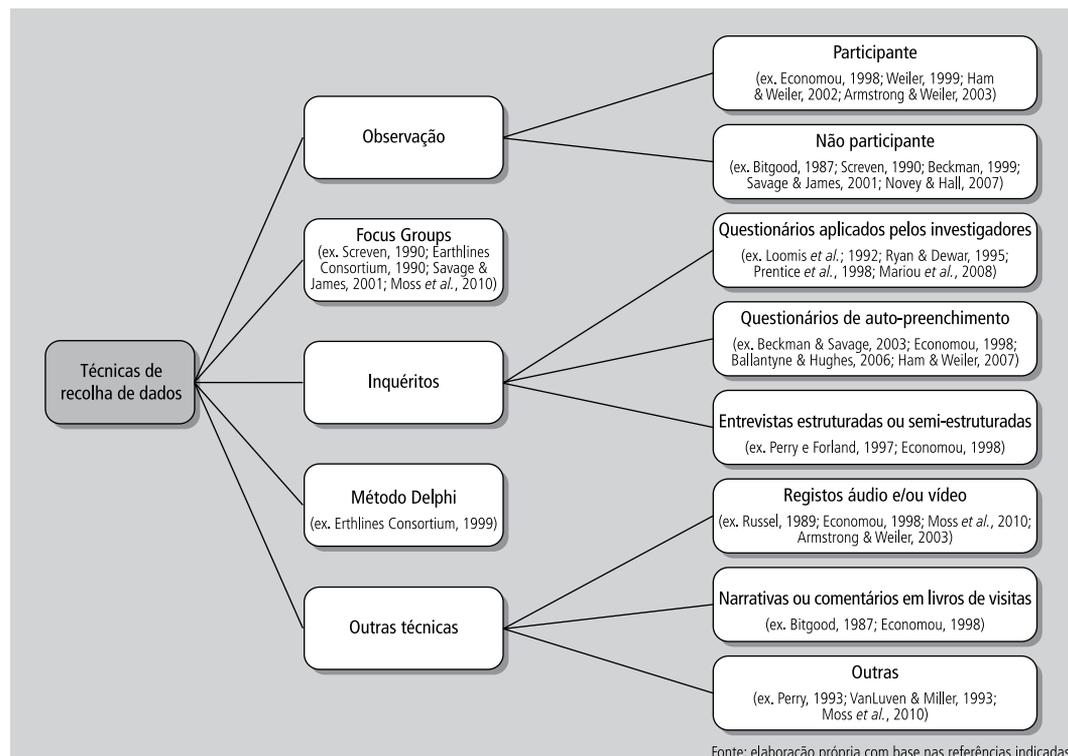


Figura 2 | Técnicas qualitativas e quantitativas utilizadas na avaliação da interpretação.

A observação, em particular, tanto participante como não participante, tem sido utilizada para analisar as reações dos visitantes, a interação com os meios e com outros visitantes, a utilização dos recursos, as paragens ou a gestão do tempo durante a visita.

A título de exemplo, Armstrong e Weiler (2003) analisaram as componentes de visitas guiadas em parques naturais com recurso a observação e registo áudio das visitas, à aplicação de um questionário autopreenchido pelos visitantes e à realização de entrevistas em profundidade aos operadores turísticos. Russel (1989) recorreu ao *tracking*/observação não participante para aferir o tempo dispendido e os níveis de interação com a exposição em centros de ciência e tecnologia, combinando este método com entrevistas aos visitantes. Também num estudo sobre um centro de ciência, Van Luven e Miller (1993) optaram por um conjunto mais diversificado de métodos, tendo solicitado aos visitantes o preenchimento de um questionário, a elaboração de desenhos e diagramas sobre as suas representações visuais, a categorização de cartões com temas de acordo com o sentido que lhes atribuíam e a discussão de opiniões durante e após a realização de cada atividade. Perry (1993) fez uma escolha menos comum, ao entregar uma máquina fotográfica instantânea aos visitantes para fotografarem aspetos da exposição que fossem representativos das suas experiências.

5. Conclusões

A interpretação é apontada como um elemento chave para a valorização da experiência dos visitantes em atrações turísticas, que pode contribuir tanto para a prossecução dos seus objetivos de gestão, como para atingir objetivos comunicacionais, a nível cognitivo, emocional ou comportamental.

A qualidade da experiência turística assenta, fortemente, no sucesso da interpretação, pelo que é de grande importância saber o que o público valoriza na prestação de serviços de interpretação

e quais os impactes destes serviços nos visitantes. No entanto, apesar de reconhecida a importância da avaliação da interpretação, a sua aplicação, de forma consistente e sistemática, não é, ainda, uma realidade, sobretudo pelos custos (ex. financeiros, temporais) que lhe estão associados. Uma parte significativa da investigação realizada nesta área não se encontra facilmente acessível, o que dificulta as potencialidades de *benchmarking* entre as atrações. Outros aspetos como a dificuldade na mensurabilidade de determinados objetivos da interpretação (como por exemplo, da provocação ou das emoções) ou a conceção de instrumentos ou modelos para uma atração específica, constituem, igualmente, fortes limitações à avaliação.

Do conjunto de estudos de avaliação analisados no presente artigo, verificou-se que algumas das dimensões da avaliação mais estudadas são a aprendizagem e a aquisição de conhecimentos, as atitudes e emoções dos visitantes face à interpretação, a mudança de comportamentos e os benefícios adquiridos com a experiência. Alguns estudos focaram-se, também, nas experiências museológicas na sua globalidade, não somente como resultado da interpretação. Numa perspetiva geográfica, os EUA, a Austrália e o Reino Unido reúnem a maior parte dos estudos realizados, aplicados, na sua maioria, a museus ou a parques naturais. De entre a grande variedade de técnicas de recolha de dados, as preferências recaem na observação, participante ou não participante, e na aplicação de inquéritos por questionário, tendo como principais destinatários os visitantes.

A maior parte dos estudos foca-se na avaliação geral dos impactes da interpretação implementada nas atrações, mas poucos se direcionam para a apreciação da eficácia dos diversos meios/técnicas de interpretação. Esta perspetiva é, aliás, suportada por diversos autores, traduzida na perfeição por Prentice *et al.* (1998:6): "*a focus on process is as pertinent as a focus on output*". Considera-se que esta é uma área de estudo relevante, que não tem sido muito explorada, e que poderá ser aprofundada em pesquisas futuras.

Referências bibliográficas

- Armstrong, E. K., e Weiler, B., 2003, *Improving the tourist experience: evaluation of interpretation components of guided tours in national parks - Technical Report*, Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Association for Heritage Interpretation (s/d). *What is interpretation?* [http://www.ahi.org.uk/www/about/what_is_interpretation/], (Site accessed 05 August 2009).
- Ballantyne, R., e Hughes, K., 2006, Using front-end and formative evaluation to design and test persuasive bird feeding warning signs, *Tourism Management*, Vol. 27(2), pp.235-246.
- Ballantyne, R., Packer, J., e Sutherland, L. A., 2011, Visitors' memories of wildlife tourism: Implications for the design of powerful interpretive experiences, *Tourism Management*, Vol. 32(4), pp.770-779.
- Beckman, E. A., 1999, Evaluating Visitor's Reactions to Interpretation in Australian National Parks, *Journal of Interpretation Research*, Vol. 4(1), pp. 5-20.
- Beckmann, E., e Savage, G., 2003, *Evaluation of dingo education strategy and programs for Fraser Island*. Brisbane, Queensland Parks e Wildlife Service, Australia.
- Binks, G., Dike, J., e Dagnall, P., 1988, *Visitors Welcome: A manual on the presentation and interpretation of archaeological excavations*, Her Majesty's Stationery Office, London.
- Durão, M., 2009, *Gestão de visitantes: uma perspectiva sobre os museus de Portugal*, Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal.
- Earthlines Consortium, 1999, *Best Practice in Park Interpretation and Education - A Report to the ANZECC Working Group on National Park and Protected Area Management Benchmarking and Best Practice Program*, Department of Natural Resources and Environment & Parks Victoria, Victoria.
- Economou, M., 1998, The Evaluation of Museum Multimedia Applications: Lessons from Research, *Museum Management and Curatorship*, Vol. 17(2), pp. 173-187.
- Fraser, J., e Sickler, J., 2009, Measuring the cultural impact of zoos and aquariums, *International Zoo Yearbook*, Vol. 43(1), pp. 103-112.
- Hall, C. M., e McArthur, S., 1998, *Integrated Heritage Management* (2nd ed.), The Stationery Office. London.
- Ham, S. H., e Weiler, B., 2002, Toward a Theory of Quality in Cruise-Based Interpretive Guiding, *Journal of Interpretation Research*, Vol. 7(2), pp. 29-50.
- Ham, S. H., e Weiler, B., 2007, Isolating the Role of On-site Interpretation in a Satisfying Experience, *Journal of Interpretation Research*, Vol. 12(2), pp. 5-24.
- Hillis, C., 2005, Talking Images: Museums, galleries and heritage sites, *International Congress Series*, Vol. 1282, pp. 855-859.
- Kuo, I. L., 2002, The effectiveness of environmental interpretation at resource-sensitive tourism destinations, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 4(2), pp. 87-101.
- Loomis, R. J., 2002, Visitor Studies in a Political World: Challenges to Evaluation Research, *Journal of Interpretation Research*, Vol. 7(1), pp. 31-42.
- Loomis, R. J., D'agostino, J. V., e Webb, B., 1992, Attitudes, Beliefs, Intended Behaviors, and Exhibit Evaluation, *Visitor Studies: Theory, Research and Practice*, Vol. 4(1), pp. 92-102.
- Marion, J. L., Dvorak, R. G. e Manning, R. E., 2008, Wildlife Feeding in Parks: Methods for Monitoring the Effectiveness of Educational Interventions and Wildlife Food Attraction Behaviors, *Human Dimensions of Wildlife*, Vol. 13(6), pp. 429-442.
- Morgan, J. M., Absher, J., Loudon, B., e Sutherland, D., 1997, The Relative Effectiveness of Interpretive Programs Directed by Youth and Adult Naturalists in a National Forest, *Journal of Interpretation Research*, Vol. 2(1), pp.13-26.
- Moscardo, G., e Ballantyne, R., 2008, Interpretation and Attractions, in Fyall, A., Garrod, B., Leask, A., and Wanhill, S. (eds), *Managing Visitor Attractions - new directions* Betterworth-Heinemann, Elsevier, London, pp. 237-252.
- Moscardo, G., 1998, Interpretation and sustainable tourism: Functions, examples and principles, *The Journal of Tourism Studies*, Vol. 9(1), pp. 2-13.
- Moscardo, G., 2000, Interpretation, in J. Jafari (ed.), *Encyclopedia of tourism*, Routledge, Londres/Nova Iorque, pp. 327-328.
- Moss, A., Esson, M., e Bazley, S., 2010, Applied Research and Zoo Education: The Evolution and Evaluation of a Public Talks Program using Unobtrusive Video Recording of Visitor Behavior, *Visitor Studies*, Vol. 13(1), pp. 23-40.
- Munro, J. K., Morrison-Saunders, A., e Hughes, M., 2008, Environmental Interpretation Evaluation in Natural Areas, *Journal of Ecotourism*, Vol. 7(1), pp. 1-14.
- Novy, L. T., e Hall, T. E., 2007, The effect of audio tours on learning and social interaction: An evaluation at Carlsbad Caverns National Park, *Science Education*, Vol. 91(2), pp. 260-277.
- Perry, D. L., e Forland, E., 1997, The Exploration Zone at The Field Museum: Front-End Evaluation. *Visitor Behavior*, Vol. 12(1), pp. 11-11.
- Perry, D. L., 1993, The Museum Impact and Evaluation Study: How Visitors Relate to Science and Technology Museums, *Visitor Studies: Theory, Research and Practice*, Vol. 5(1), pp. 254-259.
- Prentice, R., Guerin, S., e McGugan, S., 1998, Visitor learning at a heritage attraction: a case study of Discovery as a media product, *Tourism Management*, Vol. 19(1), pp. 5-23.
- Ryan, C., e Dewar, K., 1995, Evaluating the communication process between interpreter and visitor, *Tourism Management*, Vol. 16(4), pp. 295-303.
- Russel, T., 1989, The Formative Evaluation of Interactive Science and Technology Centers: Some Lessons Learned, in D. L. Uzzel (ed.), *Heritage Interpretation: The Visitor Experience*, Vol. 2, Belhaven Press, London/ New York, pp. 191-202.
- Savage, G., e James, J., 2001, Practical Guide to Evaluating Natural and Cultural Heritage Interpretation, Museum and Gallery Services Queensland website [http://www.magsq.com.au/_dbase_upl/workshopBG.pdf] (Site accessed 16 december 2011).
- Screven, C. G., 1990, Uses of Evaluation Before, During and After Exhibit Design, *ILVS Review*, Vol. 1(2), pp. 36-66.
- Shettel, H., 1989, Evaluation in Museums: A Short History of a Short History, in D. L. Uzzel (ed.), *Heritage Interpretation: The Visitor Experience*, Vol. 2, Belhaven Press, London/ New York, pp. 129-137.
- Stewart, E. J., Hayward, B. M., Devlin, P. J., e Kirby, V. G., 1998, The "place" of interpretation: a new approach to the evaluation of interpretation, *Tourism Management*, Vol. 19(3), pp. 257-266.
- Tilden, F., 1977, *Interpreting our Heritage* (3rd ed.), Chapel Hill, University of North Carolina Press.

- Uzzel, D. L., 1989, The Visitor Experience, in D. L. Uzzel (ed.), *Heritage Interpretation: The Visitor Experience*, Vol. 2, Belhaven Press, London/ New York, pp. 1-15.
- Van Luven, P., e Miller, C., 1993, Concepts in Context: conceptual Frameworks, Evaluation and Exhibition Development, *Visitor Studies: Theory, Research and Practice*, Vol. 5(1), pp. 116-124.
- Weiler, B., e Ham, S. H., 2010, Development of a Research Instrument for Evaluating the Visitor Outcomes of Face-to-Face Interpretation, *Visitor Studies*, Vol. 13(2), pp. 187-205.
- Weiler, B., 1999, Assessing the interpretation competencies of ecotour guides, *Journal of Interpretation Research*, Vol. 4(1), pp. 80-83.