



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN COMUNICACIONES PUBLICITARIAS
TRABAJO ESPECIAL DE GRADO

**SEÑALÉTICA EN UN SERVICIO EDUCATIVO:
UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO**

POR SENIOR, ARTURO
TUTOR: EZENARRO, JORGE

CARACAS, ABRIL DE 2011

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a mis padres, ucabistas integrales, ejemplos de dedicación, constancia y entrega. Desde pequeño, y a veces sin quererlo, me dirigieron con sus anécdotas y su criterio a escoger, sin duda alguna, la Católica como mi alma mater. En el camino siempre estuvieron a mi lado, empujando cuando fue necesario, pero sin dudar en mis intereses y mis convicciones.

A Giselle, más que una novia, más que una amiga, fiel compañera de amarguras, frustraciones, alegrías y éxitos. Definitivamente tu compañía fue determinante en la culminación de este proceso, gracias por tu ánimo, tu apoyo y tu paciencia.

Ezenarro, gracias por guiar el camino, por tu paciencia, por tu sabiduría y por enseñarme que la vida hay que enfrentarla con decisión y entrega, sin esperar por nadie ni dudar por cada traspies que se nos presenta.

A mi querido equipo de la Escuela de Comunicación Social, la Profe Tiziana, la Profe Yasmín, el Profesor Navarro y a mi amiga Elsi. A todos, gracias por los consejos, por el apoyo, por las sonrisas y la paciencia.

Al Profesor Luís Ernesto, el Profesor Luengo, Vanesa Márquez, la Profesora Lourdes, la Profesora Raiza, a mi hermanita Mafita, a mis amigos Rafa, Emilia, Marianita y Ricardo, y a mis jefas Daniela y Karen. De nuevo, mucha paciencia y mucho tiempo, mil gracias a todos.

Por último los más importantes, mil gracias a todos los estudiantes, profesores, egresados y visitantes de la UCAB que voluntariamente participaron a través de sus correos electrónicos, de twitter y de facebook en el desarrollo de este trabajo. En especial a @orlimaraguilera, @fatima569 y @VaneMennechey por su tiempo y su dedicación en sus amadas redes sociales.

A todos, y a los que me faltan, Gracias.

ÍNDICE

| | |
|----------------------------------|------|
| Agradecimientos | iii |
| Índice de Anexos | viii |
| Introducción | ix |
| Capítulo I: El Problema | 10 |
| Objetivos | 10 |
| Justificación | 10 |
| Delimitación | 11 |
| Capítulo II: Marco Conceptual | 12 |
| Estrategia comunicacional | 12 |
| Identidad corporativa | 12 |
| Los servicios y el mercadeo | 13 |
| Servicio | 13 |
| Características de los servicios | 14 |
| Intangibilidad | 14 |
| Heterogeneidad | 15 |
| Producción y consumo simultáneo | 15 |
| Perecederos | 16 |
| Mezcla de marketing de servicios | 17 |
| Personas | 17 |
| Procesos | 17 |
| Evidencia física | 18 |
| Señalización y señalética | 18 |
| Señalización | 18 |

| | |
|--|----|
| Señalética | 19 |
| El lenguaje señalético | 21 |
| La flecha | 21 |
| Pictogramas | 21 |
| Tipografías | 21 |
| Colores | 22 |
| Comunicación y lenguaje visual | 22 |
| Comunicación visual | 22 |
| Lenguaje visual | 23 |
| Semiótica | 23 |
| Semiótica de la imagen | 24 |
| Capítulo III: Marco Referencial | 25 |
| Historia de la Universidad Católica Andrés Bello | 25 |
| Universidad Católica Andrés Bello | 27 |
| Historia de la señalización en la UCAB | 27 |
| Aspectos Jurídicos y Normativos | 29 |
| Normas Covenin | 29 |
| Manual para Discapacitados | 30 |
| Capítulo IV: El Método | 31 |
| Modalidad | 31 |
| Tipo de Investigación | 31 |
| Diseño de Investigación | 32 |
| Sistema de Variables | 32 |
| Operacionalización de Variables | 34 |

| | |
|---|----|
| Unidades de Análisis, Población y Muestra | 35 |
| Selección y Diseño de Instrumentos | 37 |
| Modelos de Instrumentos | 40 |
| Validación y ajuste | 47 |
| Criterios de análisis | 47 |
| Capítulo V: Resultados | 49 |
| Presentación de Resultados | 49 |
| Discusión de Resultados | 61 |
| Capítulo VI: Estrategia Comunicacional | 63 |
| Presentación de la Estrategia | 63 |
| Objetivo y Alcance | 63 |
| Públicos | 63 |
| Logotipo e Identidad | 64 |
| Cromatismo | 65 |
| Tipografía | 66 |
| Pictogramas | 67 |
| Elementos | 68 |
| Señalización vehicular | 68 |
| Monolito de entrada | 68 |
| Arco de Entrada | 69 |
| Monolitos de estacionamientos | 70 |
| Señales de tránsito | 71 |
| Señalización peatonal | 72 |
| Monolito de edificios | 72 |

| | |
|---|----|
| Monolito direccional | 73 |
| Directorio General | 74 |
| Directorios internos | 75 |
| Subdirectorios por piso | 76 |
| Identificador de Edificio | 77 |
| Identificadores de aulas y laboratorios | 78 |
| Identificadores de oficinas y salas | 79 |
| Elementos de Información | 80 |
| Identificadores de auditorios | 81 |
| Pictogramas varios | 82 |
| Elementos de Seguridad | 83 |
| Conclusiones | 84 |
| Recomendaciones | 85 |
| Fuentes de Información | 86 |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|--|----|
| Anexo 1: Observación de color y materiales | 89 |
| Anexo 2: Observación de pictogramas | 90 |
| Anexo 3: Observación de tipografía | 91 |
| Anexo 4: Observación de ubicación de señales | 92 |
| Anexo 5: Señalizaciones Deterioradas | 93 |

INTRODUCCIÓN

La Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) campus Montalbán cuenta en la actualidad con una infraestructura conformada por cuatro edificios de aulas (Laboratorios, Módulos, Postgrado y Cincuentenario), seis edificios administrativos y de servicios (Servicios Centrales, Biblioteca, Centro Loyola, Feria, Centro Deportivo y Servicios Generales), campos y canchas deportivas, y estacionamientos; infraestructura que ha ido creciendo paulatinamente, en respuesta al crecimiento de las necesidades de las distintas audiencias de la organización educativa.

En consecuencia, múltiples servicios y dependencias de la universidad han sido creados o reubicados dentro del campus sin la correcta y necesaria señalización. Esto impide garantizar comodidad y rapidez a los distintos públicos a la hora de ubicarse y desplazarse. Esta problemática se evidencia especialmente en nuevos inscritos y visitantes de la universidad, a quienes se les dificulta en gran medida ubicarse dentro de las instalaciones.

Además de esto, se está desaprovechando la oportunidad de optimizar la imagen corporativa de la Universidad, así como de aumentar su evidencia física en respuesta a la intangibilidad del servicio educativo que presta.

Es por esto, por lo que el objetivo principal de este trabajo será diseñar una estrategia comunicacional de señalética para la Universidad, la cual responda a las necesidades de las autoridades y de los distintos públicos de la Universidad Católica Andrés Bello

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

¿Cómo debe desarrollar la Universidad Católica Andrés Bello una estrategia de señalética que responda a las necesidades de sus públicos, respetando y evidenciando sus líneas de identidad corporativa y aumentando su evidencia física como servicio educativo?

Objetivos

Objetivo General

Diseñar una estrategia comunicacional de señalética para la Universidad Católica Andrés Bello, que responda a las necesidades de todos sus públicos, eleve la evidencia física del servicio prestado, y constituya una manifestación de su identidad corporativa.

Objetivos Específicos

- Identificar la opinión de las autoridades de la Universidad Católica Andrés Bello sobre la señalización existente
- Identificar la opinión de los distintos públicos de la Universidad Católica Andrés Bello sobre la señalización existente.
- Evaluar el estado actual de la señalización dentro de la Universidad Católica Andrés Bello.

Justificación

El tema de este trabajo de grado ha sido escogido en la búsqueda de aplicar las herramientas y conocimientos de la carrera Comunicación Social, mención Comunicaciones Publicitarias, en pro del desarrollo y crecimiento de la Universidad Católica Andrés Bello. Con base en las cátedras de Mercadeo

Especializado, Artes Gráficas, Semiótica e Investigaciones Publicitarias, se desarrollará un estudio sobre la percepción de su señalización actual y se diseñará una propuesta innovadora, con el fin de consolidar su identidad corporativa, así como la evidencia física del servicio educativo que presta.

Delimitación

El presente trabajo especial de grado, de modalidad estrategia comunicacional, será realizado en la Universidad Católica Andrés Bello, sede Caracas. Tendrá un tiempo de desarrollo de cinco meses, contando a partir del mes de octubre de 2010. Su temática estará limitada a una estrategia de señalética del campus de Montalbán, con posible extensión a todos sus núcleos.

CAPÍTULO II: MARCO CONCEPTUAL

Estrategia Comunicacional

Ferre T. (1996) afirma que una estrategia de comunicación es “la forma en que unos determinados objetivos de comunicación son traducidos en lenguaje inteligible para nuestro público receptor, para que los pueda asimilar debidamente” (p.11) y posteriormente concluye que cualquier estrategia de comunicación “está condicionada por las propias teorías de la comunicación, la creatividad y la forma de entender ambos factores por quien va a idear el mensaje” (p.11).

Por su parte, y haciendo énfasis en la función pedagógica de la comunicación, Dahnke y Fernández (2004, c.p. Garrido, F.) sostiene que una estrategia comunicacional “consiste en reforzar e intensificar las actitudes y conductas ya presentes en los objetivos, lo cual adopta la forma de una intensificación de actitudes favorables por medio de sencillas técnicas de refuerzo” (p.90).

Identidad Corporativa

Capriotti (1999) afirma que por identidad corporativa se entiende la personalidad de la organización. Considera que la personalidad esta constituida por “la conjunción de su historia, de su ética y de su filosofía de trabajo, pero también (...) por los comportamientos cotidianos y por las normas establecidas por la dirección” (p.140). En consecuencia, la identidad corporativa sería “el conjunto de características, valores y creencias con las que la organización se autoidentifica y se autodiferencia de las otras organizaciones concurrentes en un mercado” (p.140).

En la misma línea, Tejada (1987) afirma que la identidad corporativa es la personalidad que la organización crea, es decir, “la identidad no es una dimensión o cualidad que la empresa posee *per se*, sino más bien es el

resultado de un esfuerzo que consiste en descubrir sus potencialidades mediante operaciones de autoevaluación y definición de la singularidad empresarial” (p.3).

Destaca que esta personalidad está compuesta por dos dimensiones fundamentales. En primer lugar la dimensión cultura, que incluye “las distintas ideas, signos, principios y objetivos que han dado forma a la empresa en el pasado” (p.3), así como “el conjunto de declaraciones y actuaciones de identidad que de alguna manera la han distinguido, con mayor o menor fortuna, respecto de su competencia.” (p.3)

La segunda dimensión está constituida por las manifestaciones físicas o visuales, que constituyen el rasgo más visible de la empresa. “Así, una compañía no puede quedarse solo al amparo de su actuación ética o profesional ante el cliente, ni tampoco limitarse a la aspiración de funcionar únicamente con base en un sistema visual llamativo” (p.3)

Tejada considera que la construcción de una verdadera identidad corporativa, incluyendo ambas dimensiones nombradas anteriormente, es de importante utilidad en dos aspectos fundamentales para cualquier organización. Por un lado es “el rasgo distintivo de la empresa en el proceso de concurrencia del mercado, aquello que le otorga diferenciación u le confiere un estilo propio que la hace apta para el reconocimiento por el público” (p.4), y, por otra parte, “la identidad corporativa supone para una empresa un plus de valor contable, una adición patrimonial que la convierte en entidad revalorizada, en la medida en que la empresa llega a valer más.” (p.4)

Los servicios y el mercadeo

Servicio:

Para Kotler (2003) un servicio es “cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrece a otra” y se caracterizan por ser “básicamente intangibles y

no tener como resultado la obtención de la propiedad de algo” (p.278). En términos más simples, Zeithalm y Bitner (2001) afirman que “los servicios son acciones, procesos y ejecuciones” (p.3)

Adicionalmente, Quinn (2001, c.p. Zeithalm y Bitner) afirma que los servicios proporcionan valor agregado “al añadir aspectos (como la conveniencia, entretenimiento, oportunidad, comodidad o salud) que esencialmente son preocupaciones intangibles para quien los adquiere por primera vez” (p.3).

Zeithalm y Bitner destacan entre las características de los servicios la intangibilidad como “un aspecto clave para determinar cuándo una oferta es o no un servicio”, (...) “se puede decir que los servicios tienden a ser más intangibles que los productos manufacturados, los cuales se inclinan a ser más tangibles que los servicios.”

Para Zeithalm y Bitner, existen cuatro características fundamentales que permiten entender el funcionamiento de los servicios, y deben ser tomadas en cuenta para la gestión de los mismos: la intangibilidad, la heterogeneidad, la producción y consumo simultaneo y que son perecederos.

Características de los servicios:

Intangibilidad:

Es considerada la característica fundamental de un servicio. Zeithalm y Bitner (2001) explican que la intangibilidad se debe “a que los servicios son ejecuciones o acciones en lugar de objetos, no es posible verlos, sentirlos, degustarlos ni tocarlos de la misma forma que se pueden percibir los bienes tangibles “ (p.15).

“Por su propia definición es todo bien que no se puede tocar” afirma Merinero (1997), así como afirma que, sin embargo “hay formas de servicios intangibles que pueden convertirse en tangibles; por ejemplo, la representación

tangible de las tarjetas de crédito, en base a la representación intangible del servicio de crédito (...)" (p.59).

Heterogeneidad:

Tomando en cuenta que los servicios son ejecutados frecuentemente por individuos, Zeithalm y Bitner (2001) afirman que "dos servicios similares nunca serán precisamente semejantes" (p.16). "Desde el punto de vista de los clientes a menudo los empleados son el servicio" y "el desempeño de las personas difiere de un día para otro o incluso de una hora para otra" (p.16). También considera que la heterogeneidad es causada por el hecho de que "ningún cliente es exactamente igual a otro; cada uno tiene demandas singulares o experimenta el servicio de manera única" (p.16). En consecuencia, la heterogeneidad que caracteriza a los servicios es generada por diversos factores: "el resultado de la interacción entre las personas (entre el empleado y el cliente y de ellos consigo mismos) y de todos los caprichos que pueden surgir de su relación" (p.16)

Con relación al mercadeo, Zeithalm y Bitner (2001) sostienen que "resulta un reto para las organizaciones o las personas asegurar un servicio de calidad sostenida" tomando en cuenta que la misma depende de múltiples factores fuera del control del prestador de servicios, "entre ellos la capacidad del cliente para expresar sus demandas, la habilidad y la disposición del personal para satisfacerlas, la presencia (o ausencia) del cliente y el nivel de demanda del servicio" (p.16).

Producción y consumo simultaneo:

Según Zeithalm y Bitner (2001), esta característica se genera gracias a que "Casi todos los servicios primero se venden y después se producen y consumen simultáneamente" (p.16). Adicionalmente esto implica que en ciertas circunstancias "el cliente se encuentra presente mientras se produce el servicio, por lo cual observa e incluso puede tomar parte en el proceso de producción"

(p.16). Esta realidad genera que con frecuencia los clientes interactúen entre sí en el servicio, influyendo en las experiencias de los otros, concluyen las autoras.

Como implicaciones para el marketing, Zeithalm y Bitner exponen que lo antes mencionado, hace que resulte difícil, o casi imposible, la producción masiva del servicio. Adicionalmente resulta complejo aumentar la capacidad de los mismos a través de la centralización: “con el propósito de prestar el servicio al consumidor en la locación más directa y conveniente, por lo general es necesario que las operaciones se descentralicen relativamente” (p.17).

Finalmente resalta que, como resultado de la producción y el consumo simultáneos, “el cliente se involucra y observa el proceso de producción, por lo cual puede afectar (de manera positiva o negativa) el resultado de la transacción del servicio” (p.17).

Perecederos:

Con el término perecederos, Zeithalm y Bitner (2001) se refieren “al hecho de que los servicios no pueden preservarse, almacenarse, revenderse o regresarse”. Como ejemplos, expone la imposibilidad de “reclamar ni emplear o revender tiempo después, ni el asiento en un avión o en un restaurante, una hora del tiempo de un abogado o la capacidad de una línea telefónica que no se utiliza” (p.17)

Para Zeithalm y Bitner (2001) la caducidad de los servicios tiene también implicaciones para el marketing: “la anticipación de la demanda y la planeación creativa para el empleo de la capacidad constituyen importantes áreas de decisión y desafío” (p.18). De igual manera, destaca “la necesidad de contar con sólidas estrategias de recuperación para cuando las cosas no resulten correctamente” (p.18).

Mezcla de *Marketing* de Servicios:

En primer lugar, Zeithalm y Bitner (2001) recuerdan que la mezcla de marketing tradicional se compone de las cuatro Ps: producto, precio, plaza y promoción. Según ellas “la noción de la mezcla implica que todas las variables se interrelacionan y que dependen unas de otras en cierta medida” (p.23). Según esta teoría “existe una mezcla óptima de los cuatro factores para cada segmento de mercado determinado, en algún momento del tiempo en particular” (p.23).

Aún y cuando considera que es imprescindible una cuidadosa administración del producto, plaza, promoción y precio para lograr que el *marketing* de servicios tenga éxito, Zeithalm y Bitner aseguran que cuando las estrategias de las cuatro Ps se aplican a los servicios es necesario modificarlas.

“Además de las cuatro Ps tradicionales, la mezcla de marketing de servicios incorpora a las personas, la evidencia física (*physical evidence*) y el proceso” (p.24).

Personas:

Para Zeithalm y Bitner (2001) la dimensión de las personas está compuesta por “todos los actores humanos que juegan un papel en la entrega del servicio y que influyen en las percepciones del comprador” (p.25), como por ejemplo el personal de la compañía, el cliente y los otros clientes que se encuentran en el ambiente del servicio.

Procesos:

En cuanto a procesos, se refieren a “los procedimientos, los mecanismos y el flujo de las actividades necesarias para la prestación del servicio, es decir, la realización del servicio y los sistemas de operación” (p.25).

Evidencia física:

Finalmente, en cuanto a la evidencia física, sostienen que “es el ambiente en el que se entrega el servicio y en el cual interactúan la empresa y el cliente, así como cualquier componente tangible que facilite el desempeño o la comunicación del servicio” (p.25)

Ambas detallan que la evidencia física del servicio incorpora todas las representaciones tangibles, “entre ellas folletos, membretes, tarjetas de presentación, formatos de reporte, señalización, y equipo” (p.25), así como en algunos casos “se incluyen las instalaciones físicas en las que se ofrece el servicio, es decir, el ambiente del servicio” (p.25).

Zeithalm y Bitner (2001) destacan sobre manera que los distintos elementos que componen la evidencia física “constituyen excelentes oportunidades para que la empresa transmita mensajes consistentes y sólidos en relación con el propósito de la organización, los segmentos del mercado que pretende y la naturaleza del servicio” (p.25).

SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA

Señalización:

Marín Andrés (2006) define la señalización como “el conjunto de estímulos que condicionan la actuación de quien los recibe frente a circunstancias que se pretende resaltar” (p.169).

Para Sánchez (2006) el término se refiere a “un sistema de signos gráficos convencionales o estímulos de carácter auditivo, cromático, sensorial o icónico cuyo objetivo es regular la movilidad social en el espacio tanto interior como exterior” (p.40).

Ella considera que dentro de este objetivo general de la señalización, se encuentran implícitos distintos objetivos secundarios tales como “identificar,

dirigir, prevenir, ordenar, orientar y proporcionar información de distribución de un lugar para hacer más eficaz la circulación de personas en áreas internas y externas” (p.41), así como contribuir con la utilización de los espacios, dentro de una sociedad que cataloga de “compleja, dinámica y difusa” (p.41).

Por su parte, Costa (2007) afirma que la señalización es al mismo tiempo “el conjunto de la planeación de la acción de señalar, los elementos necesarios para ello y los resultados prácticos que se deriven de esto” (p.25).

Señalética:

Para Tejada (1987) la señalética es un elemento de la identidad visual corporativa. La define como “la teoría y aplicación de los sistemas de señalización (...). En el caso de las empresas, comprende la señalización de sus fachadas externas, la señalización interna de sus unidades de producción y oficinas, etc.” (p.43).

Considera que existen “múltiples maneras de lograr una buena señalización utilizando el símbolo, el logotipo y los colores corporativos, e incluso utilizando las tipografías corporativas”, este último fundamental para Tejada, ya que según él “en nuestros países de América Latina se ha comprobado que la señalización mediante símbolos se debe complementar con letras.” (p.43)

Para Sánchez (2006) la señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual “encargada de estudiar la relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos” pero al mismo tiempo “es la técnica que organiza y regula estas relaciones” (p.55). En este sentido, afirma que la señalética responde “a la necesidad de información o de orientación provocada por el fenómeno contemporáneo de la movilidad social y la proliferación de servicios públicos y privados” (p.55).

Por su parte, Costa (2007) inicia su disertación sobre la señalética con esta breve definición “es el término técnico que designa los sistemas de señales de orientación para el público en los espacios cerrados o al aire libre donde se prestan servicios” (p.17).

Profundizando en el tema, Costa afirma que la señalética cumple, entre otras, con una función social de diálogo y orientación, especialmente en el caso de una institución “al señalar la identidad de un lugar y coordinar la orientación interna para el visitante, el usuario, la prestación del servicio” (p.21); del mismo modo que con un función práctica que genera una mayor calidad de vida, “respondiendo a necesidades de información inmediata” (p.21) que faciliten la accesibilidad a los servicios que requiera la sociedad, para satisfacer sus necesidades.

Afirma que la señalética “define una disciplina que conlleva un proceso creativo adaptado expresamente a cada espacio y lugar determinado (...), para resolver problemas y necesidades propias, y servir a públicos que dependen de los servicios que allí se prestan” (p.25).

Considera que cada proyecto de señalética es único, adaptado a “la estructura, las funciones y la identidad de cada lugar” y que deber ser creado especialmente “en función de las situaciones que son propias de la entidad, la clase de negocio y el espacio donde el servicio se presta” (p.25)

Finalmente, Costa introduce el término Señalética Corporativa, el cual considera que integra dos disciplinas: “la señalación arquitectónica exterior bajo el signo fundamental de la identidad corporativa con espíritu de singularidad competitiva (...) y la señalética interior como servicio informativo, que refuerza la calidad de los servicios (...) y el mensaje de la identidad” (p.26).

El lenguaje señalético:

Costa define el lenguaje señalético como un “lenguaje gráfico bimedia, que consta de imágenes (pictogramas), textos (tipografías) y colores (combinaciones cromáticas)” (p.93).

La flecha:

Signo de la cultura universal, la flecha es considerada por Costa como “la expresión abstracta de la mano que señala con el índice alguna cosa que hay que ver o una dirección que hay que seguir”. A pesar de su connotación imperativa, “posee el simbolismo de la flecha que se lanza”, lo cual “implica rapidez, certidumbre y seguridad”. “La flecha es un signo dinámico que va directamente al punto de destino (...) Impulsa a seguir” (p.94).

Pictogramas:

Para Costa, los pictogramas son “esquemalizaciones de la forma de los seres, las cosas, los objetos. Son signos gráficos que tienen un parecido evidente con aquello que representan” (p.94). Afirma que “la lógica de los pictogramas es la pregnancia y comprensión inmediata de sus significados” (p.95).

Destaca tres exigencias fundamentales que debe cumplir un pictograma: “visibilidad, percepción rápida y clara, y una ley que cumplir: no admisión de errores en la transmisión de significados” (p.95).

Tipografías:

En cuanto a tipografías, Costa sostiene que “la ley es la misma para todas las formas del lenguaje señalético. Sencillez” (p.103). Es imprescindible para él la diferenciación entre la letra “a” minúscula y la “o”, por ejemplo. Son preferibles tipografías con menos grafemas, y se debe tomar en cuenta la obertura del “ojo”

de las letras, afirma. Considera que “las tipografías regulares son las mejores: rectas o redondas, mucho mejor que condensadas y expandidas”.

Recomienda la utilización de altas y bajas sobre las mayúsculas sostenidas, pues tienen menor visibilidad y legibilidad.

Color:

El color en la señalética tienen un alto grado de libertad según Costa. Aún así, recomienda tomar en cuenta “la amplitud del formato de las señales, de la cantidad de las mismas, y del dinamismo del lugar” (p.104). En este sentido, donde existe “mayor movilidad y flujos de gente, como en un gran aeropuerto internacional o un megastore, conviene que los colores sean muy contrastados porque eso facilita su percepción” (p.104), mientras que en lugares más calmados y apacibles “como un centro médico o un museo, donde no hay tensiones ni prisas y el ambiente es más relajado, un exceso de contraste puede resultar demasiado estridente” (p.104).

Comunicación y Lenguaje Visual

Comunicación visual:

Acaso (2009) afirma que las ciencias de la comunicación se estudian en tres diferentes sistemas de transmisión de mensajes: la comunicación verbal, la comunicación escrita y la comunicación visual.

Según ella la comunicación visual se diferencia de las demás en dos aspectos: “en primer lugar, el sentido que se utiliza para captar la información es la vista. (...) aunque lo que verdaderamente la diferencia es que el código que transmite la información es distinto: el lenguaje visual” (p.24).

Con base en esto, afirma finalmente que “La comunicación visual es, pues, el sistema de transmisión de señales cuyo código es el lenguaje visual. (p.24)”

Para Sánchez (2006) la comunicación visual es el “tipo de comunicación compuesto por diversos códigos visuales con determinados significados” (p.14). Considera que facilita la transmisión del pensamiento “con diferentes propósitos y objetivos que tienen relación con la comunicación diaria de los individuos” nombrando como ejemplos “la simbología religiosa, las imágenes de atracción comercial, la señalización de calles, carreteras, instituciones, aeropuertos, etcétera” (p.14).

Lenguaje visual:

Acaso (2009) afirma que “el lenguaje visual es el código específico de la comunicación visual; es un sistema con el que podemos enunciar mensajes y recibir información a través del sentido de la vista” (p.25).

Destaca que este lenguaje tiene poca relación con el resto de los lenguajes que se conocen “ya que tanto el escrito como el verbal están sujetos a unas normas específicas, completamente estructuradas y definidas” (p.25).

Semiótica

Umberto Eco (1975, c.p. Acaso) define la semiótica como “El estudio de cualquier cosa en el mundo que pueda representar a otra” (p.23). Por su parte, Acaso (2009) la define como “El campo del saber que estudia los signos” (p.23). Así mismo, afirma que todos los autores que cita comparten la creencia “de que dentro de un sistema de comunicación el elemento más importante para que el receptor comprenda el mensaje es la utilización de un código común entre ambos” (p.23)

Beuchot (2004) hace énfasis en el signo como elemento central de la semiótica, afirma que la misma “es la ciencia que estudia el signo en general; todos los signos que formen lenguajes o sistemas” (p.7).

Semiótica de la imagen:

Acaso (2009) afirma que de la conjunción entre la comunicación visual y la semiótica “nace una rama del saber centrada en los problemas de la comunicación a través del lenguaje visual que se acaba por llamar semiología de la imagen o Semiótica visual”. Define a la misma como “el área de conocimiento donde se estudia la significación de los mensajes codificados a través del lenguaje visual” (p.24).

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

Historia de la Universidad Católica Andrés Bello

La Exhortación Pastoral del Episcopado Venezolano (2003), en ocasión de los cincuenta años de la Fundación de la Universidad Católica Andrés Bello, hace pública la historia y trayectoria de la UCAB. A continuación una paráfrasis del texto publicado en la página de la Universidad.

La Universidad Católica de Venezuela fue fundada el 24 de octubre de 1953, con motivo de la promulgación de una nueva Ley de Educación, por parte del presidente de Venezuela para ese entonces, Marcos Pérez Jiménez. Esta nueva ley, permitió que las universidades católicas, funcionasen de nuevo, pues durante el gobierno de Antonio Guzmán Blanco, éstas habían sido cerradas. Su primer rector, Carlos Guillermo Plaza, instó al gobierno a autorizar el cambio de nombre, que fue adoptado un año después, el 7 de julio de 1954.

La Universidad fue creada con el fin de compartir “los nobles y comunes anhelos de las otras ilustres universidades del País”. Además, se dirigía:

Particularmente a consolidar, de modo eficaz, la educación moral y espiritual de nuestra juventud, destacando para ello el valor y la dignidad de la persona humana, ennoblecido aún más por su condición cristiana; todo lo cual exige cuantiosa dotación de medios apropiados junto con exquisita y firme dirección, en el sentido de que tal esfuerzo combinado conduzca racional y convenientemente al desarrollo justo de las profesiones ciudadanas. UCAB (2011). Acerca de la Universidad/Historia.

Es mucho lo que ha cambiado Venezuela y, durante esa oleada de

cambios, mucho le ha aportado la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Con sus altos y bajos, es una de las universidades de mayor prestigio en el país en la actualidad. Entre sus rectores figuran: Carlos Guillermo Plaza, S.J. (1953-1955); Pedro Pablo Barnola, S.J. (1955-1959); Carlos Reyna, S.J. (1956-1969); Pío Bello, S.J. (1969-1972); el ingeniero Guido Arnal (1972-1990); Luis Ugalde, S.J. (1990-2010); y actualmente, José Virtuoso, S.J.

Como se puede apreciar, la dirección de la UCAB, ha estado signada por la experiencia de la Compañía de Jesús, quien tiene una gran trayectoria en la conducción de universidades en todo el mundo. Muchos hombres y mujeres vinculados a la Compañía, se han dedicado a dar lo mejor para educar a profesionales de la excelencia, guiados siempre por la Iglesia Institucional, a través del Gran Canciller quien, en el caso de la UCAB, está representado por el Arzobispo de Caracas, Cardenal Jorge Urosa Savino.

El mejor testimonio de lo anterior lo aportan los profesores, egresados, el historial de publicaciones, los Centros de Investigación que siempre están a la vanguardia, realizando estudios sociales y económicos, que aportan al país ideas y propuestas para el progreso. Todo esto aunado a la atención del personal administrativo, y del resto de departamentos que componen a la UCAB, como por ejemplo la Pastoral Universitaria, el departamento de Cultura, entre otros.

La UCAB tiene su sede principal en Caracas, pero en la actualidad también hay sedes en Los Teques y Puerto Ordaz. La Universidad Católica del Táchira, es “hija directa” de la UCAB, pese a no tener el mismo nombre. Estas universidades, han sentado precedente para otras instituciones de educación superior, de índole cristiana católica en el país.

El camino recorrido, y por recorrer, de la UCAB, siempre estará condicionado por el contexto geopolítico, el tiempo histórico y las exigencias planteadas por la Iglesia Católica contemporánea. Así sea una institución de vertiente eclesial, debe “asumir la competitividad, la complementariedad y la

calidad”, como cualquier otra institución educativa, permaneciendo atenta no sólo a los signos de los tiempos, sino también a los signos de Dios. UCAB (2011). Acerca de la Universidad/ Historia (c.p. Exhortación Pastoral del Episcopado Venezolano. 2003.)

Universidad Católica Andrés Bello

Dentro de la información institucional de la Universidad, se obtiene, en su página web, entre otras cosas la fecha de fundación como institución de educación superior en 1951 y luego, se realiza en Caracas en 1953 por la Compañía de Jesús, a la cual pertenece desde entonces.

Así mismo, se define la Universidad Católica Andrés Bello como:

(...) una Institución sin fines de lucro; la fuente de sus ingresos son los estipendios provenientes de matrículas y pensiones estudiantiles, los aportes, donaciones, herencias o legados de personas y comunidades que quieran vincular su nombre a la Institución, y los derivados de cualquier convención lícita cuya celebración se considere conveniente. El producto de dichos ingresos, si lo hubiere después de pagar lo que requiera el servicio universitario, revertirá directa o indirectamente en beneficio de la obra cultural que cumple la Universidad. UCAB (2011) Acerca de la Universidad – La UCAB

Señalización en la UCAB

Fue necesario para esta investigación indagar un poco acerca de los antecedentes de señalización que han existido en la Universidad. Es de mucha

utilidad para este trabajo, porque conociendo lo que se ha hecho anteriormente, se pueden detectar las fallas y repararlas.

Se obtuvo una visión general del funcionamiento de la señalización en la UCAB mediante una conversación personal con Raiza Reyes, profesora de la UCAB y Directora de Servicios Generales durante 11 años; dependencia que fundó junto con el ingeniero Lorenzo Caldentey ex Vicerrector Administrativo.

Reyes, afirma que, durante los primeros años de funcionamiento de la Universidad en Montalbán, fue muy escasa la señalización dentro del campus. De hecho, cuenta que una de las pocas cosas que existía era un plano realizado por algunos estudiantes de ingeniería, que aún se encuentra ubicado en la entrada de la biblioteca, pero que perdió su vigencia cuando se construyeron los nuevos edificios, ya no encajaban con la realidad del campus.

Explica que es en ese momento cuando nace la verdadera necesidad de identificar los espacios e idear algún plan de señalización, cuando se empieza a notar que la gente se perdía dentro del campus. Pero aún así no se logró nada más que la renovación de los planos, ahora actualizados.

En el año 1997 se hace un plan de señalización que no tuvo mucho éxito, dice que era más que todo decorativo. Se ubicaban los edificios por colores y los letreros eran muy pequeños. El esfuerzo se perdió.

Así mismo, relata que para la Universidad era un gasto muy elevado y que existían otras prioridades, por lo que nunca se ha logrado un buen plan de señalización. Sin embargo, explica que dentro de los edificios siempre se ha hecho lo necesario para que los salones estén identificados correctamente a pesar de que nunca ha existido ninguna normativa ni protocolo para la elaboración de carteles y letreros. Afirma que si bien, hay algunos que faltan y se han perdido, no ha sido responsabilidad del personal, sino que hay estudiantes que se los llevan o los rompen.

También, cuenta que, como la Universidad nunca ha podido costear todo lo relacionado con la señalización, los letreros que existen son de donaciones o patrocinios de empresas y eso hace que sean todos distintos y es por esto que nunca ha habido un lineamiento de identidad. Señala, por ejemplo, que la primera donación vino por parte de la Creole Petroleum Corporation, quien proporciona los letreros de los módulos y crean la primera numeración de la Universidad (A + módulo + piso + salón).

Según Reyes, la Universidad está consciente de que todavía existe esa necesidad, y que hoy más que nunca se quiere encontrar una solución al problema, no sólo tomando en cuenta que por esta deficiencia se ha tenido inconvenientes con las inspecciones del Ministerio de Educación, sino también porque esto permite reforzar la identidad de la institución y un mejor reconocimiento del espacio físico.

Aspectos Normativos

Normas Covenin

Para la elaboración de este trabajo, se tomarón en cuenta ciertas leyes y normativas venezolanas. En vista de que esta norma se aplica a

(...) todos los lugares residenciales, públicos, turísticos, recreacionales; así como a todo lugar o sitio de trabajo a objeto de orientar y prevenir accidentes, riesgos a la salud y facilitar el control de las emergencias, a través de colores, formas, símbolos, formas y dimensiones. Covenin (1998, p.3).

Se toma en cuenta todos los elementos que tienen relación con este trabajo, como lo son: los colores de contraste, las formas geométricas y significados de la señal de seguridad, símbolos, y requisitos de las señales

que aplican.

Así como también, se tomarán en cuenta los Anexos B de esta ley como guía para las señales de seguridad y símbolos, señales de prohibición, de obligación y de emergencia. Esta normativa se encuentra en los anexos digitales de este Trabajo de Grado.

Manual de Accesibilidad Como Diseño y Derecho Universal Para Todos

De la misma manera, se toma en cuenta el Manual de Accesibilidad Como Diseño y Derecho Universal Para Todos, elaborado por la Asociación Civil Ciudad Sin Barreras en Caracas en 2007, para seguir las especificaciones indicadas con relación a la señalización especial para minusválidos.

Más específicamente, se toma el capítulo 3, donde se habla de las variables iluminación, contraste, tamaño y color en el medio ambiente, así como las adaptaciones para personas con deficiencias. También el capítulo 5 que define la correcta ubicación de los mismos en los diferentes espacios del recinto. Dichos capítulos del Manual se encuentran en los anexos digitales de este Trabajo de Grado

CAPÍTULO IV: EL MÉTODO

Modalidad

El presente Trabajo de Grado, se realizó bajo la modalidad de Estrategia Comunicacional, definido por la Escuela de Comunicación Social en su portal web de la siguiente manera: (ECS UCAB, s.f., Modalidades del Trabajo de Grado)

Esta modalidad consiste en la creación de estrategias de comunicación amparadas en necesidades reales de alguna organización. El propósito de estos proyectos es la evaluación del problema o necesidad informacional que la organización tiene con alguno de sus públicos de interés para posteriormente plantear soluciones comunicacionales. (<http://www.ucab.edu.ve/teg.html>)

Tipo de Investigación

Tomando en cuenta que existen pocas investigaciones y material en relación con la señalización de la Universidad Católica Andrés Bello, la presente investigación es de tipo exploratoria. Grande y Abascal (2009) sobre las investigaciones exploratorias afirman que estas “persiguen una aproximación a una situación o problema. Se desarrollan, en general, cuando los investigadores no tienen conocimientos profundos de los problemas que están estudiando” (p.35); similar a lo que explican Hernández, Fernández y Baptista (1991) “se efectúan normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes”. (p. 59)

Grande y Abascal (2009) agregan que las investigaciones exploratorias “tienen, por lo general, carácter previo a otras investigaciones más complejas. El objetivo de la investigación no se encuentra totalmente cerrado, y a medida que se avanza puede ir alterándose”. (p.35)

Diseño de Investigación

Para el diseño de esta investigación se utilizó un modelo no-experimental de campo en donde no se manipularon variables, solo se observaron situaciones e información. La investigación no experimental es definida por Hernández, Fernández y Baptista (1994) como “aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables (...) Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos”. (p.184)

Dentro de la investigación no experimental, el modelo desarrollado fue de tipo transversal, ya que los datos fueron recolectados en un solo y único momento. Según Hernández, Fernández y Baptista (1994) “los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (p.185)

Sistema de Variables

Públicos de la UCAB Caracas:

Marston, 1981 (c.p. González 2006, p.22) afirma que: “(...) existe un público cuando un grupo de personas es atraído por intereses definidos en ciertas áreas y tiene determinadas opiniones sobre las cuestiones dentro de ellas”. (p.47)

Para esta investigación, se toma como Públicos de la UCAB a todas aquellas personas que están vinculadas o involucradas de alguna manera con la Universidad, bien sean estudiantes, profesores, empleados o visitantes.

Opinión sobre la **señalización**:

La Real Academia Española define opinión como la “fama o concepto en que se tiene a alguien o algo” y, por otro lado, Costa (2007) define la señalización como “el conjunto de la planeación de la acción de señalar, los elementos necesarios para ello y los resultados prácticos que se deriven de esto” (p.25).

Por esto, se puede decir que la opinión de señalización, para este caso, sería el concepto que los públicos de la UCAB tengan con respecto a la organización de los elementos de información, identificación, dirección y seguridad.

La opinión de señalización es de fundamental importancia para esta investigación, puesto que es necesario conocer la visión de las personas que recorren diaria o eventualmente la universidad, y más aún las personas que no conocen la Universidad y necesitan una mayor orientación dentro del campus.

Estado actual de la **señalización**:

Existencia, estado y características de los distintos elementos visuales con fines de señalización, bien sea de identificación, información, dirección o seguridad; en todos aquellos espacios abiertos o cerrados, delimitados en algún modo, ubicados dentro del campus de la Universidad Católica Andrés Bello, con fines académicos, administrativos, deportivos, culturales, religiosos, comunes o de servicio; así como elementos para el control y prevención de emergencias.

Operacionalización de Variables

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Items | Instrumento | Fuente |
|---|---|--|--|-------------|------------------|
| Identificar la opinión de las autoridades de la Universidad Católica Andrés Bello sobre la señalización existente | <ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Información • Dirección • Seguridad | <ul style="list-style-type: none"> • Espacios Académicos • Espacios Deportivos, Culturales Religiosos • Espacios Administrativos • Servicios • Áreas Comunes • Seguridad | y <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo considera que se encuentra en general la señalización de la UCAB? 2. ¿Considera que los espacios de la UCAB en general se encuentran correctamente identificados? 3. ¿Considera que los distintos espacios de la UCAB cuentan con señales de información completas? (Horarios de atención e información básica) 4. ¿Considera que el campus de la Universidad cuenta con la suficiente señalización de dirección, que indique las rutas que se deben seguir para llegar a los distintos espacios? 5. ¿Cree que en algún espacio debe mejorar la señalización para aumentar la asistencia y fluidez de los distintos públicos de la UCAB? 6. ¿Considera que la Universidad cuenta con una correcta señalización de los distintos elementos para el control y prevención de emergencias? 7. En cuanto a forma, cree usted que se han utilizado los mejores materiales, colores y tipografías; respetando la identidad de la UCAB? 8. ¿Cree que la UCAB tiene alguna necesidad adicional de señalización? | Entrevista | Autoridades UCAB |

| | | | | | |
|---|--|--|---|--------------------------------------|------------------------------|
| <p>Identificar la opinión de los públicos de UCAB Caracas sobre la señalización existente</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Información • Dirección • Seguridad | <ul style="list-style-type: none"> • Espacios Académicos • Espacios Deportivos, Culturales y Religiosos • Espacios Administrativos • Servicios • Áreas Comunes • Seguridad | <p>Califique según su percepción la señalización de los siguientes espacios</p> <p>¿Considera que los espacios en general se encuentran correctamente identificados?</p> <p>¿Considera que los espacios cuentan con señales de información completas? (horarios de atención, procedimientos, normativas)</p> <p>¿Considera que el <i>campus</i> de la Universidad cuenta con la suficiente señalización de dirección, que indique las rutas que se deben seguir para llegar a los distintos espacios?</p> | <p>Encuesta</p> | <p>Público Receptor UCAB</p> |
| <p>Diagnosticar el estado actual de la señalización dentro de la UCAB</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Espacios Académicos • Espacios Deportivos, Culturales y Religiosos • Espacios Administrativos • Servicios • Áreas Comunes • Seguridad | <ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Información • Dirección | <p>Existe o No Existe Cantidad Estado Características</p> | <p>Lista de Cotejo y Fotografías</p> | <p>UCAB Caracas</p> |

Unidades de Análisis, Población y Muestra

Las unidades de análisis para el desarrollo de la investigación fueron las siguientes: Autoridades, Públicos y Señalización. Con base en estas, se delimita y se describe para cada una de ellas su población, que según Selltiz (1974; c.p. Hernández, Fernández y Baptista, (1991) es el conjunto de todos los individuos que concuerdan o tienen en común una serie de características. Asimismo, para cada una de estas poblaciones se delimitaron muestras específicas que participaron en el proceso de investigación.

Dada la naturaleza exploratoria de la investigación así como por sus objetivos, se utilizaron dos modelos no probabilísticos para la selección de las

muestras: la muestra por criterio (Autoridades y Señalización) y la muestra a juicio del investigador (Público receptor).

Fernández (2004) define el tipo de muestreo no aleatorio o no probabilístico como un procedimiento en el cual “los miembros de una población no tienen una probabilidad conocida de pertenecer a la muestra” (p.153). Explica que la muestra se toma según el criterio del investigador y que las estimaciones no se pueden generalizar estadísticamente a la totalidad de la población.

Del mismo modo, Fernández (2004) habla de un tipo de muestreo no probabilístico a juicio del investigador, en el cual “consiste en seleccionar unidades muestrales más convenientes para el estudio o en permitir que la participación de la muestra sea totalmente voluntaria” (p.153).

Por otro lado, cuando se habla del tipo de muestreo no probabilístico por criterio, Fernández (2004) explica que, en este caso, el investigador selecciona sus unidades muestrales que sean representativas según su criterio, su experiencia y conocimientos.

Autoridades: Este grupo está constituido por todas aquellas personas que ejercen cargos de dirección académica o administrativa dentro de la UCAB Caracas, y lo consideraremos como emisor dentro del proceso comunicacional que involucra la señalización. Muestra de expertos: Decanato de Desarrollo Estudiantil, Dirección de Comunicación e Imagen, Dirección de Servicios Generales.

Públicos: Constituido por todos los estudiantes, profesores, empleados y visitantes. Según la Oficina Central de Admisión y Control de Estudios (OCACE) la población estudiantil para el semestre Octubre-Marzo 2010-2011, estaba constituida por 11.143 estudiantes de Pregrado y 1.868 estudiantes de Postgrado. Por su parte, el Departamento de Recursos Humanos informó que la nomina docente estaba compuesta por 1.353 profesores, y la de personal empleado y profesional estaba compuesta por un total de 438 personas. El

número de visitantes es difícil de determinar debido a su variabilidad en el tiempo.

El muestreo se realizó de manera no probabilística a juicio del investigador, para el cual su tamaño es irrelevante ya que los resultados son proyectados únicamente a la muestra.

El tamaño cobra relevancia a la hora de cruzar las variables entre sí, donde se espera que existan cinco respuestas en cada celda. Para ello, se tomarán las dos preguntas con mayor número de posibles respuestas simples, se multiplican entre sí, y el resultado se multiplica por cinco. Tomando en cuenta que las dos preguntas con mayor número de posibles respuestas es cuatro, se definió una muestra mínima para la encuesta de ochenta personas.

Señalización: La población de la señalización está constituida por todos aquellos elementos visuales, ubicados dentro de la sede en Caracas de la Universidad Católica Andrés Bello, que tengan la finalidad de identificar, guiar o informar sobre los distintos espacios que la componen. El muestreo fue realizado de manera no probabilística por criterio, y se escogieron los siguientes espacios debido a su importancia y características: Centro Loyola, Edificio de aulas (Pisos 1, 3 y 5), Edificio de Postgrado y Feria.

Selección y Diseño de Instrumentos

Autoridades - Cuestionario para Entrevista Personal:

Para la identificación de las necesidades de señalización de las autoridades de la UCAB, se utilizó un cuestionario entrevista, definido según Hernández, Fernández y Baptista como “un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p.276). “Un entrevistador aplica el cuestionario a los respondientes (entrevistados). El entrevistador va haciéndole las preguntas al respondiente y va anotando las respuestas” (p.291). Por su parte Tamayo y Tamayo (2006) denominan este instrumento como una guía de entrevista, un

“instrumento de observación que consiste en una serie de preguntas no estructuradas, formuladas y anotadas por el entrevistador” (p. 316).

Según Hernández, Fernández y Baptista (2006) la guía de entrevista se conforma por diferentes tipos de interrogantes, de las cuales se utilizaron en esta caso las siguientes: “Preguntas generales: parten de planteamientos globales para ir llegando al tema que interesa al investigador” y “Preguntas para ejemplificar: sirven como disparadores para exploraciones más profundas, en las cuales se le solicita al entrevistado que dé un ejemplo de un evento, un suceso o una categoría”

Los resultados de estas entrevistas fueron vaciados en una matriz de vaciado de contenidos.

Público Receptor – Cuestionario Autoadministrado:

Para la identificación de los públicos receptores de la UCAB así como sus necesidades de señalización, se utilizó un cuestionario autoadministrado, definido según Hernández, Fernández y Baptista como “un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p.276) que “se proporciona directamente a los respondientes, quienes lo contestan”. (p.291)

El cuestionario entrevista fue aplicado utilizando la herramienta digital ofrecida por la página web <http://www.survs.com>, la cual brinda la posibilidad de distribuir una encuesta a través de correos electrónicos y redes sociales como Twitter y Facebook. Esto permitió que los encuestados respondieran en el momento más adecuado y sin presión, de una manera sencilla y cómoda, las preguntas cerradas propuestas en el instrumento.

Señalización - Observación:

Para identificar la señalización actual en los distintos espacios que componen la estructura física de la UCAB Caracas, se realizó un proceso de observación, y los resultados fueron registrados en una lista de cotejo y en fotografías. Hernández, Fernández y Baptista definen la observación de la siguiente manera “consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conductas manifiestas. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias” (p.309-310).

Los resultados de la existencia de señalización se registraron de manera cuantitativa en una lista de cotejo, y posteriormente graficados y tabulados. En el caso del estado de la señalización y sus características, los resultados fueron de tipo cualitativos.

Modelo de Instrumentos

Cuestionario Autoadministrado

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como finalidad conocer su opinión sobre la señalización existente en la Universidad Católica Andrés Bello, para el desarrollo de una nueva estrategia acorde a las necesidades actuales.

1. Seleccione su rol dentro de la Universidad Católica Andrés Bello:

Profesor Estudiante Empleado Visitante

2. Seleccione el tiempo durante el cual ha asistido a la UCAB:

Menos de 1 año Entre 1 y 3 años Entre 3 y 5 años Más de 5 años

ESPACIOS ACADÉMICOS

3. Evalúe según su percepción la señalización de los siguientes **espacios académicos**:

| ESPACIO | MUY INADECUADA | INADECUADA | POCO ADECUADA | ADECUADA | MUY ADECUADA |
|---------------------------------------|----------------|------------|---------------|----------|--------------|
| Aulas y Laboratorios de Computación | | | | | |
| Laboratorios y Estudios Audiovisuales | | | | | |
| Biblioteca | | | | | |
| Salas de estudio | | | | | |
| Salones Especiales | | | | | |
| Institutos de Investigación | | | | | |

4. ¿Considera que los **espacios académicos** en general se encuentran correctamente **identificados**?

SÍ NO

5. ¿Considera que los **espacios académicos** en general cuentan con señales completas de **información**?

(Horarios de atención, procedimientos, normativas)

SÍ NO

ESPACIOS DEPORTIVOS, CULTURALES Y RELIGIOSOS

6. Evalúe según su percepción la señalización de los siguientes **espacios deportivos, culturales y religiosos**:

| ESPACIO | MUY INADECUADA | INADECUADA | POCO ADECUADA | ADECUADA | MUY ADECUADA |
|------------------|----------------|------------|---------------|----------|--------------|
| Campos y canchas | | | | | |
| Gimnasio | | | | | |
| Auditorios | | | | | |
| Teatro | | | | | |
| Iglesia | | | | | |
| Oratorio | | | | | |

7. ¿Considera que los **espacios deportivos, culturales y religiosos** en general se encuentran correctamente **identificados**? SÍ NO

8. ¿Considera que los **espacios deportivos, culturales y religiosos** en general cuentan con señales completas de **información**? (Horarios de atención, procedimientos, normativas) SÍ NO

ESPACIOS ADMINISTRATIVOS

9. Evalúe según su percepción la señalización de los siguientes **espacios administrativos**:

| ESPACIO | MUY INADECUADA | INADECUADA | POCO ADECUADA | ADECUADA | MUY ADECUADA |
|-----------|----------------|------------|---------------|----------|--------------|
| Rectorado | | | | | |

| | | | | | |
|--------------------|--|--|--|--|--|
| Secretaría General | | | | | |
| Facultades | | | | | |
| Escuelas | | | | | |
| Direcciones | | | | | |

10. ¿Considera que los **espacios administrativos** en general se encuentran correctamente **identificados**?

SÍ NO

11. ¿Considera que los **espacios administrativos** en general cuentan con señales completas de **información**?
(Horarios de atención, procedimientos, normativas)

SÍ NO

ESPACIOS DE SERVICIOS

12. Evalúe según su percepción la señalización de los siguientes **espacios de servicio**:

| ESPACIO | MUY INADECUADA | INADECUADA | POCO ADECUADA | ADECUADA | MUY ADECUADA |
|--------------------------|----------------|------------|---------------|----------|--------------|
| Servicios de Comida | | | | | |
| Librerías y Reproducción | | | | | |
| Telefonía Pública | | | | | |
| Baños | | | | | |
| Bancos | | | | | |
| Enfermería | | | | | |
| Farmacia | | | | | |

| | | | | | |
|---------------|--|--|--|--|--|
| Parque Social | | | | | |
|---------------|--|--|--|--|--|

13. ¿Considera que los **espacios de servicios** en general se encuentran correctamente **identificados**?

SÍ NO

14. ¿Considera que los **espacios de servicios** en general cuentan con señales completas de **información**?

(Horarios de atención, procedimientos, normativas)

SÍ NO

ÁREAS COMUNES

15. Evalúe según su percepción la señalización de las siguientes áreas comunes:

| ESPACIO | MUY INADECUADA | INADECUADA | POCO ADECUADA | ADECUADA | MUY ADECUADA |
|---------------------|----------------|------------|---------------|----------|--------------|
| Caminerías | | | | | |
| Plazas | | | | | |
| Jardines | | | | | |
| Ascensores | | | | | |
| Accesos Peatonales | | | | | |
| Accesos Vehiculares | | | | | |
| Estacionamientos | | | | | |

16. ¿Considera que las **áreas comunes** en general se encuentran correctamente **identificadas**? SÍ NO

17. ¿Considera que las **áreas comunes** en general cuentan con señales completas de **información**?

(Horarios de atención, procedimientos, normativas)

SÍ NO

ELEMENTOS DE SEGURIDAD

18. Evalúe según su percepción la señalización de los siguientes **elementos de seguridad**:

| ESPACIO | MUY INADECUADA | INADECUADA | POCO ADECUADA | ADECUADA | MUY ADECUADA |
|-------------------------|----------------|------------|---------------|----------|--------------|
| Salidas de Emergencia | | | | | |
| Extintores | | | | | |
| Puntos de Concentración | | | | | |
| Rutas de Evacuación | | | | | |

19. ¿Considera que los **elementos de seguridad** en general se encuentran correctamente **identificados**?

Sí NO

20. ¿Considera que los **elementos de seguridad** cuentan con señales completas de **información**? (Operación, procedimientos, normativas)

Sí NO

21. ¿Considera que el *campus* de la Universidad cuenta con la suficiente **señalización de dirección** (aquellas que indique las rutas que se deben seguir para llegar a los distintos espacios de la Universidad)?

Sí NO

22. ¿Considera que la señalización existente dentro del *campus* está correctamente iluminada o es visible durante la noche?

Sí NO

Cuestionario Entrevista

| | Decanato de Desarrollo Estudiantil | Comunicación e Imagen | Servicios Generales | Atención al Discapacitado |
|--|------------------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------------|
| ¿Cómo considera que se encuentra en general la señalización de la UCAB? | | | | |
| ¿Considera que los espacios de la UCAB en general se encuentran correctamente identificados? | | | | |
| ¿Considera que los distintos espacios de la UCAB cuentan con señales de información completas? (Horarios de atención e información básica) | | | | |
| ¿Considera que el campus de la Universidad cuenta con la suficiente señalización de dirección, que indique las rutas que se deben seguir para llegar a los distintos espacios? | | | | |
| ¿Cree que en algún espacio debe mejorar la señalización para aumentar la asistencia y fluidez de los distintos públicos de la UCAB? | | | | |
| ¿Considera que la Universidad cuenta con una correcta señalización de los distintos elementos para el control y prevención de emergencias? | | | | |
| En cuanto a forma, cree usted que se han utilizado los mejores materiales, colores y tipografías; respetando la identidad de la UCAB? | | | | |
| ¿Cree que la UCAB tiene alguna necesidad adicional de señalización? | | | | |

Observación Lista de Cotejo

| Categoría | Espacios | Identificación | Información | Dirección |
|---|----------|----------------|-------------|-----------|
| Académicos | | | | |
| Deportivos, Culturales Religiosos | y | | | |
| Administrativos | | | | |
| Servicios | | | | |
| Áreas Comunes | | | | |
| Elementos Seguridad | de | | | |

Validación y ajuste

Ronald Weiers (1986 p.153) explica que: “un instrumento de medición es válido cuando mide aquello a lo cual está destinado. Un instrumento es válido en la medida en que sus mediciones están libres del error sistemático (sesgo)”.

El instrumento Encuesta fue validado por la Profesora Rafi Ascanio, especialista en comunicaciones organizacionales, quien recomendó además de cambios de estructura y forma agregar la pregunta sobre iluminación de la señalización; Profesora Emilia Araujo, especialista en investigación de mercados, recomendó el término “adecuado” para la evaluación de la señalización y la Licenciada Daniela Socorro, Gerente de Planificación y Estrategia de Mercado en Procter & Gamble de Venezuela.

La guía de preguntas para la Entrevista Personal fue validada por la Licenciada Daniela Socorro, quien recomendó cambios en la redacción para reducir el sesgo en las mismas, y posteriormente por la Profesora Emilia Araujo, quien no tuvo observaciones.

Criterios de análisis

A todas las preguntas de la encuesta se le calculará frecuencias y porcentajes para conocer el comportamiento de las variables en la muestra; y para el cruce de variables nominales el coeficiente de contingencia.

Rivas González (1967 p.89) hace una definición de coeficiente de contingencia: “Este coeficiente, que se identifica con la letra “C”, se utiliza para determinar la relación que pueda existir entre dos variables que presentan dos o más alternativas, es decir, que su función es más amplia que otros coeficientes, que tan sólo se refieren a variables con dos alternativas presentadas en un cuadro de 2 X 2. En este caso, las variables se presentan en un cuadro “m X n”.

Para el análisis de la observación se utilizarán criterios cuantitativos y cualitativos. A nivel cuantitativo, se determinará la existencia de tres tipos de señales, definidas por Jhon Follis en su libro *Architectural Signing and Graphics* como esenciales para un fluido funcionamiento de actividades, al brindar información sobre las distintas áreas y servicios a los peatones en construcciones e instalaciones.

Estas son: las señales de identificación, también conocidas como indicativas, aquellas que según Follis (1979, c.p. Sánchez 2006) “se utilizan para señalar lugares o cosas”; las señales de información, según el mismo autor, aquellas que “brindan una información específica y detallada sobre cualquier asunto, como horarios, instrucciones especiales, y otras”; así como las de dirección o direccionales, “que marcan una dirección o ruta y en general son flechas” (p.53).

Utilizando un criterio cualitativo, se evaluarán las características de forma de las señales encontradas durante la observación. Los elementos fundamentales a evaluar serán colores, pictogramas, tipografías, materiales y ubicación.

CAPÍTULO V: RESULTADOS

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Encuesta:

La encuesta estuvo activa desde el 28 de febrero de 2011 hasta el 14 de marzo de 2011, día en que fueron exportados los resultados obtenidos. En total, la encuesta fue visitada por 1265 personas, de las cuales respondieron 258, excediendo por 178 el mínimo de 80 requerido en el muestreo.

En cuanto al rol dentro de la Universidad, 18,9% de los encuestados afirmó ser profesor, 63,8% estudiantes, 2,0% empleados y 15,4% visitantes de la UCAB. En cuanto al tiempo de asistencia, 9,4% asegura haber asistido durante un año o menos, 17,3% de uno a tres años, 39% entre tres y cinco años, y 34,3% durante más de cinco años.

Al evaluar la señalización de Aulas y Laboratorios de Computación, 10,1% de los encuestados la considera muy inadecuada, 17,4% inadecuada, 35,3% poco adecuada, 33,3% adecuada y 3,9% muy adecuada.

Sobre la señalización de los Laboratorios y Estudios Audiovisuales, 10,2% la considera muy inadecuada, 18,5% inadecuada, 38% poco adecuada, 29,8% adecuada y 3,4% muy adecuada.

Respecto a la Biblioteca, 9,8% considera que su señalización es muy inadecuada, 19% la considera inadecuada, 34,1% poco adecuada, 30,2% adecuada y 6,8% muy adecuada.

En cuanto a las Salas de Estudio, 17,2% considera que la señalización es muy inadecuada, 24,1% que es inadecuada, 37,4% poco adecuada, 16,3% adecuada y 4,9% muy adecuada.

En el caso de la señalización en Salones Especiales, 21,3% la considera muy inadecuada, 21,8% inadecuada, 33,7% poco adecuada, 19,3% adecuada y 4% considera que es muy adecuada.

Sobre los Institutos de Investigación, 18,9% considera que su señalización es muy inadecuada, 23,4% que es inadecuada, 30,3% la considera poco adecuada, 22,9% adecuada y 4,5% muy adecuada.

En general, sobre los espacios académicos anteriormente evaluados, 27,9% de los encuestados considera que se encuentran correctamente identificados, mientras que un 72,1% de los mismos considera lo contrario. El 88,3% considera que los espacios académicos no cuentan con suficientes señales de información, mientras que 11,7% afirman que sí lo hacen.

Al evaluar la señalización de Campos y Canchas, 18,1% de los encuestados la considera muy inadecuada, 26,1% inadecuada, 37,2% poco adecuada, 16% adecuada y 2,7% muy adecuada.

Sobre la señalización del Gimnasio, 25% la considera muy inadecuada, 27,2% inadecuada, 34,2% poco adecuada, 10,3% adecuada y 3,3% muy adecuada.

Respecto a los Auditorios, 8,4% considera que su señalización es muy inadecuada, 14,7% la considera inadecuada, 35,8% poco adecuada, 32,1% adecuada y 8,9% muy adecuada.

En cuanto al Teatro, 13,7% considera que su señalización es muy inadecuada, 19,5% que es inadecuada, 40% poco adecuada, 20% adecuada y 6,8% muy adecuada.

En el caso de la señalización de la Iglesia, 9,5% la considera muy inadecuada, 14,2% inadecuada, 29,5% poco adecuada, 36,8% adecuada y 10% considera que es muy adecuada.

Sobre el Oratorio, 24,2% considera que su señalización es muy inadecuada, 18,8% que es inadecuada, 30,6% la considera poco adecuada, 21,5% adecuada y 4,8% muy adecuada.

En general, sobre los espacios deportivos, culturales y religiosos anteriormente evaluados, 19,8% de los encuestados considera que se encuentran correctamente identificados, mientras que un 80,2% de los mismos considera lo contrario. El 87,2% considera que los espacios académicos no cuentan con suficientes señales de información, mientras que 12,8% afirman que sí lo hacen.

Al evaluar la señalización de Rectorado, 15,5% de los encuestados la considera muy inadecuada, 20,4% inadecuada, 31,5% poco adecuada, 29,3% adecuada y 3,3% muy adecuada.

Sobre la señalización de Secretaría General, 7,2% la considera muy inadecuada, 13,3% inadecuada, 24,9% poco adecuada, 40,3% adecuada y 14,4% muy adecuada.

Respecto a las Facultades, 8,8% considera que su señalización es muy inadecuada, 13,3% la considera inadecuada, 38,7% poco adecuada, 30,4% adecuada y 8,8% muy adecuada.

En cuanto a las Escuelas, 7,3% considera que la señalización es muy inadecuada, 6,1% que es inadecuada, 30,7% poco adecuada, 41,3% adecuada y 14,5% muy adecuada.

En el caso de la señalización en Direcciones, 11,2% la considera muy inadecuada, 18,4% inadecuada, 36,3% poco adecuada, 27,9% adecuada y 6,1% considera que es muy adecuada.

En general, sobre los espacios administrativos anteriormente evaluados, 39,6% de los encuestados considera que se encuentran correctamente identificados, mientras que un 60,4% de los mismos considera lo contrario. El

72,5% considera que los espacios académicos no cuentan con suficientes señales de información, mientras que 27,5% afirman que sí lo hacen.

Al evaluar la señalización de Servicios de Comida, 4,6% de los encuestados la considera muy inadecuada, 8,6% inadecuada, 26,3% poco adecuada, 46,3% adecuada y 14,3% muy adecuada.

Sobre la señalización de Librerías y Reproducción, 8% la considera muy inadecuada, 13,7% inadecuada, 32,6% poco adecuada, 35,4% adecuada y 10,3% muy adecuada.

Respecto a la Telefonía Pública, 31,2% considera que su señalización es muy inadecuada, 27,2% la considera inadecuada, 26,6% poco adecuada, 12,7% adecuada y 2,3% muy adecuada.

En cuanto a los Baños, 11,5% considera que la señalización es muy inadecuada, 21,8% que es inadecuada, 32,8% poco adecuada, 30,5% adecuada y 3,4% muy adecuada.

En el caso de la señalización de los Bancos, 8,0% la considera muy inadecuada, 13,1% inadecuada, 23,9% poco adecuada, 46,6% adecuada y 8,5% considera que es muy adecuada.

Sobre la Enfermería, 25,3% considera que su señalización es muy inadecuada, 22,4% que es inadecuada, 32,2% la considera poco adecuada, 17,8% adecuada y 2,3% muy adecuada.

Sobre la señalización de la Farmacia, 11% la considera muy inadecuada, 12,8% inadecuada, 29,1% poco adecuada, 38,4% adecuada y 8,7% muy adecuada.

Respecto a Parque Social, 22% considera que su señalización es muy inadecuada, 26% la considera inadecuada, 26% poco adecuada, 22,5% adecuada y 3,5% muy adecuada.

En general, sobre los espacios de servicios anteriormente evaluados, 36% de los encuestados considera que se encuentran correctamente identificados, mientras que un 64% de los mismos considera lo contrario. El

El 85,1% considera que los espacios académicos no cuentan con suficientes señales de información, mientras que 14,9% afirman que sí lo hacen.

Al evaluar la señalización de las Caminerías, 11,6% de los encuestados la considera muy inadecuada, 14,6% inadecuada, 29,3% poco adecuada, 36,6% adecuada y 7,9% muy adecuada.

Sobre la señalización de Plazas, 13,3% la considera muy inadecuada, 15,8% inadecuada, 33,9% poco adecuada, 32,1% adecuada y 4,8% muy adecuada.

Respecto a los Jardines, 10,6% considera que su señalización es muy inadecuada, 14,3% la considera inadecuada, 30,4% poco adecuada, 36% adecuada y 8,7% muy adecuada.

En cuanto a los Ascensores, 11,1% considera que la señalización es muy inadecuada, 12,3% que es inadecuada, 33,3% poco adecuada, 38,9% adecuada y 4,3% muy adecuada.

En el caso de la señalización en los Accesos Peatonales, 9,9% la considera muy inadecuada, 17,4% inadecuada, 33,5% poco adecuada, 33,5% adecuada y 5,6% considera que es muy adecuada.

En cuanto a los Accesos Vehiculares, 7,2% considera que la señalización es muy inadecuada, 14,5% que es inadecuada, 32,5% poco adecuada, 39,8% adecuada y 6% muy adecuada.

En relación a los Estacionamientos, 8,9% considera que la señalización es muy inadecuada, 12,5% que es inadecuada, 28% poco adecuada, 43,5% adecuada y 7,1% muy adecuada.

En general, sobre las áreas comunes anteriormente evaluados, 43,4% de los encuestados considera que se encuentran correctamente identificados, mientras que un 56,6% de los mismos considera lo contrario. El 73,3% considera que los espacios académicos no cuentan con suficientes señales de información, mientras que 26,7% afirman que sí lo hacen.

Al evaluar la señalización de las Salidas de Emergencia, 34,5% de los encuestados la considera muy inadecuada, 29,2% inadecuada, 21,1% poco adecuada, 12,9% adecuada y 2,3% muy adecuada.

Sobre la señalización de Extintores y Mangueras, 31,8% la considera muy inadecuada, 31,2% inadecuada, 21,2% poco adecuada, 14,1% adecuada y 1,8% muy adecuada.

Respecto a los Puntos de Concentración, 53,8% considera que su señalización es muy inadecuada, 24,6% la considera inadecuada, 17% poco adecuada, 3,5% adecuada y 1,2% muy adecuada.

En cuanto a las Rutas de Evacuación, 54,4% considera que la señalización es muy inadecuada, 24,3% que es inadecuada, 14,2% poco adecuada, 5,3% adecuada y 1,8% muy adecuada.

En general, sobre los elementos de seguridad anteriormente evaluados, 8,7% de los encuestados considera que se encuentran correctamente identificados, mientras que un 91,3% de los mismos considera lo contrario. El 95,3% considera que los espacios académicos no cuentan con suficientes señales de información, mientras que 4,7% afirman que sí lo hacen.

El 93,6% de los encuestados considera que la Universidad no cuenta con la suficiente señalización de dirección, que indique las rutas que se deben seguir para llegar a los distintos espacios, mientras que 6,4% afirma que sí lo hace.

En cuanto a la iluminación o la visibilidad de la señalización durante la noche, 96,4% de los encuestados la consideran negativa, mientras que un 3,6% cree que es adecuada.

Encuesta – Cruce de Variables:

Al efectuar pruebas contingencia cruzando la variable señalización de información con señalización de identificación, se encontró una relación moderada en todos los casos.

La menor relación entre estas variables se encontró en el caso de los espacios administrativos, con un coeficiente de contingencia de 0,276; y el mayor en el caso de los elementos de seguridad, con un coeficiente de 0,525.

En segundo lugar, se cruzó la variable “Rol dentro de la UCAB” con cada una de las preguntas de la entrevista. Este no arrojó una relación significativa. Sólo cuatro preguntas tuvieron un índice menor al 30% en la prueba de chi cuadrado, y el coeficiente de contingencia de las mismas no superó el 0,3.

Finalmente se cruzó la variable “Tiempo de asistencia” con cada una de las preguntas, obteniéndose resultados similares a los anteriores. Se pueden tomar en cuenta nueve preguntas, todas relacionadas con la señalización de identificación e información, de las cuales sólo una tiene un coeficiente de correlación significativo. Es el caso de la señalización de identificación de los elementos de seguridad, que arroja un coeficiente de 0,356, evidenciando una leve relación entre las variables.

Entrevista:

| | | | | |
|---|---|---|--|---|
| | Decanato de Desarrollo Estudiantil | Comunicación e Imagen | Servicios Generales | Atención al Discapacitado |
| Nombre y Apellido Cargo | Prof. Néstor Luengo Director | Prof. Luis Ernesto Blanco Director | Lic. Vanessa Márquez Coordinadora | Prof. Lourdes Montenegro Coordinadora |
| 1. ¿Cómo considera que se encuentra en general la | Creo que ha mejorado en comparación con el pasado, pero aún queda mucho por | En cuanto a la señalización interna es deficiente, no hay | Hay señalización, pero hay que hacerle mantenimiento. Ha | Creo que en respuesta a las necesidades de los discapacitados hemos |

| | | | | |
|---|--|---|---|---|
| señalización de la UCAB? | hacer. | suficiente información visual que le permita a un usuario no conocedor de la Universidad, donde está ubicado o hacia donde debe ir. | habido modificaciones dentro de la Universidad, que no han sido contempladas en la señalización. | cubierto alrededor de un 50%. Siento que hay mucho desorden en la señalización, en cuanto a colores y códigos, que creo que al final hacen que la gente se pierda. |
| 2. ¿Considera que los espacios de la UCAB en general se encuentran correctamente identificados? | <p>Creo que es insuficiente aún.</p> <p>Debería colocarse un mapa o directorio en el acceso a la Universidad desde el Metro.</p> | <p>En su mayoría se encuentran identificados. Al llegar a la puerta uno puede ver el nombre del lugar. Lo complicado puede ser llegar a la puerta o al edificio. No hay buena señalización geográfica ni hay una distribución que permita hacerlo de manera intuitiva</p> | <p>Si, de hecho en Servicios Generales velamos porque tanto el emblema de la Universidad como el nombre de cada edificación esté al día, limpia, visible y en buen estado.</p> | <p>Algunos sí, otros no. Creo que las oficinas están mejor, en cuanto a los salones si está mal, muchos jóvenes le escriben con marcador el número para saber donde está. Ciertos espacios públicos tampoco tienen una correcta identificación.</p> |
| 3. ¿Considera que los distintos espacios de la UCAB cuentan con señales de información completas? (Horarios de atención e información básica) | <p>No todos los espacios cuentan con esto. Ciertos espacios que prestan servicios a unidades de la Universidad o a gente en general, sí tienen sus horarios</p> | <p>No, considero que es una falla. Pero creo que no debe ir más allá de horarios.</p> | <p>Después de la normativa colocado por el Seniat de colocar RIF y horarios de atención; la Universidad se puso al día con esto.</p> <p>En especial los concesionarios que son quienes prestan mayores servicios.</p> <p>A Secretaría General sí le falta, en relación inscripciones.</p> | <p>Definitivamente no. Los horarios por lo general los hace la gente a mano con una hojita, y son muy pocos los lugares que lo tienen.</p> |
| 4. ¿Considera que el campus de la Universidad cuenta con la suficiente señalización de dirección, que indique las rutas que se deben seguir para llegar a los distintos espacios? | <p>No, considero que no. Uno lo vive con visitantes preguntando todos los días donde quedan ciertos lugares.</p> | <p>No, definitivamente es una deficiencia muy notable y a todo nivel. Desde lo macro de tener un mapa general, hasta lo micro dentro de un edificio o un módulo. Adicionalmente la nomenclatura de salones puede ser compleja para el que llega por primera vez.</p> | <p>No. No existe ningún tipo de señalización que indique como llegar a los distintos espacios.</p> | <p>No. Eso te lo dice la gente que viene a la Universidad, y te pregunta dónde quedan las cosas.</p> |
| 5. ¿Cree que en algún espacio debe mejorar la señalización para aumentar la asistencia y fluidez de los distintos públicos de la UCAB? | <p>Hay ciertos puntos típicos para visitantes donde se debe hacer un esfuerzo especial:</p> <p>Para los nuevos, durante las inscripciones Secretaría General; y para la gente que viene a eventos el Hermano Lanz, Auditorio de Biblioteca, Centro Loyola, Simón Planas y Usos Múltiples.</p> <p>También añadiría el área de Deportes, como un espacio que no está completamente</p> | <p>Fundamentalmente en las entradas, en los accesos. Especialmente en los accesos peatonales, donde probablemente el usuario tenga más calma para detenerse a ver esto.</p> <p>En segundo lugar en las entradas de los edificios.</p> | <p>Dentro del campus, en las caminerías, indicar las direcciones con flechas, así como en los estacionamientos.</p> | <p>Creo que el Edificio de Servicios Centrales, Servicios Generales, Centro Loyola, así como las canchas son muy pocos visitados y desaprovechados. Ahora las canchas tienen otro problema, que es la accesibilidad.</p> |

| | | | | |
|---|--|---|--|---|
| | integrado al campus. | | | |
| 6. ¿Considera que la Universidad cuenta con una correcta señalización de los distintos elementos para el control y prevención de emergencias? | Aunque no estamos al 100% todavía, hemos avanzado significativamente debido a la LOPCYMAT. | No, salvo algunas dependencias y remodelaciones más recientes, en términos generales no cumple con los estándares. Ahora, hay que revisar los estándares. Adicionalmente, no solo la señalización, no hay la infraestructura, los dispositivos, los elementos para las emergencias como tal. | Si. Por lo menos en Servicios Generales, en conjunto con la gente que maneja LOPCYMAT estamos encima de esto. Ahora, el problema es que la Universidad tiene un cliente que trae desventajas, ya que colocamos las señales, desarrollamos jornadas de señalización, y a la semana las roban, las arrancan. Es algo muy costoso, pero la Universidad ha hecho el esfuerzo de mantenerlo al día y no ser penalizados. | |
| 7. En cuanto a forma, cree usted que se han utilizado los mejores materiales, colores y tipografías; respetando la identidad de la UCAB? | No se ha diseñado con claridad la identidad en materia de señalización. No se ha irrespetado, sino que hay que diseñarla. | No, cada quien manejado eso por la libre. No ha habido ningún control por parte de la institución. | Sí, por supuesto, en la Universidad se cuida mucho eso. En cuanto a materiales hemos intentado con todos los materiales posibles, e igualmente son robados o arrancados. En cuanto a identidad, eso tratamos de respetarlo por nosotros, por nuestra experiencia, pero no tenemos lineamientos, no existe nada implícito en cuanto a la identidad de la Universidad. | No, no, cada quien utiliza el color que le parece o que le gusta. No se sigue un parámetro en la Universidad. |
| 8. ¿Considera que la UCAB tiene alguna necesidad adicional de señalización? | Creo que hay que hacer un esfuerzo espacial para los usuarios externos de la Universidad, colocando un mapa en las entradas, que les permita ubicarse con facilidad. | La más grave es la geográfica. El cómo moverme dentro de la Universidad. No están identificados completamente los edificios, y tenemos nombres históricos y nombres reales que lo hacen complejo, pero que es algo cultural y debe estudiarse involucrarlo al sistema formal. | Un directorio le hace mucha falta, así como actualizar la señalización de los estacionamientos. En estos momentos estamos produciendo las señales para los puestos de discapacitados, y también mudamos el estacionamiento de motos hacia el área de postgrado. Anualmente hacemos programas de señalización y demarcación del estacionamiento, durante el mes de agosto esperamos volver a hacerlo. | Hay una importante necesidad de señalización que responda a los usuarios con discapacidades. La señalización debe ser útil para todos, incluidos aquellos que tengan discapacidades físicas, quienes además realizan un mayor esfuerzo cada vez que se desplazan a un espacio específico de la Universidad. |

Observación:

Resultados cuantitativos:

En primer lugar, se determinó la existencia de señales de información en los edificios seleccionados como parte de la muestra. En los mismos se encontraron un total de 361 espacios y elementos, repartidos de la siguiente manera por categorías: 92 espacios académicos (25,5%), 85 espacios de servicio (23,5%), 78 elementos de seguridad (21,6%), 33 espacios administrativos (9,1%), 19 áreas comunes (5,3%), 10 espacios deportivos, culturales y religiosos (2,8%) y 44 espacios de otras categorías (12,2%).

En cuanto a la ubicación de estos espacios, la mayoría se encontraron en el Edificio de Aulas, 71 en el Piso 1 (19,7%), 77 en Piso 3 (21,3%) y 62 en Piso 5 (17,2%). En el Edificio de Postgrado se contabilizaron 67 espacios y elementos (18,6%), 46 en el Centro Loyola (12,7%) y 38 en la Feria (10,5%).

Según tipo de espacio, se identificaron 79 elementos de seguridad (21,9%), 65 aulas o laboratorios (18%), 54 oficinas (15%), 25 locales comerciales (6,9%), 24 baños (6,6%), 16 accesos a edificios (4,4%), 13 auditorios o salas (3,6%), 58 espacios de otro tipo (16,1%) y 27 espacios que no se pudo identificar su uso por falta de identificación (7,5%).

En estos espacios, se determinó la existencia de tres tipos de señales, las de identificación, las de información y las de dirección. En primer lugar, se encontraron 261 espacios con señales de identificación (72,3%), y 100 espacios sin las mismas.

En cuanto a señales de información, 40 espacios presentaban alguna señal (11,1) mientras que en 168 (46,5%) no existía ningún tipo de información. En los restantes 153 se consideró que no aplicaba la existencia de este tipo de señales.

Finalmente se determinó la existencia de señales de dirección, que guíen a los usuarios a llegar a los espacios o elementos. 34 de los mismos cuentan con estas señales (9,4%), mientras que 258 (71,5) no tienen ninguna señal que guíe hacia su ubicación. Para los 69 espacios restantes se consideró que no aplica la colocación de señales de dirección, entre estos algunos elementos de seguridad, así como los depósitos y los cuartos de mopa.

Resultados cualitativos:

Luego de ser observada la muestra de espacios y su señalización, y de ser registrada fotográficamente se pueden describir los siguientes resultados.

En cuanto a color, se pudo evidenciar la existencia de más de ocho colores distintos en las señales identificadas, que no constituyen entre ellos una gama cromática definida. Si bien se respeta en algunos casos la utilización de un mismo color para un tipo de señal determinado, no existe sintonía entre estos sistemas, y mucho menos con las señales que no pertenecen a ninguno. Ejemplo de esto son las señales de las aulas, todas en azul; las de las escuelas sobre madera, o las de laboratorios de computación en gris. Ver Anexo 1.

En cuanto a materiales, en el mismo Anexo 1, se puede evidenciar la utilización de plástico, madera, aluminio, hierro, acero, pintura, rotulados y acrílicos, sin ningún parámetro claro, más que el de las escuelas y las aulas de clase. En el resto de los espacios, los materiales utilizados varían sin ningún patrón.

Al evaluar la utilización de pictogramas, se evidencia la poca utilización de los mismos. Son pocos los pictogramas encontrados, fundamentalmente en las señales de espacios y elementos de seguridad (extintores, vías de escape, mangueras, riesgo eléctrico), así como el escudo de la Universidad en dos casos puntuales, Facultad de Derecho y Casa del Jubilado. Ver Anexo 2.

Respecto al uso de tipografías la situación empeora. Se pudo contabilizar más de 12 tipografías distintas, sin tomar en cuenta sus variantes, en las señales identificadas en la observación. Ver Anexo 3.

La ubicación de las señales también fue objeto de evaluación. Si bien la mayoría de las mismas se encuentran a una altura acorde a los usuarios, para una cómoda lectura, existen importantes casos de señales ubicados a alturas bastante incómodas, así como señales cuya visibilidad se ve obstaculizada por otros elementos. Así mismo, se encontraron algunas señales, especialmente de identificación, rotuladas en puertas de vidrio, con colores que dificultan su legibilidad. Ver Anexo 4.

Finalmente se analizó el estado actual de las señales. En el caso de la muestra seleccionada, fue importante la cantidad de espacios donde se evidenció la falta de señales, así como de señales fuertemente deterioradas. Señales manchadas, rotas, desgastadas, arrancadas, oxidadas, dobladas, hechas en papel sin ningún tipo de formato oficial, fueron encontradas en repetidas ocasiones durante el recorrido. Ver Anexo 5.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Se debe iniciar esta discusión de resultados, con el que mayor importancia tanto numérica como cualitativa ha tenido en esta investigación, la ausencia absoluta de señales de dirección dentro de los espacios peatonales de la Universidad Católica Andrés Bello, elemento fundamental dentro de un sistema señalético según Sanchez (2006), para responder a la necesidad de orientación del público.

El 93,6% de los estudiantes, profesores, visitantes y empleados encuestados; estuvieron de acuerdo con los cuatro directivos entrevistados, en cuanto a esta falla dentro del campus. En la observación se confirmaron estas opiniones, más del 88% de los espacios observados que lo ameritan, no cuentan con señales que dirijan al usuario hasta su ubicación.

Esto incluye a su vez, la colocación de mapas y directorios, que según la mayoría de los entrevistados, contribuiría enormemente a facilitar la ubicación de espacios a los públicos, así como la movilidad dentro de las instalaciones.

De igual importancia, e inclusive con una peor calificación cuantitativa en la encuesta, es la visibilidad de la señalización en la noche. Más del 96% de los encuestados considera que la misma no es visible, por lo que es un elemento fundamental para el desarrollo de un plan de señalética.

También se debe destacar la escasa presencia de señales de información en los espacios que lo ameritan. En promedio, más del 83% de los entrevistados considera que los espacios no cuentan con este tipo de señales, a pesar de que la directiva en este aspecto consideró que la situación era un poco mejor. La observación le dio la razón al público, 80% de los espacios que ameritan señalar como mínimo sus horarios de atención; no lo hacen.

En cuanto a identificación, la situación se encuentra bastante mejor, al menos en el plano cuantitativo. 72,3% de los espacios observados cuentan con

su respectiva identificación. Ahora bien, los encuestados consideraron que la señalización de identificación no era adecuada en repetidas ocasiones. Esto puede tener relación con los aspectos de forma de las señales. Gran cantidad de colores sin relación alguna, más de doce tipografías distintas, y la escasa utilización de pictogramas, puede influir negativamente en la percepción de las señales por parte de los usuarios.

A pesar del esfuerzo que destaca la Dirección de Servicios General, en relación a la colocación señales relacionadas a elementos de seguridad, los públicos de la Universidad los evaluaron como uno de los espacios peor señalados. Sí bien es cierto que en su observación la mayoría contaban con su correspondiente señal, muchas habían sido arrancadas o el elemento de seguridad que señalaban no existía, por ejemplo, gran cantidad de extintores estaban ausentes de sus cajetines.

Es importante resaltar las fallas en cuanto a forma detectadas durante la observación, de las cuales está conciente la directiva entrevistada, quienes además agregan que es consecuencia de no haber tenido nunca en la Universidad, una norma o un manual que definiera las características que debía tener la señalización.

Se debe recordar que Costa considera como elementos fundamentales del lenguaje señalético el color, los pictogramas y la tipografía. Estos tres elementos están altamente descuidados en las señales observadas en el campus; no existe una gama de colores definida para ser aplicada en las señales de la universidad, escasamente se utilizan algunos pictogramas básicos para la señalización de seguridad, dejando el resto de las señales confirmadas solo por textos; entre los cuales existe una diversidad de tipografías tan amplia que es imposible identificar alguna como propia de la UCAB, o por lo menos del sistema de señales. Esto evidentemente se debe, como informó la Profesora Raiza Reyes y confirmaron los entrevistados, a la inexistencia de parámetros, normas, protocolos o manuales para señalar los espacios de la universidad.

CAPÍTULO VII: ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Presentación de la Estrategia:

Respondiendo a las necesidades de señalización encontradas entre los distintos públicos de la Universidad Católica Andrés Bello, durante el desarrollo del Trabajo de Grado finalizado en Abril de 2011, y buscando fortalecer la identidad corporativa de esta institución en consonancia con el nuevo Manual de Identidad, se propone como estrategia comunicacional la construcción e implementación de un Manual de Señalética.

Objetivo y Alcance:

El Manual de Señalética tiene como objetivo definir y normalizar los distintos elementos señaléticos que se utilicen para ofrecer información a los usuarios de la Universidad Católica Andrés Bello, con el fin de simplificar la comprensión de la misma, mejorar el tráfico peatonal y vehicular, y facilitar el desarrollo de las actividades diarias; respondiendo a las normas establecidas en el Manual de Identidad de la universidad.

Este deberá ser aplicado en todas las señales que sean colocadas en los distintos espacios del Campus Montalbán, bien sea para identificar, informar o dirigir a los usuarios. El mismo podrá ser aplicado posteriormente a las sedes de Coro, Los Teques y Guayana.

Públicos:

La señalización de la UCAB será diseñada y ejecutada para informar a todos aquellos individuos que transitan diariamente por el campus: estudiantes, profesores, trabajadores, y especialmente, para los visitantes externos, por su poco conocimiento de la infraestructura.

Logotipo e Identidad:

La señalética de la Universidad Católica Andrés Bello, estará regida en primer lugar por el Manual de Identidad aprobado en Abril de 2011. El logotipo, como elemento fundamental, será utilizado bajo los siguientes parámetros, estipulados en el manual:

- Como diapo sobre amarillo para las señales de información:



- Como diapo sobre azul para las señales de identificación:



- Como diapo sobre verde para las señales de dirección:



- En versión preferencial para los monolitos peatonales y vehiculares:



- En versión vertical con los tres colores para el monolito de entrada:



Cromatismo:

Los colores a ser utilizados en los distintos elementos de señalización serán los siguientes:



Amarillo UCAB: Pantone 116C · C0 M16 Y100 K0



Azul UCAB: Pantone 298C · C69 M7 Y0 K0



Verde UCAB: Pantone 357C · C80 M0 Y100 K56



Negro UCAB: Pantone Process Black · C0 M0 Y0 K100



90% Negro UCAB: Pantone Process Black · C0 M0 Y0 K90



70% Negro UCAB: Pantone Process Black · C0 M0 Y0 K70



40% Negro UCAB: Pantone Process Black · C0 M0 Y0 K40



20% Negro UCAB: Pantone Process Black · C0 M0 Y0 K20



Rojo Seguridad UCAB: Pantone 1797C · C0 M100 Y99 K4



Verde Seguridad UCAB: #37A42C C77 M0 Y100 K0

Tipografía:

La tipografía a ser utilizada para todos los textos que se incluyan en los distintos elementos será la familia Arial, con sus variantes: regular, *cursiva*, **negrita** y **negrita cursiva**.

- Arial Regular:

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!¿?@%&/()=

- *Arial Cursiva:*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!¿?@%&/()=

- **Arial Negrita:**

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!¿?@%&/()=

- ***Arial Negrita Cursiva:***

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

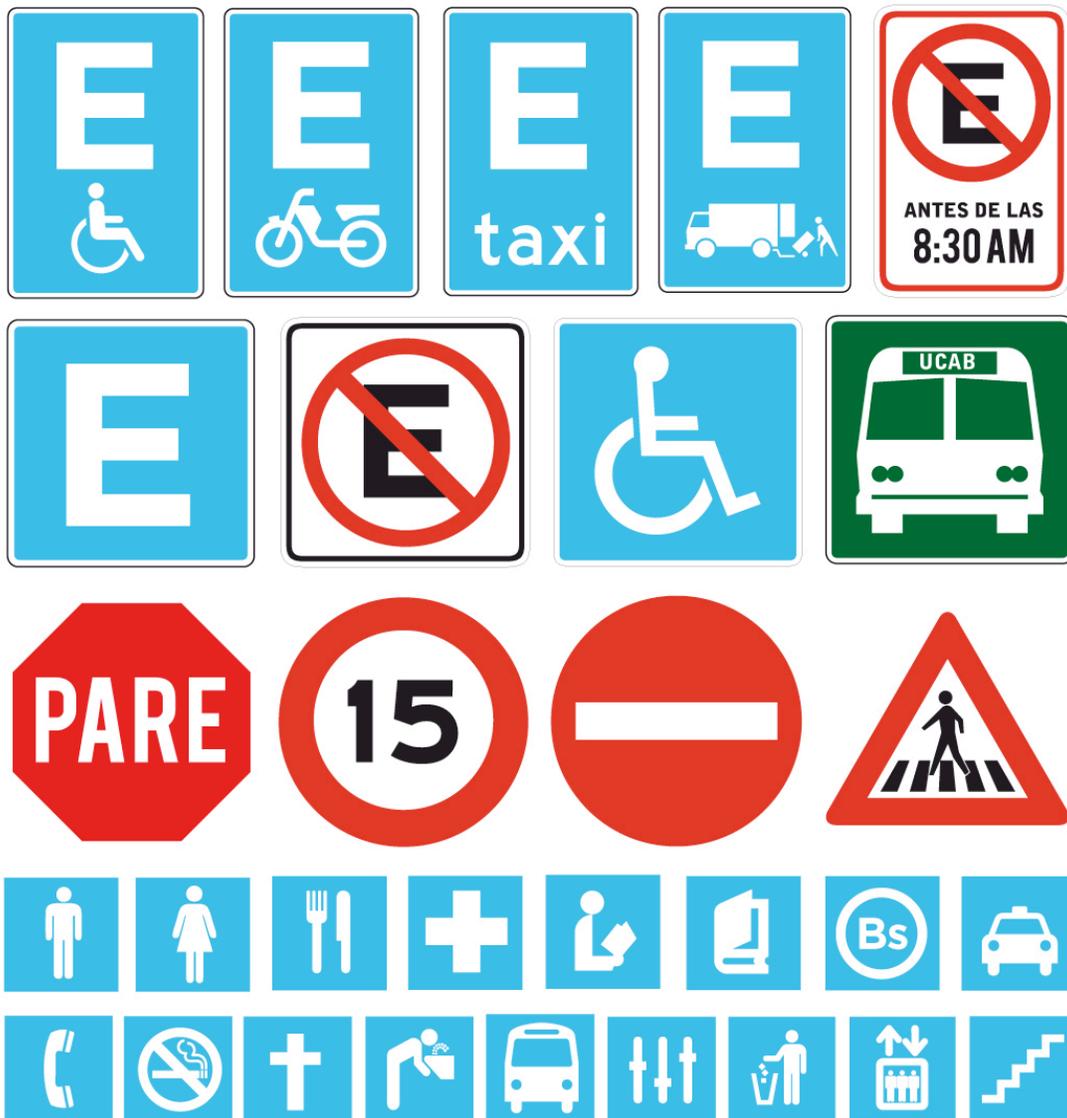
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

1234567890!¿?@%&/()=

Pictogramas:

En primer lugar será utilizada la flecha, como elemento principal para todas las señales con fines de dirección.

Así mismo, serán utilizados los siguientes pictogramas para las señales que lo ameriten:

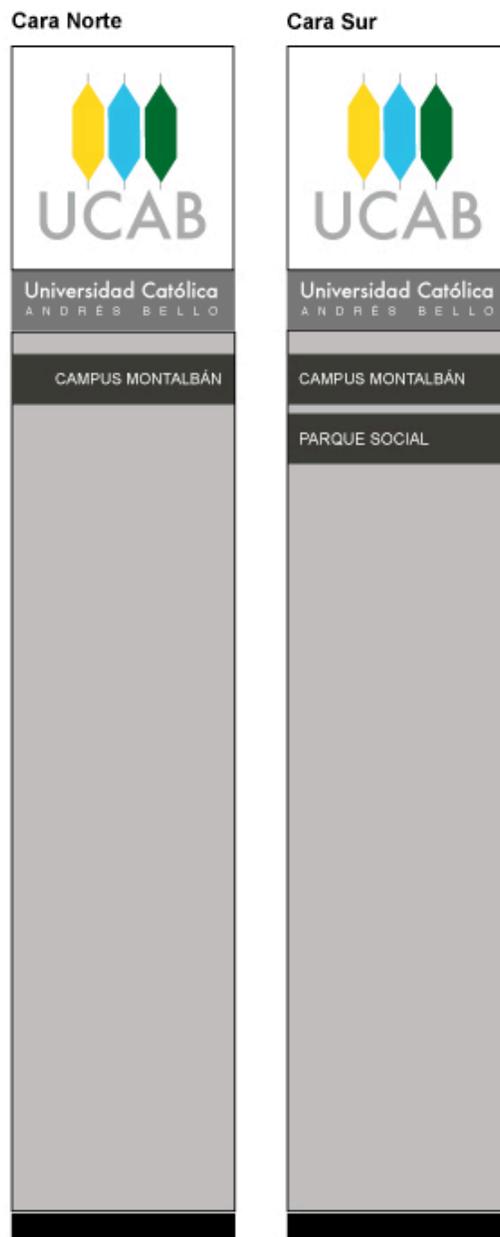


Elementos:

Señalización vehicular

Monolito de entrada

Monolito de dos caras, de 8 metros de altura, ubicado en la redoma aledaña a la entrada de la universidad, que identifique la misma, y dirija hacia la entrada del campus y del Parque Social.



Arco de Entrada:

Reemplazar las actuales letras metálicas del arco de entrada a la universidad, por el nuevo logotipo, en color negro.



Monolitos de estacionamientos

Monolitos de dos caras, de 3 metros de altura, para ser ubicados en las entradas de los estacionamientos y los cruces dentro de las vías internas, con la finalidad de identificar y dirigir el tráfico vehicular.



Señales de tránsito

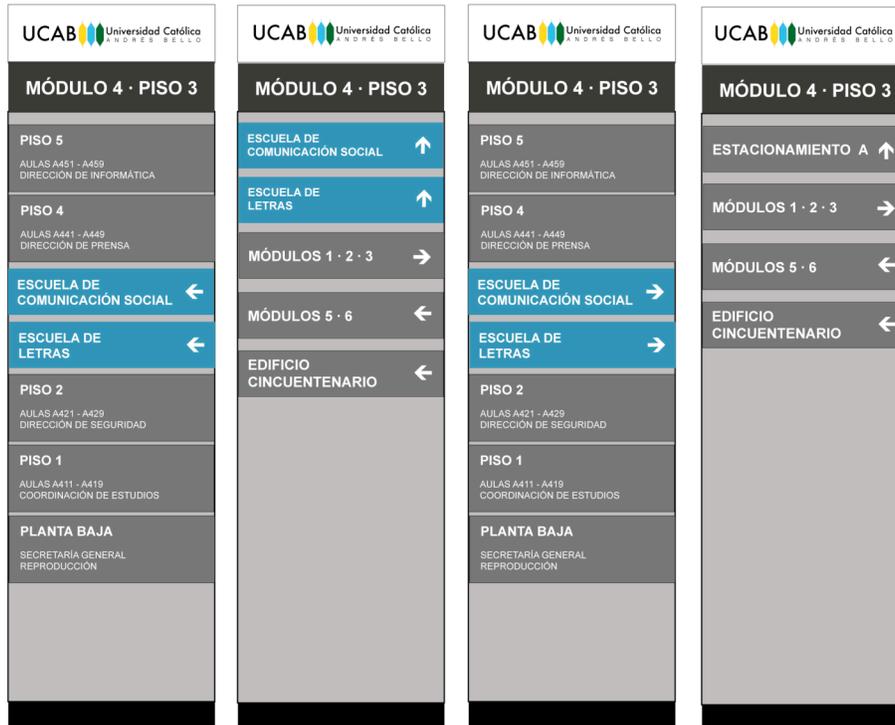
Para completar la señalización vehicular, se utilizarán las siguientes señales, con un ancho mínimo de 40 cm. Las mismas tienen la finalidad de identificar puestos especiales, así como advertir al conductor sobre la presencia de cruces peatonales, accesos prohibidos, paradas del transporte interno, así como la velocidad máxima de circulación.



Señalización peatonal

Monolito de edificios

Monolitos de cuatro caras, de 2 metros de altura, a ser ubicados en los accesos principales a cada edificio, con la finalidad de identificar el mismo, informar sobre los espacios internos, así como dirigir hacia edificios aledaños. La información será colocada a su vez en sistema Braille.



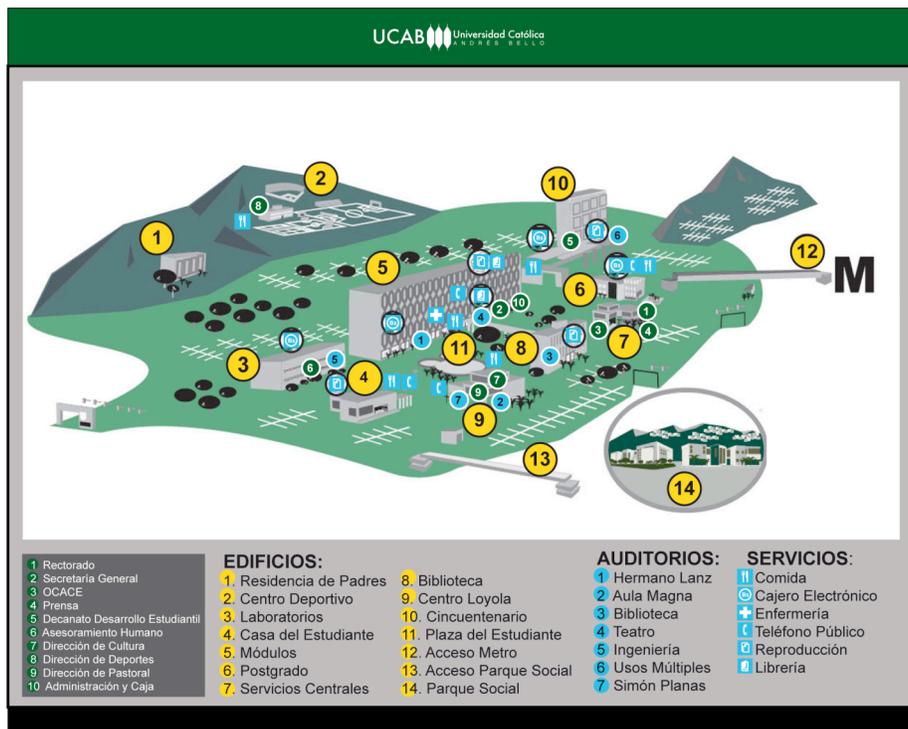
Monolito direccional

Monolitos de dos caras, de 2 metros de altura, a ser ubicados en los cruces e intersecciones de las vías peatonales, con la finalidad de dirigir hacia los espacios aledaños. La información será colocada a su vez en sistema Braille.



Directorio general

Directorio general, de 2 metros de ancho, compuesto por un plano general de la universidad, donde se identifique la ubicación de los edificios que conforman el campus, los principales auditorios, las principales dependencias universitarias, así como los servicios disponibles. Será ubicado en los dos accesos peatonales de la universidad (Metro y Av. Teherán), así como en la planta baja de los edificios Cincuentenario, Laboratorios, Servicios Centrales y Módulo 4 (aledaño a Secretaría General). La información será colocada a su vez en sistema Braille.



Directorios internos

Directorios internos de los edificios. Los mismos serán ubicados en las plantas de acceso al edificio, y tendrán un ancho mínimo de 40 centímetros. Su función es identificar el edificio y el piso donde se ubican, así como informar sobre los espacios que se encuentran en todos los pisos del edificio.

| UCAB  Universidad Católica ANDRÉS BELLÓ | | UCAB  Universidad Católica ANDRÉS BELLÓ | |
|---|--|---|--|
| MÓDULO 4 · PISO 3 | | MÓDULO 4 · PB | |
| PISO 5 AULAS A451 - A459 DIRECCIÓN DE INFORMÁTICA | | PISO 5 AULAS A451 - A459 DIRECCIÓN DE INFORMÁTICA | |
| PISO 4 AULAS A441 - A449 DIRECCIÓN DE PRENSA | | PISO 4 AULAS A441 - A449 DIRECCIÓN DE PRENSA | |
| ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL | | PISO 3 ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL ESCUELA DE LETRAS | |
| ESCUELA DE LETRAS | | PISO 2 AULAS A421 - A429 DIRECCIÓN DE SEGURIDAD | |
| PISO 2 AULAS A421 - A429 DIRECCIÓN DE SEGURIDAD | | PISO 1 AULAS A411 - A419 COORDINACIÓN DE ESTUDIOS | |
| PISO 1 AULAS A411 - A419 COORDINACIÓN DE ESTUDIOS | | SECRETARÍA GENERAL | |
| PLANTA BAJA SECRETARÍA GENERAL REPRODUCCIÓN | | REPRODUCCIÓN | |

Subdirectorios por piso

Estos subdirectorios, de 30 centímetros de ancho, serán colocados en cada uno de los pisos que conforme un edificio, y tendrán como función identificar la planta, así como dirigir hacia los distintos espacios que se encuentren en la misma.



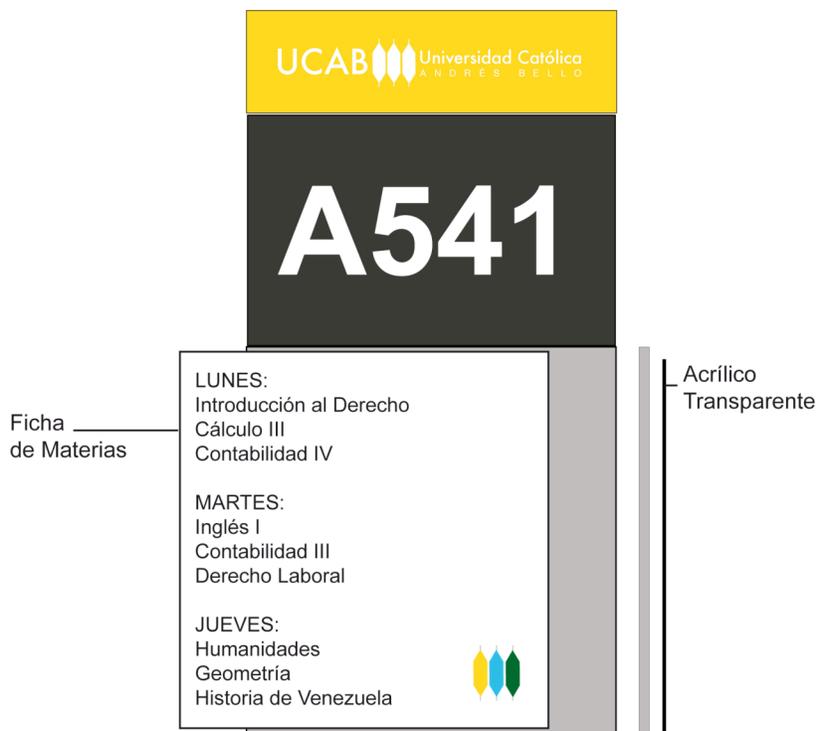
Identificador de edificio

Los edificios serán identificados en su fachada externa, en cada uno de sus accesos, con alguna de las siguientes señales.



Identificadores de aulas y laboratorios

Las aulas de clase y los laboratorios de práctica serán identificados siguiendo la numeración definida por el ente responsable con dos señales. La primera será una bandera de 20 centímetros de ancho a dos caras, a 2 metros de altura, con el fin de identificar; así como por una señal aledaña a la pared, a 1,60 metros de altura, con un exhibidor acrílico donde se podrá colocar información impresa sobre las materias y eventos realizados en cada salón. El número del salón será colocado en esta última en sistema Braille.



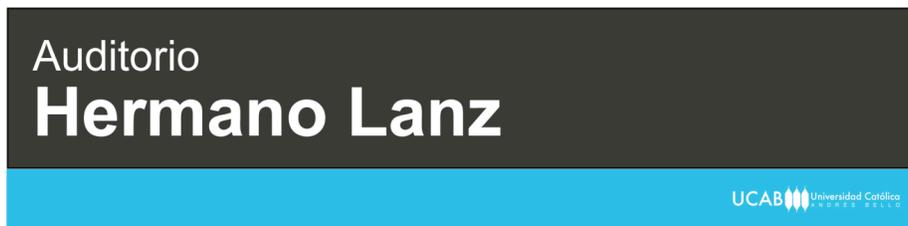
Elementos de Información

Los espacios que lo requieran, deberán colocar una señal de información, especialmente los horarios de atención al público, así como requisitos necesarios para la realización de trámites específicos. La misma será colocada en la parte inferior al identificador del espacio, y debe tener la información en sistema Braille.

| | |
|--|--|
| Horario de Atención  | Requisitos  |
| Lunes a Viernes 07:00 am a 12:00 pm 02:00 pm a 06:00 pm Sábados 07:00 am a 12:00 pm | <ul style="list-style-type: none">· Copia de la Cédula· Registro Militar· Notas Certificadas· Título de Bachiller en Fondo Negro· Depósito en Caja |
| Aviso Importante  | Importante  |
| Los equipos deben ser devueltos al bunker a la hora máxima establecida. | Debe cancelar el ticket de estacionamiento en las taquillas prepago |

Identificadores de auditorios

Los auditorios serán señalizados con dos elementos. El primero será un identificador que contendrá el nombre del mismo, y estará ubicado sobre la puerta, o a su lado. En segundo lugar tendrá una señal aleadaña a la puerta, a 1,60 metros de altura, con un exhibidor acrílico donde se podrá colocar información impresa sobre los eventos que se desarrollen en el mismo. El nombre del auditorio será colocado en esta última en sistema Braille.



Pictogramas varios

Se identificarán los demás espacios de la universidad con señales que contengan un pictograma alusivo al mismo, acompañado siempre del texto correspondiente, excepto en los casos excepcionales de papeleras, ascensores y escaleras. Se pueden utilizar pictogramas distintos a los aquí contenidos, siempre y cuando se respete el estilo gráfico, la utilización de colores y tipografías. Los mismos deben ser colocados a una altura máxima de 1,60 metros, e incluir la información en sistema Braille.



Elementos de Seguridad

Los elementos de seguridad y emergencias, así como las rutas de escape y salidas de emergencias, serán identificadas con las siguientes señales. Las mismas deberán tener un tamaño mínimo de 40 centímetros de ancho.



CONCLUSIONES

Luego de desarrollar la investigación y analizar los resultados obtenidos con los conceptos relacionados a la materia de la señalética; y evaluar tanto las opiniones de las autoridades de la UCAB, como de sus distintos públicos -de donde se obtuvo una percepción negativa generalizada- es evidente la necesidad imperante, dentro de la Universidad Católica Andrés Bello, de desarrollar una normativa señalética clara y uniforme, que defina las características de cada tipo de señal a ser utilizado en el campus.

Aún así, se tiene conocimiento de que la Universidad ha estado al tanto de esta deficiencia desde hace muchos años, pero a pesar de haberlo intentado, por diversas razones, no se ha logrado solventar.

Es por esto, por lo que se espera que este Trabajo de Grado sea un aporte de utilidad, al ofrecer el paso inicial, a través de un Manual de Señalética a tono con la nueva identidad corporativa de la UCAB.

Esto permitirá posteriormente ejecutar el montaje de un sistema señalético propio, acorde a las necesidades de los distintos públicos de la Universidad, que responderá a las necesidades de su directiva y sus públicos, mejorará el tráfico peatonal y facilitará el desarrollo de las actividades diarias.

Al mismo tiempo, es necesario recordar la importancia que tienen las señales de identificación, dirección e información para todo ente que se mercadee como un servicio, cuyo espacio físico sea un atributo importante. Por lo que, la Universidad Católica Andrés Bello, no debe quedarse atrás con lo que a esto respecta, pues, por este medio, no solo estará reafirmando su imagen corporativa y que será una manera de minimizar la intangibilidad que caracteriza a los servicios, sino también mejorará notablemente la percepción de calidad entre sus usuarios y la identificación de sus miembros.

RECOMENDACIONES

En primer lugar, se recomienda examinar y definir exhaustivamente la cantidad de espacios a ser señalizados, para así poder ejecutar un plan de señalización que abarque todo el campus, siguiendo la normativa propuesta.

Se debe revisar y actualizar la numeración de las aulas y laboratorios, así como los nombres de las oficinas, salas y salones. Así mismo, desarrollar un sistema computarizado que mantenga este inventario al día.

Desarrollar un programa informático, que se alimente de la base de datos de espacio y su asignación a las distintas materias impartidas, que genere automáticamente las fichas a ser colocadas en las señales de identificación e información de los salones y laboratorios.

Evaluar los distintos materiales y proveedores de señales existentes en el mercado venezolano, para escoger el más adecuado para la ejecución del manual de señalética.

Evitar recibir donaciones de señales físicas. En su lugar, promover y desarrollar estrategias de recaudación de fondos, que permitan costear los planes de señalización, con un proveedor único que maneje los mismos materiales y respete las normas para su ejecución.

Aprovechar la futura inauguración del nuevo edificio de Biblioteca en construcción, como espacio piloto para la aplicación del Manual de Señalética, donde se podrá evaluar su funcionalidad y resultados, para posteriormente ser aplicado al resto del campus.

FUENTES DE INFORMACIÓN

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Acaso, María. **El Lenguaje Visual**. Volumen 24 de Bolsillo Paidós. Editorial Paidós. Barcelona, 2009. 159 páginas.

Beuchot, Mauricio. **La Semiótica: Teorías del signo y el lenguaje en la historia**. Volumen 513 de Breviarios del Fondo de Cultura Económica. Fondo de Cultura Económica, 2004. 207 páginas.

Brian Quinn, James; Baruch, Jordan y Cushman, Penny. **Technology in Services**. Scientific American 257, num 6, diciembre de 1987. Pp. 50-58.

Capriotti, Paul. **Planificación estratégica de la imagen corporativa**, Segunda Edición. Editorial Ariel. X, 1999. 254 páginas

Costa, Joan. **Señalética Corporativa**. Costa Punto Com Editor. Barcelona 2007. 175 páginas.

Fernández & Dahnke. **La comunicación humana ciencia social**, Ed. Mc Graw Hill, Mexico 1986. Citado por Garrido, Francisco Javier. Comunicación Estratégica, Ed. Gestión 2000. 2004.

Fernández Nogales, Ángel. **Investigación y técnicas de Mercado**. ESIC Editorial. Segunda Edición. 2004. 292 páginas.

Ferre Trenzano, José María. **Políticas y estrategias de comunicación y publicidad: cómo gestionar la comunicación global de la empresa y diseñar una campaña de publicidad**, Ediciones Díaz de Santos, 1996. 109 páginas, Madrid.

Hernandez Sampieri, Roberto; Fernandez Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. **Metodología de la Investigación**. McGraw Hill. México 1991.

Hernández Sampieri, Roberto; Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. **Metodología de la investigación**. 4ta Edición. McGraw-Hill. México 2006.

Idelfonso Grande, Esteban y Abascal Fernandez, Elena. **Fundamentos y técnicas de investigación Comercial**. ESIC Editorial. Madrid 2009

Marín Andrés, Feliz Pedro. **Seguridad Industrial, Manual para la formación de Ingenieros**. Volumen 18 de Ciencias experimentales y tecnología. Librería-Editorial Dykinson, 2006. 194 páginas

Merinero, Antonio. **Marketing y ventas en la oficina de farmacia**. Ediciones Díaz de Santos, 1997. 304 páginas

Philip Kotler, Gary Armstrong. **Fundamentos de marketing**. Edición 6. Editor Pearson Educación, 2003. 589 páginas

Sanchez Avillaneda, María del Rocío. **Señalética: Conceptos y fundamentos: Una aplicación en Bibliotecas**. Editorial Alfagrama, 2006. 184 páginas.

Tamayo y Tamayo, M. (2006). **El Proceso de la Investigación Científica**. 4ta edición. México: Limusa-Wiley.

Tejada Palacios, Luis. **Gestión de la Imagen Corporativa**. Editorial Norma. Colombia 1987.

Universidad Católica Andrés Bello. **Manual de Identidad Corporativa UCAB**. Caracas, 2011.

Weiers, Ronald. **Investigación de mercados**. Prentice-Hall, 1986. 540 páginas

Zeithaml, Valarie y Bitner, Mary Jo. **Marketing de Servicios, un enfoque de integración del cliente a la empresa**. Mc Graw Hill, Mexico 2001

FUENTES ELECTRÓNICAS

Escuela de Comunicación Social · Modalidades del TEG.
http://www.ucab.edu.ve/tl_files/Escuela_com_social/Recursos/Teg/

Universidad Católica Andrés Bello · Acerca de la Universidad.
<http://www.ucab.edu.ve/la-ucab.1885.html>

Manual de Accesibilidad Como Diseño y Derecho Universal Para Todos.
<http://www.slideshare.net/guest69a500/manual-de-accesibilidad-presentation>

Norma Venezolana: Colores, Símbolos y Dimensiones de Señales de Seguridad. <http://www.sencamer.gob.ve/sencamer/normas/187-92.pdf>

FUENTES VIVAS

Conversación con la Profesora Raiza Reyes. 31 de Marzo de 2011.

Entrevista al Profesor Luís Ernesto Blanco. 28 de Marzo de 2011.

Entrevista al Profesor Néstor Luengo. 28 de Marzo de 2011.

Entrevista a la Licenciada Vanesa Márquez. 28 de Marzo de 2011.

Entrevista a la Profesora Lourdes Montenegro. 31 de Marzo de 2011.

ANEXOS IMPRESOS

ANEXO 1: OBSERVACIÓN DE COLORES Y MATERIALES



ANEXO 2: OBSERVACIÓN DE PICTOGRAMAS



ANEXO 3: OBSERVACION DE TIPOGRAFIAS



ANEXO 4: OBSERVACION DE UBICACIÓN DE SEÑALES



ANEXO 5: SEÑALIZACIONES DETERIORADAS

