



Empezamos a conocer a nuestros visitantes

El bloque más importante de los cuestionarios se ocupaba, como es lógico, de aspectos estrictamente relacionados con el Museo Sefardí. La mayor parte de los entrevistados nos visitaba por primera vez. En caso de repetir estancia, la razón más comentada ha sido el alto grado de satisfacción y la oportunidad de enseñarlo a sus acompañantes en general, familia o amigos. El principal medio de conocimiento del Museo son las guías turísticas o las oficinas de turismo de la ciudad, lo que nos ha llevado a plantear una mayor promoción de la WEB del Museo.

La resolución de algunos problemas en la señalización parece ser la causa de que la mayor parte de nuestro público afirme haber visitado todas las salas, salvo un pequeño porcentaje interesado en ver sólo la sala de oración de la sinagoga. Los dos patios y la zona de excavación arqueológica, son las zonas que reciben menos atención. La duración media del recorrido completo del Museo es de 30 minutos, tiempo mínimo establecido para una visita de calidad. No obstante, los fines de semana, este tiempo se reduce mientras aumenta el grado de afluencia de visitantes, que en algunos casos llegan a saturar las salas del Museo, causando problemas de circulación.

En cuanto a los comentarios que implican una valoración más personal y por lo



tanto subjetiva del Museo, podemos decir que el grado de satisfacción de los visitantes es en general muy alto, a pesar de hacer constar algunas sugerencias: añadir más servicios al público, plantear más actividades relacionadas con la cultura hispanojudía y sefardí, como complemento a la información que se ofrece en el montaje expositivo, etc. Todos estos comentarios, junto con los que fueron reflejados en las hojas de "queja y sugerencias" del Museo, fueron introducidos en un análisis global de los cuestionarios que se integra en un estudio pendiente de publica-

ción. Estos datos nos han permitido identificar tanto los logros como las carencias del Museo, y plantear estrategias en la remodelación museográfica, para reforzar unos y resolver otros.

La segunda fase del estudio de visitantes tuvo lugar durante el año 2001. Tomando como punto de partida los datos obtenidos en el periodo anterior, se decidió orientar el trabajo hacia dos frentes. Por una parte, profundizar en el conocimiento de uno de los tipos de público que más nos visita: los grupos escolares, para lo cual aprovechando la eventual presen-

