

# 54. Nadia A. Gradecky

## Fundamentos de la comunicación para el desarrollo de un sistema de señalética en universidades latinoamericanas

A partir de una curiosidad innata se permitió observar un problema de comunicación y de señalética en las universidades latinoamericanas, se decidió llevar a cabo un trabajo de investigación que abarcó estos temas de relevancia actual.

Inquietudes que surgieron de las clases de Gustavo Valdés de León, en las que la reflexión fue un impulsó a revisar textos de temas de interés, entre los cuales se llegó los diversos trabajos de Joan Costa acerca de la señalética y la identidad corporativa, igualmente al trabajo de María Sánchez titulado *Señalética. Conceptos y fundamentos. Una aplicación en bibliotecas*. A partir de lo cual se conformó este trabajo investigativo.

*Conceptos y fundamentos. Una aplicación en bibliotecas*. A partir de lo cual se conformó este trabajo investigativo.

Desde sus inicios, las instituciones de educación superior se han preocupado por formar profesionales de distintas áreas de estudio para el enriquecimiento personal y del país que las cobija. En ellas circulan miles de personas por motivos laborales o profesionales, muchos con la incertidumbre de saber hacia dónde se dirigen. Es decir que la mayoría, al menos en una primera instancia, se pierde entre la diversidad de edificios que rodea el ámbito universitario.

En el siguiente proyecto de investigación se tomaron como casos de estudio FADUUBA) y la Universidad de Palermo (UP), y en Venezuela: la Universidad Central de Venezuela (UCV) y la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Los individuos que en ellas circulan no cuentan más que con paciencia, porque ni siquiera disponen de un plano físico general que señale la ubicación de cada una de las construcciones existentes en el recinto universitario, y los servicios que en ella se disponen. Aunque algunas de ellas cuentan con un mapa de libre acceso vía

### Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación N°46



ISSN: 1668-0227

Maestría en Diseño de la Universidad de Palermo [Catálogo de Tesis. 3ª Edición. Ciclo 2010-2011]

Año XIV, Vol. 46, Diciembre 2013, Buenos Aires, Argentina | 181 páginas

[descargar PDF](#)

[ver índice de la publicación](#)

[Ver todos los libros de la publicación](#)

[compartir en Facebook](#)



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](#)

Internet, hay que considerar que existe un grupo de personas que carecen de esta herramienta, que si bien está muy difundida en el mundo actual, no es universal.

En la actualidad, cada una de las universidades a ser estudiadas cuenta con un exiguo número de carteles señaléticos de distintos tipos: reguladores, indicativos e informativos. Sin embargo, ninguno de ellos tiene aspectos estéticos en común, poniendo en evidencia que éstos fueron puestos en distintas épocas, sin seguir un patrón específico coherente con la identidad institucional. No obstante, visualmente no hay armonía entre una señal y otra dentro de un mismo espacio, o para un mismo fin. Se vive la sensación de que los carteles hubiesen sido creados al azar y ubicados aleatoriamente.

Adicionalmente, en la mayoría de los casos no se han considerado aspectos como carteles especiales (para ciegos, por ejemplo) o ubicados a alturas visibles para personas discapacitadas, o mismo rampas que faciliten el transporte de estas personas a lo largo de toda la institución.

A los escenarios recién descritos se le suman las siguientes situaciones que afectan negativamente el entorno: visitantes perdidos dentro del campus sin saber a quién preguntar ni a dónde dirigirse; aulas mal señalizadas (atrasando, por esta razón, el curso de las clases); guardias de seguridad, profesores y/o personas de limpieza interrumpidos para ser consultados por direcciones.

Incluso los estacionamientos carecen de un completo sistema de señalización que le indiquen al conductor cuál es el lugar más conveniente para estacionar según sea el lugar al que éste se dirija dentro del recinto y más tarde permitirle ubicar rápidamente dónde fue dejado el auto.

El desorden genera estrés, desesperación, pérdida de tiempo e inseguridad. Y todos estos sentimientos se evidencian en la gente que circula sin rumbo dentro de un recinto universitario de cualquier tipo. Bien sea un único edificio, una serie de éstos, o un campus. Esta situación, salvando algunas diferencias, se repite en cada una de las universidades a ser estudiadas. Si bien existen entre ellas diferencias sustanciales de ubicación geográfica, espacio físico, disposición de los edificios y servicios, entre otros; se mantiene en todas la misma situación de problemas de comunicación. Porque tanto la identidad corporativa como la señalética corresponden a la comunicación de una institución, sea del tipo que sea. Aunque en Argentina hay un mayor énfasis en la imagen corporativa –al menos en el ámbito comercial–, ésta pareciera no influir en el área educativa, en la señalética de sus espacios educativos, o al menos nos en las universidades a estudiar.

Partiendo de la hipótesis de que las instituciones de educación superior muestran problemas de comunicación institucional, específicamente en las áreas de imagen corporativa y de señalética, se desprende el siguiente objetivo general para este trabajo de investigación: - Comparar los sistemas señaléticos y la identidad corporativa de cuatro instituciones de educación superior en Argentina y Venezuela. Partiendo de éste se pueden especificar los siguientes objetivos: - Observar los actuales sistemas señaléticos entre cuatro universidades de educación superior en Argentina y Venezuela.

- Identificar las fallas y los aciertos con respecto a la señalética en las instituciones universitarias estudiadas.

- Contrastar cada uno de los sistemas señaléticos y la identidad corporativa de tres de las universidades argentinas y venezolanas seleccionadas para el estudio, de acuerdo a su tipo –público o privado.

La unidad de análisis de este trabajo fueron las universidades como instituciones. Es decir, cómo funcionan, cómo se organizan, la jerarquía de poderes, sus flujos de comunicación, entre otras cosas. La misma cuenta con dos (2) variables a medir dentro de esta investigación: la coherencia de los distintos sistemas de señalética y la uniformidad de la identidad institucional presente en cada una de las instituciones de educación superior.

Debido a que este proyecto analiza aspectos como la comunicación y la identidad corporativa, que no son variables constantes dentro de las instituciones universitarias, se decidió utilizar investigación cualitativa, ya que es una metodología que interactúa con el objeto de estudio, brindando un aporte de conocimiento amplio y descriptivo acerca de la situación actual de las casas de estudio.

Para la realización del estudio se tomaron en consideración dos universidades en dos ciudades capitales de Suramérica (Buenos Aires, Argentina; y Caracas, Venezuela), dado que se contaba con la posibilidad de poder obtener información directa de cada una de las variables a estudiar en cada una de las técnicas desarrolladas. En cada ciudad se seleccionó una universidad pública y una privada, ya que se quería determinar si el tipo de institución influía en el manejo de la identidad corporativa.

Se utilizaron dos técnicas metodológicas, la primera fue la observación directa, que se llevó por medio de visitas a cada una de las universidades sometidas a estudio, toma de notas y fotografías acerca de las mismas. La segunda, fue el análisis comparativo de elementos que conforman la identidad institucional de una organización (tales como carnets, papelería en general, uniformes, folletos) y los sistemas señaléticos de cada una de las universidades estudiadas.

En el marco teórico referencial se desarrollaron conceptos relativos a la comunicación corporativa, la identidad e imagen institucional y la señalética, y la vinculación que tienen estos temas con el área de la educación superior.

Cabe resaltar que esta investigación pretende realizar un aporte significativo en las áreas de identidad corporativa y señalética aplicado a las instituciones de educación superior, que poco se ha escrito al respecto, pero que cada día adquiere mayor importancia. Además es un punto de partida interesante para que surjan nuevas investigaciones respecto a este tema y que sea un material de consulta considerado por universidades a la hora de tomar acciones con respecto a su identidad corporativa.