

**ESTUDIO DEL ESTADO DE LA SEÑALÉTICA
EN LA BIBLIOTECA PÚBLICA DE VALENCIA
Y PROPUESTA DE UNA NUEVA
METODOLOGÍA DE ESTUDIO DE SERVICIOS**

Consuelo Barberá Montesinos

Para optar a la Licenciatura en Documentación

Dirigido por Carmina Cortés Villalba

Valencia, 7 de Abril de 2009

Mi agradecimiento a la Dirección de la Biblioteca, a todo su personal, así como, a los Amigos de la Biblioteca que decidieron colaborar de forma desinteresada para que este proyecto fuese realidad.

A Carmina Cortés que sin su ayuda y colaboración no hubiese sido posible que este proyecto saliese a la luz

ESTUDIO DEL ESTADO DE LA SEÑALÉTICA EN LA BIBLIOTECA PÚBLICA DE VALENCIA Y PROPUESTA DE UNA NUEVA METODOLOGÍA DE ESTUDIO DE SERVICIOS

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Historia del Centro..... 9

1.2. Estado actual del Centro.....11

2. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

3. MATERIAL Y METODOS29

3.1 SENALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA

**3.1.1 DIFERENCIAS ENTRE SEÑALIZACION
Y SEÑALETICA**

**3.1.2 ESTADO DE LA CUESTION DE LA SEÑALETICA
EN LOS SERVICIOS DE INFORMACION**

3.1.3 RECOMENDACIONES Y NORMATIVA

3.2 LA INGENIERÍA EMOCIONAL..... 34

3.2.1. Origen

3.2.2. Diseño de encuestas (Anexo 1)

3.2.3. Selección de imágenes (Anexo 2)

4. RESULTADOS Y DISCURSIÓN.....37

**4.1 ESTADO ACTUAL y PROPUESTAS DE MEJORA DE LA
SEÑALÉTICA INTERNA DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA DE
VALENCIA**

**4.2. APLICACIÓN DE LA INGENIERIA KANSEI EN NUESTRO
PROYECTO**

4.2.1. Percepción emocional de los usuarios:

Semántica Diferencial

| | |
|--|-----------|
| 4.2.2. Establecimiento de los parámetros de estudio | |
| 4.2.3. Universo Semántico de los puntos de información | |
| 4.2.4. Selección y evaluación de la muestra de productos | |
| 4.2.5. Análisis de resultados | |
| 5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE FUTURO..... | 64 |
| 6. BIBLIOGRAFÍA | 65 |
| 7. GLOSARIO | 66 |
| 8. ÍNDICE DE FIGURAS Y TABLAS | 68 |
| 8. 1. Índice de figuras | |
| 8.2. Índice de Tablas | |
| ANEXOS..... | 69 |
| Anexo 1 | |
| Anexo 2 | |

RESUMEN

Partiendo de un proyecto llevado a cabo en la Biblioteca Pública de Valencia en donde se hizo un análisis de servicios y de infraestructuras de la biblioteca se detectó que uno de los puntos débiles era la señalización y la información de los servicios prestados. Con nuestro proyecto pretendemos ahondar en esos puntos débiles para mejorar esas deficiencias ayudándonos de la señalética y señalización, así como, de la ingeniería emocional.

La Biblioteca Pública de Valencia fue inaugurada el día 24 de febrero de 1979 y, desde entonces se ha mantenido la señalización en este centro sin sufrir ninguna modificación.

Con nuestro proyecto pretendemos, en primer lugar, ayudándonos de la señalización y señalética mejorar el centro. Para ello hemos referenciado las señales que apoyan los servicios que la biblioteca ofrece por medio de fotografías y con las explicaciones pertinentes.

En segundo lugar, teniendo en cuenta la normativa hemos realizado propuestas de mejora de la señalética interna de la biblioteca para concluir en un proceso de diseño de un programa señalético para la Biblioteca Pública de Valencia.

En tercer lugar, hemos reforzado el estudio ayudándonos con la metodología que emplea la ingeniería emocional. Es una herramienta que nos permite captar las necesidades emocionales de los usuarios y establecer modelos de predicción matemáticos para relacionar las características de los productos, que en nuestro caso, son servicios de información con esas necesidades emocionales.

Hemos aplicado la ingeniería emocional en nuestro proyecto a través de una serie de encuestas donde hemos ido conformando todo un conjunto de palabras que representan el Universo Semántico (US) del producto. El tipo de soporte a emplear para nuestra muestra consistió en que imaginasen servicios reales a través de fotografías. Al final de la encuesta les preguntábamos si les gustaría ser atendidos por ese servicio.

De la aplicación del estudio de análisis factorial con el Programa Estadístico SPSS han surgido cinco componentes, y a la vista de los resultados se infieren que la muestra ha sido acertada porque ha producido unos estímulos adecuados al usuario.

En el mercado actual, el consumidor no valora únicamente la funcionalidad, usabilidad, seguridad y adecuado precio de los productos, sino también las emociones y los sentimientos que le proporcionan. Ante

dos productos equivalentes en precio y funcionalidad, la decisión final de compra del consumidor es hacia aquel que le proporciona un mayor 'feeling' o que mejor refleja un determinado estilo de vida.

SUMMARY

Departing from a project carried out in the Public Library of Valencia where there was done an analysis of services and infrastructures of the library there was detected that one of the weak points was the signposting and the information of the given services. With our project we try to go deeply into these weak points to improve these deficiencies (faults) helping ourselves with the "señalética" (signposting technique) and signposting, as well as, with the emotional engineering.

The Public Library of Valencia was inaugurated on February 24, 1979 and, since then the signposting has been kept in this center without suffering any modification.

With our project we claim, first, helping ourselves with the signposting and "señalética" to improve the center. For it we have indexed the signs that support the services that the library offers by means of photographs and with the pertinent explanations.

Secondly, bearing the regulation in mind we have realized offers of improvement of the internal "señalética" of the library to conclude in a process of design of a program "señalético" for the Public Library of Valencia.

Thirdly, we have reinforced the study helping ourselves with the methodology that uses the emotional engineering. It is a tool that allows us to catch the emotional needs of the users and to establish mathematical models of prediction to relate the characteristics of the products, which in our case are services of information, with these emotional needs.

We have applied the emotional engineering in our project across a series of surveys where we have been shaping the whole set of words that represent the Semantic Universe (US in Spanish) of the product. The type of support to using for our sample consisted of the fact that were imagining real services across photographs. At the end of the survey we were asking them if they would like to be attended by this service.

From the application of the study of analysis factorial with the Statistical Program (SPSS in Spanish) five components have arisen, and in view of the results there are inferred that the sample has been successful because it has produced stimuli adapted to the user.

On the current market, the consumer does not value only the functionality, easy to use, safety and suitable price of the products, but also the emotions and the feelings that they provide to him. Choosing between of two equivalent products in price and functionality, the final

decision of purchase of the consumer is towards that one that provides a major 'feeling' to him or that better reflects a certain way of life.

ESTUDIO DEL ESTADO DE LA SEÑALÉTICA EN LA BIBLIOTECA PÚBLICA DE VALENCIA Y PROPUESTA DE UNA NUEVA METODOLOGÍA DE ESTUDIO DE SERVICIOS

1. INTRODUCCIÓN

Partiendo de un proyecto llevado a cabo en la Biblioteca Pública de Valencia en donde se hizo un análisis de servicios y de infraestructuras de la biblioteca se detectó que uno de los puntos débiles era la señalización y la información de los servicios prestados. Somos conscientes de que cada vez es más importante saber apreciar cómo perciben los servicios nuestros clientes y saber cuáles son los aspectos que determinan el que escojan un servicio más que otro. Por ello, pretendemos abrir una vía para adaptar nuestros puntos de información a un cliente cada vez más exigente y capaz de captar lo que necesita en cada momento.

Aunque recientemente se ha incorporado el plano de situación de la biblioteca en la web: <http://www.gva.es/bpv/secciones.htm> en donde se actualizan los servicios que presta la biblioteca hay que hacer hincapié que la señalización dentro del edificio es antigua y desfasada.

1.1. Historia del centro

La Biblioteca Pública de Valencia fue inaugurada el día 24 de febrero de 1979. Venía a suplir y ampliar la vieja biblioteca popular instalada en la Casa Vestuario de la plaza de la Virgen, cuyo funcionamiento databa de principios de siglo.

La Biblioteca Pública de Valencia se instaló en el cruce del antiguo Hospital que se creó en 1512, a raíz de la unificación del Hospital de Inocents, fundado por el Padre Jofré en 1409, y de los hospitales medievales valencianos, según lo estipulado en la Bula del Papa León X y la Sentencia Arbitral del rey Fernando.

El Hospital General era una institución laica y autónoma, fundada bajo la protección de la Ciudad y su Consejo y financiada con los legados, herencias, donaciones y limosnas de los ciudadanos y con las subvenciones de la Ciudad y del Arzobispado.

El Hospital, con el título de General desde el siglo XVI y de Provincial desde el siglo XIX, va a desempeñar su función específica. Poco a poco se le irán añadiendo nuevas construcciones acordes a sus necesidades hasta la inauguración de la Facultad de Medicina separada del recinto de la Universidad a finales del siglo XIX.

A pesar de todos estos cambios el Hospital, así como la Facultad estaban desfasados. De ahí que en 1960 se creara un nuevo Hospital y la Facultad de Medicina pasó a formar parte de la Ciudad Universitaria en la Avda. Blasco Ibáñez.

Inservibles para su fin inicial el viejo hospital, la Facultad de Medicina y las restantes construcciones iban a ser demolidas, incluido el artístico crucero renacentista, para la construcción de nuevas viviendas.

Afortunadamente se produce en estos momentos la intervención del bibliotecario valenciano, Felipe Mateu LLópis, Director en aquellos momentos de la Biblioteca de la Diputación de Barcelona. También consiguió que el Director General De Bellas Artes, Gratiniano Nieto, declarara el Crucero del Hospital monumento histórico-artístico. De esta forma se salvó el edificio principal y algunas construcciones adyacentes.

Una vez salvado el valioso crucero, ahora se planteaba el destino que se iba a dar al edificio, que se hallaba en lamentable estado de deterioro. Aquí intervino también, otro gran bibliotecario valenciano: Luis García Ejarque. Haciendo caso de la petición hecha por el director de la Biblioteca Popular de la Casa Vestuario, Jaime Caruana, de un nuevo edificio para instalar la Biblioteca Provincial, Ejarque, considera el antiguo Hospital como la solución idónea para este fin.

A partir de ese momento trabajó en estrecha colaboración con el arquitecto del Ministerio de Educación y Ciencia, Vicente Pastor, encargado de la restauración del edificio consiguiendo una reforma integral para biblioteca.

A Luis García Ejarque también le debemos la gestión con la familia Nicolau Primitiu Gómez Serrano para que donasen su magnífica biblioteca que se convirtió el núcleo de lo que sería en un futuro la Biblioteca Valenciana. Desde ese momento gestionó el envío de obras procedentes de la Oficina Central del Depósito Legal.

La Biblioteca se abrió al público el 24 de febrero de 1979 con una superficie de 4.000 metros cuadrados.

Se creó con la intención de convertirse en cabecera de una red de pequeñas bibliotecas que atendiesen las necesidades de los barrios más periféricos de la ciudad.

Con carácter de Biblioteca Pública Central funcionó hasta finales de 1981, en que dos bibliotecas sucursales fueron transferidas al Ayuntamiento, mediante un acuerdo firmado con el Ministerio de Cultura.

En 1982 la Biblioteca pierde el carácter de Central para ser sólo la Biblioteca Pública Provincial. Sin embargo, desde su creación asume funciones de Biblioteca Regional Valenciana al donar los fondos la familia de Nicolau Primitiu.

Al producirse la transferencia de la gestión bibliotecaria del Ministerio de Cultura a la Generalitat Valenciana la convirtieron en el centro receptor de todas las obras y documentos de cualquier naturaleza sujetos a la Ley del Depósito Legal.

Al inaugurarse el 30 de marzo del año 2000 la Biblioteca Valenciana, la Biblioteca Pública de Valencia, comenzó una nueva andadura donde se llevaron a cabo remodelación del espacio y la fusión a la Red de Lectura Pública Valenciana.

LEGISLACION

Una Biblioteca como la nuestra funciona de acuerdo con unas normas internacionales que a su vez se recogen en una normativa estatal y autonómica:

- Reglamento de Bibliotecas Públicas del Estado y del Sistema Español de Bibliotecas. Madrid: Centro de Coordinación Bibliotecaria, 1989.
- Reglamento de Servicio de Préstamo. BOE del 23.02.1972.
- Ley de Organización Bibliotecaria. Valencia: Conselleria de Cultura, Educación y Ciencia, 1987
- Real Decreto 582/1989, de 19 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento de Bibliotecas Públicas del Estado y del Sistema Español de Bibliotecas.

1.2 Estado actual del centro

La Biblioteca Pública de Valencia remite cada año a la Dirección General de la Generalitat Valenciana las estadísticas sobre las actividades que la biblioteca lleva a cabo durante el año para ser luego más tarde procesadas. Veamos las estadísticas que se realizaron en el ejercicio del 2008 en la Biblioteca Pública de Valencia.

ENCUESTA ANUAL DE BIBLIOTECAS. DIRECCIÓN GENERAL DEL LIBRO, ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS 2008.

CENTRO DE LECTURA: BIBLIOTECA PÚBLICA DE VALENCIA

DIRECCIÓN: C/HOSPITAL, 13. 46071-VALENCIA

BIBLIOTECARIO/A: DIRECTOR-FACULTATIVO ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS

NOMBRE, TELÉFONO Y CORREO ELECTRÓNICO DE LA PERSONA A QUIEN DIRIGIRSE PARA CONSULTAS O ACLARACIONES SOBRE LOS DATOS DE ESTE CUESTIONARIO.

NOMBRE: _____ RAFAEL COLOMA _____

TELÉFONO: _____ 963519996 _____

CORREO ELECTRÓNICO: _____ coloma_raf@gva.es _____

**SELLO
BIBLIOTECA**

FIRMA.

"Los datos personales contenidos en este impreso podrán ser incluidos en un fichero para su tratamiento por la Conselleria de Cultura, Educación y Deporte, en el uso de las funciones propias que tiene atribuidas en el ámbito de sus competencias, pudiendo dirigirse a cualquier órgano de la misma para ejercitar los derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición, según lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos con Carácter Personal (BOE núm. 298, de 14 de diciembre de 1999)."

PERSONAL

| Personal a jornada completa | |
|--|----------|
| Bibliotecarios A o 1 | 2 (a) |
| Ayudantes/Técnicos Bibliotecas B o 2 | 4 |
| Archivero - bibliotecario (*2) | 0 |
| Auxiliares Bibliotecas (C o laboral equivalente) | 0 |
| Auxiliares Bibliotecas (D o laboral equivalente) | 0 |
| Administrativos | 2 |

| | |
|---|-----------|
| Auxiliares Administrativos | 12 |
| Otro personal especializado (*3) | 1 |
| Subalternos, ordenanzas, vigilantes | 14 |
| Voluntarios sin remuneración | 0 |
| Becarios, estudiantes en prácticas | 0 |
| Personal a tiempo parcial (*1) | |
| Bibliotecarios A o 1 | 0 |
| Ayudantes/Técnicos Bibliotecas B o 2 | 0 |
| Archivero - bibliotecario (*2) | 0 |
| Auxiliares Bibliotecas (C o laboral equivalente) | 0 |
| Auxiliares Bibliotecas (D o laboral equivalente) | 0 |
| Administrativos | 0 |
| Auxiliares Administrativos | 0 |
| Otro personal especializado (*3) | 0 |
| Subalternos, ordenanzas, vigilantes | 0 |
| Voluntarios sin remuneración | 0 |
| Becarios, estudiantes en prácticas | 0 |

Datos a 31 de diciembre de 2008

(*1) Personal a tiempo parcial computar sólo la fracción de jornada trabajada. Es decir, media jornada sería 0,50, dos tercios de jornada 0,66, etc.

(*2) Sólo rellenar como archivero-bibliotecario cuando el lugar haya sido calificado como A o 1, si no asimilar a otra categoría (B o 2 como ayudante de bibliotecas; C/D o 3 /4 como auxiliar de bibliotecas)

(*3) Otro personal especializado: animadores socio-culturales, informáticos, restauradores, etc.

FONDOS

| | Altas (*1) | Bajas (*2) | Total Fondo (*3) |
|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------------|
| Libros | 7.139 | 7.427 | 171.127 |
| Documentos sonoros | 991 | 56 | 9.716 |
| Documentos audiovisuales | 1.604 | 684 | 7.690 |
| Documentos electrónicos | 401 | 120 | 3.659 |
| Bases de datos | 0 | 0 | 6 |
| Carteles | 0 | 0 | 441 |
| Folletos | ---- | ---- | ---- |
| Libro antiguo | ---- | ---- | ---- |
| Microformas | 0 | 0 | 3991 |
| Fotografías, diapositivas | 0 | 0 | 409 |
| Dibujos, grabados | 1 | 0 | 55 |
| Material cartográfico | 64 | 0 | 250 |
| Música impresa | 0 | 0 | 1 |
| Manuscritos | 0 | 0 | 0 |
| Literatura gris | 0 | 0 | 0 |
| Otros | 14 | 0 | 1.639 |
| TOTAL | 10.214 | 8.287 | 198.984 |

Datos a 31 de diciembre de 2008

(* 1) **Altas:** conjunto de documentos que ha ido enriqueciendo el fondo durante el año 2008 por compra, donación, canje o de cualquier otra forma.

(* 2) **Bajas:** conjunto de documentos que ha dejado de pertenecer al fondo durante el año 2008, por expurgo, pérdida, etc.

(* 3) **Total fondo:** Cantidad total de determinado tipo de documento en el fondo a 31 de diciembre de 2008. No es la diferencia entre altas y bajas.

Documentos sonoros: discos de vinilo, discos compactos, cintas magnetofónicas y cassetes.

Documentos audiovisuales: vídeos, DVD-vídeos y grabaciones cinematográficas.

Documentos electrónicos: CD-Rom, DVD-Rom, disquetes de ordenador y documentos capturados de Internet.

Microformas: microfilms, microfichas, etc.

Bases de datos: bases de datos disponibles tanto en soporte físico como en red local o a las que se puede acceder a través de Internet. Se excluyen las bases de datos gratuitas.

PUBLICACIONES PERIÓDICAS

| (Especificar N°) | | | | | | |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------|--------------|--------------------|
| | Títulos en curso | Títulos cerrados | Formato electrón. | Altas | Bajas | Total P. P. |
| | (*1) | (*2) | (*3) | (*4) | (*5) | (*6) |
| Revistas | 404 | 584 | 2 | 13 | 99 | 990 |
| Diarios | 27 | 0 | 0 | 1 | 2 | 27 |

(*1) **Títulos en curso:** N° de títulos (no ejemplares) de los que se han recibido n° o fascículos con regularidad durante el año 2008 (no incluye

publicaciones recibidas sin regularidad o continuidad). Incluye todos los formatos (impreso, microformas y suscripciones en línea).

(*2) **Títulos cerrados:** Se consignarán los títulos no en curso del fondo de publicaciones periódicas. Es decir, títulos de periódicos y revistas que se han dejado de recibir en la biblioteca porque se ha anulado la suscripción o ha dejado de publicarse, pero que se siguen conservando en la biblioteca (no son bajas).

(*3) **Formato electrónico:** Se incluyen los periódicos y revistas a las que se puede acceder al texto completo de sus artículos. No se incluyen en este apartado las revistas gratuitas disponibles en Internet, el acceso a servicios de sumarios, ni el acceso a bases de datos que conllevan la recuperación de artículos a texto completo como un paquete integrado.

(*4) **Altas:** Número de títulos (no ejemplares) incorporados durante el año 2008. No se deben contabilizar las renovaciones a las suscripciones ya existentes.

(*5) **Bajas:** Solo se contabiliza el número de títulos expurgados durante el año 2008.

(*6) **Total de títulos de publicaciones periódicas (abiertas y cerradas) en el fondo a 31 de diciembre de 2008.**

PRÉSTAMOS

| (Especificar Nº) (*1) | |
|---------------------------------|----------------|
| Libros | 188.898 |
| Documentos sonoros | 35.326 |
| Documentos audiovisuales | 92.097 |
| Documentos electrónicos | 3.163 |
| Publicaciones periódicas | 78 |
| Total | 319.562 |

(*1) Se contabilizan también como préstamos, las renovaciones y los “préstamos in situ” (préstamo en sala del fondo que no está en libre acceso y para el que generalmente hay que cumplimentar una solicitud de petición).

Marcar con un cero cuando no se preste un determinado tipo de material.

Documentos sonoros: discos de vinilo, discos compactos, cintas magnetofónicas y cassetes.

Documentos audiovisuales: vídeos, DVD-vídeos y grabaciones cinematográficas.

Documentos electrónicos: CD-ROM, DVD-ROM, disquetes de ordenador y documentos capturados de Internet.

PRÉSTAMO INTERBIBLIOTECARIO (*1)

| | <u>Préstamos efectuados</u> | | <u>Préstamos recibidos</u> | |
|--|-----------------------------|----------|----------------------------|----------|
| | Doc. Orig. | Copias | Doc. Orig. | Copias |
| En bibliotecas españolas | 721 | 9 | 408 | 7 |
| En bibliotecas extranjeras | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Total préstamos interbibliotecarios | 721 | 9 | 408 | 7 |

(*1) El préstamo de un documento a la biblioteca solicitante y de ésta al usuario final se contabiliza como un solo préstamo.

VISITANTES

| (*1) | |
|--------------------------------|----------------|
| Hombres (14 años o más) | 195.843 |
| Mujeres (14 años o más) | 186.455 |
| Niños (13 años o menos) | 22.448 |
| Niñas (13 años o menos) | 21.389 |

(*1) **Visitantes:** Personas que acuden a la biblioteca a utilizar cualquiera de sus servicios o a participar en cualquiera de sus actividades: préstamo, consulta de catálogos, información, actividades culturales, estudio de los propios libros o apuntes, consulta de las obras de la biblioteca.

- Bibliotecas con recuento diario, poner la suma anual.
- Bibliotecas con contadores automáticos tienen que dividir entre dos el número total de entradas y salidas registradas por el contador y restarle un 10%. Si el contador sólo registra salidas o entradas no se debe dividir entre dos, pero se le restará un 10%.
- Bibliotecas sin recuento diario manual, contabilizarán manualmente todos los visitantes de una semana de un periodo de máxima afluencia y todos los visitantes de un periodo de mínima afluencia. El número total de visitantes será la suma de multiplicar por 39 el número de visitantes de la semana elegida de un periodo de máxima afluencia y multiplicar por 13 el número total de visitantes de la semana elegida de un periodo de mínima afluencia.

Ejemplo:

- . N° visitantes del 3 al 10 de mayo: $300 \times 39 = 11700$
- . N° visitantes del 2 al 9 de agosto: $150 \times 13 = 1950$
- . N° total visitantes al año: 13650

USUARIOS INSCRITOS O CON CARNET

| (Especificar N° a 31 de diciembre de 2008) | | Total (*1) |
|--|--------------|----------------|
| Nuevos socios 2008 | | |
| N° usuarios inscritos adultos (14 años o más) | 6.257 | 103.374 |
| N° usuarios inscritos infantiles (13 años o menos) | 715 | 5.484 |
| N° total usuarios inscritos | 6.972 | 108.858 |

(*1)Total: número de socios que tiene la biblioteca/agencia de lectura desde que se creó hasta finalizar el 2008, excluidas las bajas.

SERVICIOS E INSTALACIONES

| (Marcar con una cruz la respuesta correcta) | | |
|--|----|----------|
| | SI | NO |
| Sala consulta | X | |
| Sala infantil (*1) | X | |
| Servicio de consulta en sala de documentos sonoros | X | |
| Servicio de consulta en sala de documentos audiovisuales | X | |
| Servicio de consulta en sala de documentos electrónicos | X | |
| Servicio en sala de acceso a bases de datos en línea y/o en CD-ROM | X | |
| Servicio de información y referencia | X | |
| Servicio de préstamo | X | |
| Servicios higiénicos | X | |
| Aire acondicionado | X | |
| Calefacción | X | |
| Adaptaciones arq. Discapacitados | X | |
| Reprografía pública | X | |
| Superficie (en m2) (*2) | | 3.982,00 |
| Metros lineales de estantes: libre acceso (*3) | | 5.786,75 |
| Metros lineales de estantes: depósito (*3) | | 1.315,00 |
| Metros lineales de estantes totales (*3) | | 7.101,75 |
| Nº salas | | 7 |

| | |
|-----------------------------------|------------|
| Nº puestos de lectura (*4) | 419 |
| Nº fotocopadoras | 1 |

(*1) Sólo se contabiliza cuando es una sala separada de la sala de consulta. No se contabiliza cuando es una sección dentro de la sala de consulta.

(*2) En bibliotecas integradas en edificios que presten otros servicios (ej. Casa de Cultura) sólo se contabilizarán los metros cuadrados del servicio bibliotecario.

(*3) Indicar únicamente los metros lineales de estantería ocupados por el fondo documental de la biblioteca.

(*4) Recuento de asientos de usuarios con o sin equipamiento (audiovisual, informático...). Se excluyen los asientos situados en los halls, salones de actos, auditorios y en todos aquellos lugares en los que los usuarios pueden sentarse informalmente.

PRODUCTOS DOCUMENTALES

| (*1) | SI | NO |
|---------------------------------------|-----------|-----------|
| Boletín novedades | x | |
| Dossier prensa | x | |
| Bibliografías/Guías de lectura | x | |
| Catálogo libros | x | |
| Catálogo audiovisuales | x | |
| Catálogo revistas | x | |

(*1) Son productos documentales elaborados por el personal de la biblioteca.

SERVICIO DE INFORMACIÓN Y REFERENCIA

| | Resueltas | No resueltas |
|-----------------------------------|-----------|--------------|
| - Nº de consultas (*1) 225.330 | 211.811 | 13.519 |

(*1) El tipo de consulta puede ser de orientación, referencia o búsqueda bibliográfica.

ACTIVIDADES DE FOMENTO Y DINAMIZACIÓN DE LA LECTURA Y BIBLIOTECAS

| | Nº de Actividades |
|---|-------------------|
| Formación usuarios | 34 |
| Visitas escolares | 50 |
| Animación lectora | 59 |
| Conferencias | 1 |
| Día del Libro | 4 |
| Feria del Libro | 0 |
| Cursos | 0 |
| Exposiciones | 16 |
| Representaciones teatrales | 2 |
| Audiciones | 0 |
| Concursos y premios | 0 |
| Otras | 4 |
| Nº total de actividades <u>NO</u> organizadas por la biblioteca: | 57 |

Formación usuarios: sólo cuando se hacen colectivamente

Animación lectora: hora del cuento, cuenta cuentos, lecturas colectivas, etc.

Audiciones: proyecciones, recitales

Contabilizar el número de actividades individualmente, aunque formen parte de un ciclo o serie (ej. Tres conferencias de un mismo ciclo contabilizan como 3 actividades; tres representaciones de la misma obra de teatro serán tres actividades, etc.)

BIBLIOTECAS MÓVILES Y TEMPORALES

| Biblioplaya | 0 |
|----------------------------------|-------------|
| Bibliopiscina | 0 |
| Otras: Especificar Nombre | ---- |

AUTOMATIZACIÓN E INTERNET

| | SI | NO | En proceso (*1) |
|---|----|----|-----------------|
| - Automatizada | X | | |
| Catalogación aut. | X | | |
| Adquisiciones aut. | X | | |
| Préstamo aut. | X | | |
| Gestión Publicaciones Periódicas | X | | |
| Estadísticas aut. | X | | |
| Préstamo Interbib. Aut. | X | | |
| OPAC (Catálogo de consulta pública) | X | | |
| Autopréstamo | | X | |
| Internet gestión interna | X | | |
| Internet de uso público | X | | |
| Gratuidad Servicio Público de Internet | X | | |
| Servicio WIFI | X | | |
| Nºde ordenadores o terminales de gestión interna (*2) | | | 34 |
| Nº de ordenadores o terminales de uso público | | | 43 |
| Nº de ordenadores con conexión interna a Internet | | | 34 |
| Nº de ordenadores con conexión pública a Internet | | | 13 |
| Nº de registros de ejemplares automatizados | | | 164.029 |
| Nº de usuarios de Internet (*3) | | | 48.702 |
| Nº de consultas al OPAC | | | ----- |

| | |
|---|-----------------|
| Nº de consultas al OPAC WEB | ----- |
| Nº de consultas a la página WEB (*4) | 186.428 |
| Nombre del programa de gestión bibliotecaria | AbsysNet |

(*1) Sólo rellenar en proceso en el caso de la primera casilla.

(*2) Si el mismo ordenador de uso del bibliotecario/a es utilizado para la consulta de OPAC o consulta pública de Internet es considerado como de gestión interna.

(*3) Se contabilizará un usuario cada vez que haga uso del servicio, independientemente de si es el mismo usuario.

(*4) Se contabilizará cada consulta a la página web de la biblioteca, sin considerar el número de páginas o elementos visualizados una vez que se ha accedido a ella.

PRESENCIA DE BIBLIOTECAS EN INTERNET

| (Marcar con una cruz la respuesta correcta) | | |
|--|-----------|-----------|
| | SI | NO |
| Página Web propia (*1) | X | |
| Catálogo disponible en Internet (*2) | X | |

(*1) Se contabiliza como **Página Web propia** aquella que ofrezca información sobre actividades, servicios presenciales y no presenciales, horarios, etc. No se contabiliza como página web la que sólo ofrece información de localización y horarios, ya sea en una página independiente o en una lista de bibliotecas. No se contabiliza tampoco como página Web propia cuando únicamente se disponga del catálogo consultable por Internet a través de catálogo colectivo o conjunto de catálogos sin más información añadida.

(*2) Toda biblioteca con catálogo que se pueda consultar en Internet, individualmente en su página web o mediante catálogo colectivo o conjunto de catálogos.

HORARIO PÚBLICO

| | <u>Invierno</u> | | <u>Verano</u> | |
|-----------------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|
| | Mañana | Tarde | Mañana | Tarde |
| Laborales (*1) | 9 | 20,30 | 9 | 20,30 |
| Lunes | | | | |
| Martes | | | | |
| Miércoles | | | | |
| Jueves | | | | |
| Viernes | | | | |
| Sábado | Cerrado | Cerrado | Cerrado | Cerrado |
| Domingo | Cerrado | Cerrado | Cerrado | Cerrado |

(*1) Rellenar esta casilla cuando se tenga el mismo horario de lunes a viernes (no hará falta rellenar las casillas de lunes a viernes).

| | |
|--|----------|
| - Total de horas semanales en invierno | 57 h.30' |
| - Total de horas semanales en verano | 57 h.30' |
| - Nº de horas semanales de gestión interna invierno (sin abrir al público) | 7h.30' |
| - Nº de horas semanales de gestión interna verano (sin abrir al público) | 7h.30' |

¿Cierra algún periodo del año? (especificar fecha):

Periodo en horario de invierno: (especificar los meses)

Periodo en horario de verano: (especificar los meses) **TARDES DE AGOSTO CERRADO**

GASTOS CORRIENTES Y DE INVERSIÓN

| GASTOS CORRIENTES | Ayuntamiento | Generalitat | Ministerio de Cultura | Otros Organismos Públicos | Organismos Privados | Total |
|------------------------------|--------------|-------------|-----------------------|---------------------------|---------------------|-----------|
| Adquisiciones bibliográficas | ----- | 86.040,36 | ----- | ----- | ----- | 86.040,36 |

| | | | | | | |
|----------------------------|---------------------|--------------------|------------------------------|----------------------------------|----------------------------|-------------------|
| Personal | ----- | (1) 867.569,49 | ----- | ----- | ----- | (1) 867.569,49 |
| Actividades | ----- | 5.972,80 | ----- | ----- | ----- | 5.972,80 |
| Mantenimiento | ----- | (2) 246.814 | ----- | ----- | ----- | (2) 246.814 |
| TOTAL | ----- | 1.206.396,65 | ---- | ---- | ---- | 1.206.396,65 |
| GASTOS DE INVERSIÓN | Ayuntamiento | Generalitat | Ministerio de Cultura | Otros Organismos Públicos | Organismos Privados | Total |
| Solares y edificios | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- | ----- |
| Otros gastos de inversión | ----- | (3) 1.396,28 | (4) 9.650,81 | ----- | ----- | 11.047,09 |
| TOTAL | ----- | 1.396,28 | 9.650,81 | ----- | ----- | 11.047,09 |

| | | | | | | |
|---|-------|---------------------|-----------------|------|------|---------------------|
| TOTAL GASTOS CORRIENTES Y DE INVERSIÓN | ----- | 1.207.792,93 | 9.650,81 | ---- | ---- | 1.217.443,74 |
|---|-------|---------------------|-----------------|------|------|---------------------|

Adquisiciones bibliográficas: Gastos de adquisiciones de fondo bibliográfico en cualquier tipo de soporte: libros, revistas, CD, CD-Rom, DVD....Se excluyen los lotes bibliográficos fundacionales.

Personal: Gastos de personal fijo y eventual, así como gastos de sustituciones de personal.

Actividades: Actividades de animación lectora, extensión bibliotecaria, fomento del libro, cursos, actividades de márketing, publicación de guías, publicidad y cursos de formación del personal de la biblioteca.

Mantenimiento: Gastos derivados de alquileres de solares, edificios, etc.; los gastos de reparación, mantenimiento y conservación de los edificios, mobiliario, equipamiento informático; materiales de oficina, luz, agua, teléfono, gas, líneas informáticas, etc., así como los gastos de transporte, limpieza y comunicación postal.

Solares y edificios: Gastos derivados de compras de solares y edificios, ampliación de edificios ya existentes y obras de reparación y rehabilitación de los mismos.

Otros gastos de Inversión: Adquisición de mobiliario, equipamiento informático (hardware y software) o equipamiento de oficina; lotes bibliográficos fundacionales; sustitución de bienes existentes por otros análogos.

En caso de gastos compartidos con otros servicios, intentar dar el porcentaje aproximado.

(1)2007 real+3% sin 1/2 año dirección y 9 meses administradora. (2)Cargo biblioteca +GV costes conocidos y/ó aproximados por BP. (3)Contempla mesa dirección y adaptación puesto 13796. (4) 12 ord.+2 impresoras.

2. JUSTIFICACIÓN Y OBJETIVOS

Cuando comenzamos con nuestro trabajo nos animó a profundizar en este mundo tan apasionante que es la información, la cita de Paul Kekkert, desde un punto de vista donde las sensaciones cuentan más de lo que pensamos y, la mayoría de las veces, no nos lo acabamos de creer.

No es suficiente diseñar buenos productos y servicios; debemos diseñar experiencias que generen placer o sensaciones excitantes

Paul Hekkert 2002
Design & Emotions Society

Con nuestro trabajo intentamos ver qué es lo que más aprecia el usuario cuando se acerca a un punto de información para mejorar en un futuro nuestro servicio.

En definitiva, este proyecto tiene un doble objetivo: hacer un proyecto de mejora de la señalética de la Biblioteca Pública de Valencia y, estudiar el punto de información aplicando la ingeniería emocional. Ambos objetivos pretenden obtener un resultado de mejor información de los usuarios.

3. MATERIAL Y METODOS

3.1 SEÑALIZACION Y SEÑALÉTICA

3.1.1 DIFERENCIAS ENTRE SEÑALIZACION Y SEÑALÉTICA

Los sistemas visuales en las bibliotecas resultan imprescindibles para la identificación, localización y orientación tanto de áreas como servicios. De ahí, que la señalética nos ayude porque, es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones.

Funciones de la señalización son:

- 1. Facilitar la comunicación**
- 2. Ayudar a dirigir los movimientos de conjuntos**
- 3. Informar, identificar, orientar, prevenir y persuadir**
- 4. Sistematizar los conjuntos de señales establecidas**

5. Ayudar a controlar la contaminación visual

En nuestro trabajo obviaremos la señalética exterior trabajando con la señalética interior que comprende el conjunto de señales, claves cromáticas y pictográficas y nomenclaturas interiores, cuyo objeto es orientar, dirigir e informar al cliente, en sus desplazamientos y acciones en el interior de un centro de información, como es una biblioteca pública.

También hay que tener en cuenta que la señalética es diferente a la señalización, para ello nos puede aclarar este cuadro:

| SEÑALIZACIÓN | SEÑALÉTICA |
|---|--|
| 1. La señalización tiene por objeto la regulación de los flujos humanos y motorizados <i>en el espacio exterior</i> . | 1. La señalética tiene por objeto identificar, regular y facilitar el acceso a los servicios requeridos por los individuos <i>en un entorno definido</i> . |
| 2. Es un sistema <i>determinante</i> de conductas. | 2. Es un sistema <i>optativo</i> de acciones. Las necesidades particulares determinan el sistema. |
| 3. El sistema es universal y <i>está ya creado</i> como tal íntegramente. | 3. El sistema <i>debe ser creado o adaptado en cada caso particular</i> . |
| 4. Las señales <i>preexisten</i> a los problemas. | 4. Las señales <i>son consecuencia</i> de los problemas específicos. |
| 5. Las señales <i>han sido ya normalizadas y homologadas</i> , y se encuentran disponibles en la industria. | 5. Las señales <i>deben ser normalizadas y homologadas</i> por el diseñador del programa y producidas especialmente. |
| 6. Es <i>indiferente</i> a las características del entorno. | 6. <i>Se supedita</i> a las características del entorno. |
| 7. Aporta al entorno <i>factores de uniformidad</i> . | 7. Aporta factores de <i>identidad y diferenciación</i> . |
| 8. <i>No influye en la imagen</i> del entorno. | 8. <i>Refuerza la imagen pública</i> . |
| 9. La señalización <i>concluye en sí misma</i> . | 9. <i>Se prolonga</i> en los programas de identidad más amplios. |

Tabla 1: Diferencias entre señalización y señalética (Fuente Joan Costa. CEAC, 1987)

Con todo ello pretendemos antes de llevar a cabo el segundo objetivo contar con la señalética para ver cómo esta contribuye a que el cliente sea autónomo en el uso de la información.

La señalética aporta calidad de vida porque facilita los accesos a servicios en cualquier lugar y nos ayuda a movernos en nuestro día a día y, además resuelve dos problemas a la vez: el de la *orientación* para el uso de espacios públicos y semipúblicos, y el de la *identidad* de estos lugares.

3.1.2 ESTADO DE LA CUESTION DE LA SEÑALIZACIÓN Y SEÑALÉTICA EN LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN

La señalización debe ser clara, abundante y homogénea y debe permitir al usuario saber en todo momento dónde se encuentra y dónde puede dirigirse, así como conocer con facilidad lo que va a encontrar en las distintas secciones de la biblioteca. Se debe evitar la contaminación visual y es preciso primar la funcionalidad; en última instancia, se debe proporcionar el máximo de información de la manera más simple.

La señalética tiene que servir para singularizar el espacio y distinguirlo de otros usos del edificio, pero no debe entrar en contradicción con la señalización general del resto de las instalaciones y, en la medida de lo posible, tampoco con la señalización de seguridad que esté impuesta por la normativa vigente.

3.1.3 RECOMENDACIONES Y NORMATIVA

Señalización normativa

Ilustran el funcionamiento del servicio, uso del catálogo electrónico (OPAC), horarios, préstamo y condiciones generales.

Los indicadores sobre normativa (silencio, prohibido comer y beber...) deben estar situados a la entrada del edificio.

Materiales

Dependerán de cada elemento de señalización pero, en general, deben ser seguros, resistentes, ligeros, de fácil limpieza y de fácil colocación y reposición.

Tamaños

Dependerán de cada elemento de señalización pero, en general, deben ser adecuados para ser vistos con facilidad por personas con características físicas medias; también tienen que estar proporcionados al entorno y con el conjunto de la señalización, equilibrando el conjunto de información que contengan.

Colores y tipografías

Dependerán de cada elemento de señalización pero, en general, deben servir para facilitar la lectura y comprensión de los mensajes que se quieran transmitir, ser adecuados con el entorno, el mobiliario, con los colores ya usados en la biblioteca y con el conjunto de la señalización que utilicemos para este fin.

Diseños

Dependerán de cada elemento de señalización pero, en general, deben ser adecuados con el entorno y el mobiliario, y resultar funcionales y atractivos.

Señalización de localización

Indicaciones generales a situar en lugares claves de la biblioteca: principales áreas funcionales: control y préstamo, hemeroteca, fondo local..., así como las diferentes zonas en la que se incluye los aseos.

Es muy útil contar con un plano del local en el que se lean las zonas principales y se sitúe al usuario («Estás aquí»).

c. Señalización del contenido

Ofrecen información sobre las colecciones y su ordenación y facilitan la búsqueda documental. Distinguimos básicamente estos apartados:

Secciones: Información y Préstamo, Consulta y Referencia, Sala de Fondo Local, Sala Ciencias, Sala de Humanidades, Salas de Infantil y Juvenil entre otras

Estanterías: Se indica (mediante CDU) los contenidos por materias de los libros.

0 Generalidades

1 Filosofía - Psicología

2 Religión - Mitología

3.2 LA INGENIERÍA EMOCIONAL

3.2.1. Origen

La ingeniería emocional se conoce con el término japonés Kansei donde la sílaba kan significa sensibilidad y sei significa sensibilidad. Este término, también adaptado como "ingeniería sensorial" o "usabilidad emocional", se usa para expresar la capacidad que tiene un objeto de despertar el placer en su uso, es decir la capacidad que tiene de motivar una respuesta de los sentidos de usuario, de enamorarlo, más allá del aspecto físico del producto.

Esta metodología, bautizada como Kansei Engineering System (KES), fue desarrollada en los años 70 por el profesor Mitsuo Nagamachi, con el fin de incorporar el aspecto emocional al proceso de desarrollo ya sea de objetos de uso cotidiano, interfaces de usuario, software, etc.

3.2.1. Diseño de encuestas

Diseño de las diferentes encuestas que se llevaron a cabo para realizar la encuesta final.

A medida que hemos ido avanzando en el proyecto iban surgiendo cambios en el diseño de las encuestas, ya que si en un principio pensamos en destacar tres conceptos diferenciados de: espacio, información y persona, nos dimos cuenta que era inviable, ya que cuando se mostrara la batería de fotos estos conceptos el usuario no podrían captarlos. En una segunda fase hubo que llevar a cambio una serie de conceptos de la lista porque su significado podría llevar a confundir más que a esclarecer el resultado de la encuesta.

Proceso de elaboración de las encuestas

Al trabajar con las encuestas se ha tenido en cuenta que haya un equilibrio entre hombres y mujeres así como un rango de edades.

Antes de llevar a cabo el pase en PowerPoint de las encuestas se llevó a cabo una encuesta piloto con cuatro personas para comprobar si los términos elegidos, así como, las fotos seleccionadas en el PowerPoint eran las adecuadas para llevar a cabo más adelante las encuestas definitivas.

En el pase de las fotos se les advirtió mediante unas instrucciones lo que debían hacer. Estas aparecen en el PowerPoint y eran las siguientes:

| |
|---|
| ¡¡COPIA EL Nº DE LA IMAGEN EN CADA ENCUESTA!! |
| DEBES DIRIGIR TU RESPUESTA A TU <u>PERCEPCION</u> DEL PUESTO DE INFORMACION EN CADA UNA DE LAS IMÁGENES |
| MARCA UNA UNICA CRUZ SOBRE CADA ESCALA |
| ES IMPORTANTE PUNTUAR LA PRIMERA IMPRESIÓN PERCIBIDA POR LA IMAGEN, POR LO QUE HAY QUE REALIZAR EL TEST CON AGILIDAD, EN POCO TIEMPO |
| NO REVISES TU PUNTUACION EN ANTERIORES ESCALAS DE ADJETIVOS, ES MUY IMPORTANTE VALORAR LA PERCEPCION EN CADA UNA DE LAS ESCALAS INDEPENDIENTEMENTE |

Se midió también el tiempo que transcurre de una foto a otra para ver si era suficiente para contestar al cuestionario. Se decidió que 2 minutos eran suficientes pero que si alguna persona no le daba tiempo sería mejor una vez pasado todas la fotografías volver a pasar sólo a las personas que no habían contestado unas determinadas fotos no todas sino las que no habían contestado.

Una de las conclusiones que se llegó es que los términos empleados deberían aleatorizarse mejor para que los listados resultantes no dieran la impresión de estar ordenados por orden alfabético uno de ellos y los demás partieran de esa ordenación.

También se pudo apreciar que la numeración de las fotografía en el PowerPoint había que resaltarla mejor para que el encuestado viese desde el primer momento que número de fotos estaba visionando.

Se formaron cuatro grupos con tres ordenaciones de la colección de fotos distintas para el visionado del PowerPoint, para que cuando fueran rellenando los datos no lo hiciesen de una forma mecánica sabiendo en cada momento qué términos tenían que señalar. De esta forma al no estar ordenados los términos cuando veían las fotos el término que veían en ese momento era lo que les sugería.

Una vez realizadas la encuestas y formados los grupos se introdujeron en una tabla de Excel y posteriormente se revisaron para asegurarnos de que los datos estaban bien introducidos.

Una vez corregidos se ha aplicado un estudio de análisis factorial con el Programa Estadístico SPSS.

3.2.3. Selección de imágenes

Fotos que muestran la señalización que se emplea en la Biblioteca Pública de Valencia

La colección de fotos de la biblioteca era para justificar un nuevo proyecto de señalización que requiere la Biblioteca Pública de Valencia y, que nos han empujado a llevar a cabo este proyecto.

Fotos de puntos de información

Se hicieron ochenta y cuatro fotos, una reales de bibliotecas municipales de la ciudad de Valencia, otras de catálogos de revistas profesionales, otras bibliotecas de varias provincias españolas, así como de paradores e, incluso se obtuvieron algunas de Internet. Se eligieron quince para confeccionar el PowerPoint que más tarde había que visualizar para llevar a cabo las encuestas.

4. RESULTADOS Y DISCURSIÓN

4.1 ESTADO ACTUAL y PROPUESTAS DE MEJORA DE LA SEÑALÉTICA INTERNA DE LA BIBLIOTECA PÚBLICA DE VALENCIA

La señalética interna comprende el conjunto de señales, claves cromáticas y pictogramas, letreros, directorios y subdirectorios, placas identificadoras, códigos alfanuméricos y nomenclaturas interiores, cuyo objeto es orientar, dirigir e informar a los distintos públicos, en sus desplazamientos y acciones en el interior del edificio.

En la Biblioteca Pública de Valencia se aprecia una falta de coherencia gráfica, falta de señales en elementos susceptibles de señalar, utilización de distintos materiales en iguales placas contenedoras de información, falta de estandarización. No posee ni en la entrada ni en las salas ningún directorio que nos indique la situación de las distintas secciones en la biblioteca con respecto a la posición del usuario (“usted está aquí”). Además de las secciones, deberá señalar como mínimo la situación de los puntos de información al usuario, los puestos de lectura, los puntos de OPAC, los baños y la localización de las fotocopiadoras en todas las zonas.

La Señalización de normas básicas: Indicación de las normas básicas (silencio, no fumar, etc.), si que existen en la biblioteca pero su ubicación no es óptima y su grafismo está desfasado.

- Soportes para avisos y anuncios: Tablón de anuncios para informaciones temporales o novedades. Aparte de que la información que hay en ellos no está actualizada, no están en el lugar que les corresponde y son antiguos y poco atractivos.

- Señales de seguridad:

Si que existen pero no están suficientemente a la vista. Son antiguos y colocados en lugares altos y poco visibles.



Fig.1: Detalle de la colocación inadecuada del extintor en la 1ª Planta de difícil visualización

De todo ello se desprende que la Biblioteca Pública de Valencia debe llevar a cabo una reestructuración señalética en el interior de su edificio en función de una serie de necesidades acordes a los nuevos tiempos que contemple:

Señalización por zonas

A) Planta baja

A.1. Recepción en puerta de entrada

Señalización del nombre de la biblioteca: Rótulo en el acceso previo con el nombre y la identificación inequívoca de la biblioteca, diferenciándola del resto de instalaciones del edificio. En este caso sí que existe un rótulo en el acceso previo a la biblioteca.

Señalización del buzón de devolución: Indicación del buzón de devolución de préstamo y modo de uso. No está señalado por ningún sitio y sólo cuando llegas a él te indica un rótulo que pone buzón sin dar ninguna explicación si se pueden dejar los libros o el material especial (películas, CD, etc.).

Señalización de las taquillas: Indicación de las taquillas de monedas y modo de uso. No hay ningún cartel indicador que nos indique su uso.



Fig. 2: Imagen de las taquillas

Directorio: Indicación de la situación de las distintas secciones en la biblioteca con respecto a la posición del usuario (“usted está aquí”). Además de las secciones, deberá señalar como mínimo la situación de los puntos de información al usuario, los puestos de lectura, los puntos de OPAC, los baños y la localización de las fotocopiadoras en todas las zonas.

Si que existe un directorio antiguo, actualmente dejado en un lateral de las taquillas y totalmente desfasado que indicaba las plantas con los diversos servicios.



Fig. 3: Directorio de la Biblioteca

Paneles informativos y decorativos: Información general sobre la biblioteca, los fondos, servicios, horarios, normas de acceso, etc. Los paneles informativos deberían tener también función decorativa. Carece de ellos. La información general sobre la biblioteca se difunde a base de trípticos fotocopiados. No se sigue una política para llevar a cabo paneles informativos y decorativos.

Señalización de normas básicas: Indicación de las normas básicas (silencio, no fumar, etc.). Existen pero son obsoletos.

Soportes para avisos y anuncios: Tablón de anuncios para informaciones temporales o novedades. No están diferenciados por temáticas ni en ellos se da una aclaración de lo que se puede colgar.



Fig. 4: Panel para avisos y anuncios

A.2. Vestíbulo para Mostrador principal, puntos para OPAC

Debería contar con:

Directorio: Indicación de la situación de las distintas secciones en la biblioteca con respecto a la posición del usuario (“usted está aquí”). Además de las secciones, deberá señalar como mínimo la situación de los puntos de

información al usuario, los puestos de lectura, los puntos de OPAC, los baños y la localización de las fotocopadoras en todas las zonas.

Señalización de los distintos servicios: Letreros en el mostrador principal para indicar los servicios y marcar las zonas de atención al usuario (información bibliográfica y referencia, devolución de obras de consulta en sala, etc.).

Señalización de los puntos de OPAC: Indicación de la situación de los puntos de OPAC y condiciones de utilización.

Señalización de normas básicas: Indicación de las normas básicas (silencio, no fumar, etc.) y otros temas generales (aseos, salidas de emergencia, etc.).
Soportes para avisos y anuncios: Tablón de anuncios para informaciones temporales o novedades.



Fig. 5: Carteles fotocopiados en la entrada principal de la biblioteca

Al entrar en la biblioteca nos encontramos con carteles hechos de fotocopias que resultan estéticamente desastrados y puestos sin ningún orden y tapando la entrada acristalada que nos permitiría ver el espacio amplio y luminoso del vestíbulo.

Una vez entramos a la biblioteca nos encontramos con este tablón que anuncia eventos que la biblioteca lleva a cabo en vez de un directorio que nos indique con qué servicios y cuantas plantas tiene la biblioteca.



Fig.6: Tablón de eventos en la entrada principal de la biblioteca

Un ejemplo de ellos sería el directorio que nos encontramos cuando visitamos la Biblioteca de Alderdi Eder en el País Vasco:



Fig.7: Directorio de la Biblioteca de Alderdi Eder en el País Vasco

A.3. Zona de obras referencia y puestos de lectura

Debería contar con:

Directorio: Indicación de la situación de las distintas secciones en la biblioteca con respecto a la posición del usuario (“usted está aquí”). Además de las secciones, deberá señalar como mínimo la situación de los puntos de información al usuario, los puestos de lectura, los puntos de OPAC, los baños y la localización de las fotocopiadoras en todas las zonas.

Señalización de la referencia: Letreros en el techo o en los módulos de estanterías y en los estantes indicando los números de CDU y temas asociados.

Señalización de los puestos de lectura: Marcado de cada uno de los puestos de lectura con el número u orden que le corresponda.

Señalización del puesto de lectura reservado para personas con discapacidades: indicación del puesto de lectura.

A.4. Zona de obras en libre acceso, mesas de atención al usuario y puestos de lectura

Debería contar con:

Directorios: Indicaciones repartidas por los distintos espacios de la situación de las secciones en la biblioteca con respecto a la posición del usuario (“usted está aquí”). Además de las secciones, deberán señalar como mínimo la situación de los puntos de información al usuario, los puestos de lectura, los puntos de OPAC, los baños y la localización de las fotocopiadoras en todas las zonas.

Señalización del libre acceso: Letreros en el techo o en los módulos de estanterías y en los estantes indicando los números de CDU y temas asociados.

Sólo en la Sala de Préstamo están puestos de forma clara. En las demás salas son pequeños y en muchas salas los carteles son fotocopias.



Fig. 8: Rótulos de la CDU de la Sala de Préstamo



Fig. 9: Sala de Préstamo (Cartel CDU)

Señalización de las mesas de atención al usuario: Indicación de los puntos de atención al usuario.

Señalización de los puntos de OPAC: Indicación de la situación de los puntos de OPAC y condiciones de utilización.

Señalización de los puestos de lectura: Marcado de cada uno de los puestos de lectura con el número u orden que le corresponda.

Señalización de la reprografía: Indicación de la localización de las máquinas de reprografía y modo y condiciones de uso.

A.4. Zona de hemeroteca, series, mesa de atención al usuario y puestos de lectura

Debería contar con:

Directorio: Indicación de la situación de las distintas secciones en la biblioteca con respecto a la posición del usuario (“usted está aquí”). Además de las secciones, deberá señalar como mínimo la situación de los puntos de información al usuario, los puestos de lectura, los puntos de OPAC, los baños y la localización de las fotocopiadoras en todas las zonas.

Señalización de la hemeroteca: Letreros en el techo o en los módulos de estanterías para revistas y en los estantes indicando los números de CDU y temas asociados o los títulos de las revistas o los intervalos alfabéticos.

Señalización de las series: Letreros en el techo o en los módulos de estanterías y en los estantes indicando los títulos de las series o los intervalos alfabéticos.

Señalización de la mesa de atención al usuario: Indicación del punto de atención al usuario.

Señalización de los puntos de OPAC: Indicación de la situación de los puntos de OPAC y condiciones de utilización.

Señalización de los puestos de lectura: Marcado de cada uno de los puestos de lectura con el número u orden que le corresponda.

Soportes para avisos y anuncios: Tablón de anuncios para informaciones temporales o novedades.

A.5. Zona Infantil y Juvenil

Debería contar con:

Directorio: Indicación de la situación de las distintas secciones en la biblioteca con respecto a la posición del usuario (“usted está aquí”).

Paneles informativos y decorativos: Información general sobre la biblioteca, los fondos, servicios, horarios, normas de acceso, etc. Los paneles informativos deberían tener también función decorativa.

Señalización de normas básicas: Indicación de las normas básicas (silencio, no fumar, etc.).

Soportes para avisos y anuncios: Tablón de anuncios para informaciones temporales o novedades.

Si que existe estos tabloncillos colocados a la izquierda cuando entras a la Sala pero no hacen referencia a ella, sino al Servicio de Internet. Su colocación no es la adecuada porque los puestos de Internet están antes de llegar a ellos. Se encuentran en un rincón y se superponen unos con otros.



Fig. 10: Tablones zona Internet de la Biblioteca

A.6. Zona de materiales especiales (Películas, Música y CD-ROM)

Hacer hincapié en la señalización de los contenidos de este tipo de material.

B. Planta segunda

En la segunda planta de la biblioteca existen tres salas: La Sala de Humanidades y la Sala de Ciencias sí que están señalizadas pero la Sala Polivalente que contiene Fondo Local y además se desarrolla en ella multitud de eventos como conferencias y exposiciones no indica cuando entras en ella ningún rótulo que nos indique ni donde estamos ni lo que contiene la sala.



Fig. 11: Fondo Local/Polivalente de la Biblioteca

La Sala de Ciencias existía un cartel totalmente obsoleto que ha sido recientemente retirado y era el siguiente:



Fig. 12: Cartel Sala de Ciencias

Se reproduce el esquema de la planta primera situando en cada sala un:

B.1. Directorio: Indicación de la situación de las distintas secciones en la biblioteca con respecto a la posición del usuario (“usted está aquí”). Además de las secciones, deberá señalar como mínimo la situación de los puntos de información al usuario, los puestos de lectura, los puntos de OPAC, los baños y la localización de las fotocopiadoras en todas las zonas.

Paneles informativos y decorativos: Información general sobre la biblioteca, los fondos, servicios, horarios, normas de acceso, etc. Los paneles informativos deberían tener también función decorativa.

Señalización de normas básicas: Indicación de las normas básicas (silencio, no fumar, etc.).

Soportes para avisos y anuncios: Tablón de anuncios para informaciones temporales o novedades.



Fig. 13: Tablón de anuncios de la 2ª Planta

B.2. Zona de despachos y acceso restringido

Señalización de los departamentos, despachos y otras dependencias de uso exclusivo del personal bibliotecario: Indicación de los departamentos de la planta, de los despachos individuales y de otras dependencias; señalización de los accesos restringidos.

Señalización de los estantes, archivadores y otros elementos: Indicación interna de los elementos de trabajo.

Señalización de normas básicas: Indicación de las normas básicas (no fumar, etc.) y otros temas generales (aseos, salidas de emergencia, etc.).

Soportes para avisos y anuncios: Tablón de anuncios para informaciones temporales o novedades.

4.2 APLICACIÓN DE LA INGENIERIA EMOCIONAL EN NUESTRO PROYECTO

A través de una serie de encuestas hemos ido conformando todo un conjunto de palabras que representan el Universo Semántico (US) del producto. La configuración y estructuración del mismo constituye el primer paso en el intento de desarrollar una metodología capaz de involucrar al usuario, analizando su percepción.

4.2. 1. Percepción emocional de los usuarios: Semántica Diferencial

Para estructurar el Espacio Semántico, se obtuvo primero el Universo Semántico Inicial del cual se extrajo el Universo Semántico Reducido. Partiendo de este Universo Semántico, se lleva a cabo una evaluación y Análisis de Componentes Principales para generar el Espacio Semántico.

Para obtener el Universo Semántico se recopilaron en primer lugar tantas palabras como fue posible de las utilizadas por los usuarios a través de las respuestas que nos iban dando. Posteriormente fuimos agrupando las palabras que estaban repetidas y luego las que por su significado pudieran agruparse en un mismo término.

A través de encuestas realizadas a 23 sujetos, cuyas edades han oscilado entre 12 años y 81 años, configuramos el Universo Semántico de los Puntos de Información.

A partir de las respuestas obtenidas de los sujetos participantes llevamos a cabo un proceso de selección semántica para luego realizar un análisis estadístico y llegar al espacio semántico.

4.2.2. Establecimiento de los parámetros de estudio

Somos conscientes que para obtener una buena calidad en los resultados debemos escoger unos buenos parámetros que en nuestro caso al ser puntos de información resultan más complicados que aplicado a un producto, como puede ser, el calzado, mobiliario, uniformes, cosmética, etc. Cuando llevamos a cabo las encuestas sugerimos a las personas que pensasen en cualquier servicio que pudiese darles información, ya fuera una entidad bancaria, un hospital, un servicio de transporte, una biblioteca, etc.

Nuestros entrevistados, la mayoría fueron usuarios de bibliotecas pero también entrevistamos a personas que no frecuentan estos lugares pero sí que utilizan otros servicios de información.

La encuesta se ha realizado en Valencia pero se han entrevistado a algunas personas de fuera con connotaciones diferentes y niveles socioeconómicos diferentes.

Hemos pretendido que el perfil del entrevistado sea variado tanto en edad como en aspectos socioeconómicos. De esta forma, obtendremos una mayor riqueza de visiones, de términos, de puntos de vista diferentes que van a contribuir a enriquecer el universo Semántico. Sus puntos de vista van a configurar un nutrido Universo Semántico que va a proporcionarnos variedad y contrastes que van a plasmarse en un calidoscopio ajustado a nuestros objetivos al llevar a cabo este trabajo.

4.2.3. Universo Semántico de los puntos de información

Recopilación de términos

El Universo Semántico Inicial (USI) es recopilado por medio de encuestas con usuarios de que en su mayoría son usuarios de bibliotecas y, en otros casos no lo son.

| RESPUESTA | |
|------------------|------|
| Accesibilidad | |
| Acrystalado | |
| Actualizada | |
| Adaptabilidad | |
| Agilización | |
| Agradable | (4) |
| Alegre | (2) |
| Alto | |
| Amabilidad | (14) |
| Anticuado | |
| Antipático | |
| Atención | (4) |
| Atractivo | |
| Ayuda | |
| Bajo | |
| Carteles | (2) |
| Cercanía | |
| Circular | |
| Claridad | (3) |
| Colorido | |
| Comodidad | (4) |
| Comparaciones | |
| Competencia | (2) |
| Concisión | |
| Confianza | |
| Conocimiento | (2) |
| Curiosidad | |
| Datos | |
| Detallada | |

| | |
|---------------------------------|------------|
| Diáfano | |
| Diferenciación | |
| Dinamismo | |
| Disponibilidad | (3) |
| Documentación | |
| Dotación | |
| Duda | |
| Educación | (6) |
| Eficacia | (2) |
| Empatía | (3) |
| Exactitud | |
| Fluidez | |
| Folletos | |
| Frescura | |
| Frío | |
| Funcional | |
| Higiénico | (5) |
| Idiomas | (2) |
| Iluminación | |
| Impreso | |
| Impresos | |
| Información | (9) |
| Información (escrita) | |
| Información Señalización | |
| Infraestructura | |
| Lentitud | |
| Ligero | |
| Limpieza | (2) |
| Localización (datos) | |
| Luminosidad | (4) |
| Luminoso | |
| Modernidad | (2) |
| Moderno | |
| Mostrador | |
| Mostradores | |
| Motivación | |
| Motivación | (2) |
| Necesidad | |
| Normativo | |
| Orden | (2) |
| Ordenación | (6) |
| Ordenado | |
| Organización | |
| Orientación | (4) |
| Paciencia | |
| Personal suficiente | (2) |
| Práctico | |
| Precisa | |
| Preparación | |
| Presencia | (4) |
| Productos | |

| | |
|-----------------------------|-----|
| Productos | |
| Profesionalidad | (5) |
| Profundizar | |
| Rapidez | (8) |
| Receptiva | |
| Rechazo | |
| Reciclaje | |
| Reclamo | |
| Recursos humanos | |
| Resolutiva | |
| Respeto | (2) |
| Responsabilidad | |
| Respuestas | |
| Sencillo | |
| Sensibilidad | |
| Señalización | (2) |
| Separación (no) | |
| Seriedad | |
| Servicio | |
| Sexo (chicas las prefieren) | (3) |
| Simpatía | |
| Sociabilidad | |
| Soluciones | |
| Sugerencias | |
| Tecnología | |
| Ubicación | |
| Visibilidad | (7) |
| Vistoso | |
| Vocación | |

Reducción de términos

De los 109 términos agrupamos aquellos términos con significado similar para llevar a cabo los diagramas de afinidad. Empezamos por analizar la frecuencia de aparición de cada uno de los términos, eliminando los términos menos frecuentes.

Después llevamos a cabo el filtrado que consistió en:

Términos relacionados con las personas que atienden esos puntos de información. Los encuestados daban mucha importancia a que la persona que atendiese ese servicio de información fuese amable, educada, eficaz, colaborativa, con profesionalidad, que resolviera sus demandas, respetuosa y sociable.

Términos relacionados con el espacio. Hay que reseñar que el espacio es la primera impresión que se lleva una persona cuando entra en contacto con un servicio de información de ahí que le interese que sea accesible, adaptado a sus necesidades, atractivo, con colorido, luminoso, que sea fácil llegar hasta él, que cuando esté en él esté ordenado e higiénico.

3) Términos relacionados con la información que proporcionan esos puntos de información. La información será el resultado de haber primero acercado al punto de información y haber entablado conversación con la persona que está en ése servicio. Una vez cumplido estos dos requisitos valorará cómo le llega esa información. Si ha sido actualizada, ha cubierto sus expectativas, le da soluciones, es sugerente, es exacta, etc.

Tras el filtrado de los términos, se emplean tres diagramas de afinidad que son los siguientes:

ESPACIO

| |
|----------------------|
| Accesibilidad |
| Adaptabilidad |
| Anticuado |
| Atractivo |
| Cercano |
| Colorido |
| Cómodo |
| Diáfano |
| Dotación |
| Frescura |
| Frio |
| Funcional |
| Higiénico |

| |
|---------------------|
| Luminosidad |
| Moderno |
| Ordenación |
| Señalización |
| Visibilidad |
| Vistoso |

INFORMACIÓN

| |
|-----------------------------|
| Actualizada |
| Ágil |
| Ayuda |
| Carteles |
| Disponibilidad |
| Exactitud |
| Folletos |
| Localización (datos) |
| Respuestas |
| Soluciones |
| Sugerencias |
| Tecnológico |

PERSONA

| |
|------------------------|
| Amabilidad |
| Alegre |
| Confianza |
| Dinámico |
| Educación |
| Eficacia |
| Empatía |
| Profesionalidad |
| Resolutiva |
| Respeto |
| Sociabilidad |

Con este conjunto de palabras Kansei que definen el significado emocional de los puntos de información a través de su estructura semántica llegamos a obtener el Espacio Semántico del los Puntos de Información.

4.2.4. Selección y evaluación de la muestra de productos

Partiendo de que lo que estamos manejando no son productos sino servicios de información hay que ver cómo se ha producido esa selección por parte del usuario con respecto a ese servicio en concreto:

Primera etapa: Comunicación.

Si estuviéramos hablando de un producto, esta primera etapa estaría relacionada con el mensaje que los creadores o distribuidores quieren transmitir de ese producto, ya sea mediante campañas promocionales, anuncios, etc.

En nuestro caso sería el contacto personal exponiendo de qué se trata y lo que se pretende.

Segunda etapa: está relacionado con la interacción visual del consumidor. Deben imaginárselo ver qué concepto tiene de los puntos de información.

Tercera etapa: Compra. En nuestro trabajo no se trata de que compren sino de que nos transmitan qué es lo que perciben tanto visual como física de los puntos de información.

El tipo de soporte a emplear para nuestra muestra consiste en que imaginen servicios reales a través de fotografías.

4.2.5. Análisis de resultados

De la aplicación del estudio de análisis factorial con el Programa Estadístico SPSS han surgido cinco componentes y, a la vista de los resultados, se infiere que la muestra de productos ha sido bastante acertada porque ha producido unos estímulos adecuados en el usuario.

La primera componente es la que más términos ha agrupado. Lo que más ha apreciado el usuario es el espacio que debe ser vanguardista, original, moderno, exclusivo, llamativo, atractivo, vistoso y actualizado, de interés, tecnológico, con dinamismo, elegante, con personalidad, alegre, fresco, de calidad, con colorido, luminoso y, como contrapartida han señalado como negativo que sea anticuado y soso. Nos encontramos pues ante un reagrupamiento de términos muy coherente.

La segunda componente los términos reagrupados han sido acogedor, amable, cercano y en cambio han valorado como negativo frío. Han apreciado que el espacio al ser acogedor debe ser cálido y cercano y que si tiene estos componentes un entorno frío es contrario a estos términos.

La tercera componente hace hincapié en la señalización, que tenga infraestructuras, que sea profesional, cómodo y visible. Es decir, si está señalizado debe ser visible y tendrá que haber una persona que atienda con profesionalidad el punto de información.

El cuarto componente agrupa los términos sencillo, sobrio, ordenado y, valora como negativo el que un espacio esté recargado. La reagrupación es coherente y el usuario concibe un espacio ordenado con sobriedad y, al mismo tiempo, sencillo pero en ningún momento lo asocia con recargado.

El quinto componente reagrupa los términos diáfano, funcional y accesible físicamente. Un ambiente diáfano debe ser accesible físicamente y funcional y el usuario es capaz de captar esas sensaciones cuando ve esa batería de fotos que se le van mostrando.

Los términos higiénico y formal no se han reagrupado en ningún componente y no han tenido ninguna valoración. La explicación podría deberse a que se presupone que espacios acogedores, diáfanos, llamativos, ordenados, etc. son higiénicos y que el término formal se diluye con otros términos como sobrio, ordenado, etc.

Al final del cuestionario preguntábamos si les gustaría ser atendidos en este servicio (punto de información). En la misma tabla de Excel rellenamos un campo donde si la respuesta era afirmativa era un 1 y si la

respuesta era negativa la valorábamos como un 0. Veamos como han quedado estos resultados en una tabla:

| | | |
|--------------|----------|-----------|
| FOT1 | 0 | 9 |
| FOT1 | 1 | 19 |
| FOT2 | 0 | 17 |
| FOT2 | 1 | 12 |
| FOT3 | 0 | 10 |
| FOT3 | 1 | 17 |
| FOT4 | 0 | 9 |
| FOT4 | 1 | 19 |
| FOT5 | 0 | 20 |
| FOT5 | 1 | 10 |
| FOT6 | 0 | 3 |
| FOT6 | 1 | 26 |
| FOT7 | 0 | 9 |
| FOT7 | 1 | 20 |
| FOT8 | 0 | 11 |
| FOT8 | 1 | 17 |
| FOT9 | 0 | 4 |
| FOT9 | 1 | 25 |
| FOT10 | 0 | 3 |
| FOT10 | 1 | 26 |
| FOT11 | 0 | 13 |
| FOT11 | 1 | 16 |
| FOT12 | 0 | 8 |
| FOT12 | 1 | 19 |

| | | |
|-------|---|----|
| FOT13 | 0 | 3 |
| FOT13 | 1 | 26 |
| FOT14 | 0 | 23 |
| FOT14 | 1 | 5 |
| FOT15 | 0 | 11 |
| FOT15 | 1 | 17 |

Tabla 2: Respuesta afirmativa o negativa del usuario si desea ser atendido por ese punto de información

También hemos agrupado aquellos usuarios que no contestaron a la pregunta de si quiere ser atendido en un punto de información que fueron:

| | |
|-------|---|
| FOT1 | 3 |
| FOT2 | 3 |
| FOT3 | 3 |
| FOT4 | 4 |
| FOT5 | 4 |
| FOT6 | 4 |
| FOT7 | 4 |
| FOT8 | 4 |
| FOT9 | 4 |
| FOT10 | 3 |
| FOT11 | 4 |
| FOT12 | 4 |
| FOT13 | 4 |
| FOT14 | 5 |
| FOT15 | 3 |

Tabla 3: Respuestas no contestadas del usuario si desea ser atendido por ese punto de información

5. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS DE FUTURO

Un plan de señalética para la Biblioteca Pública de Valencia en la que se ajustara más a los servicios de información. Ello conllevaría el diseño de una política de señalización que singularizase el espacio y no entrase en contradicción con la señalización general del resto de las instalaciones, y, en la medida de lo posible, tampoco con las señales de seguridad.

La Ingeniería Emocional se muestra un sistema válido para la mejora de ciertos servicios porque los resultados obtenidos han sido válidos.

En el mercado actual, el consumidor no valora únicamente la funcionalidad, usabilidad, seguridad y adecuado precio de los productos, sino también las emociones y los sentimientos que le proporcionan. La Ingeniería Emocional se perfila como la técnica que ayuda a detectar estos sentimientos y emociones cada vez más apreciados por nuestros usuario.

6. BIBLIOGRAFÍA

**Biblioteca Pública de Valencia < <http://www.gva.es/bpv/indice.htm>>
[Consulta 27 de Octubre 2008]**

**Biblioteca Pública Valenciana 1979-1989. 10 años de actividad (1989).
Valencia, Generalitat Valenciana**

COSTA, Joan. (1989). Enciclopedia del diseño, señalética. Madrid, Ceac

Nagamachi, M (1986) Kansei Engineering and implementation on human-oriented product design. Manufacturing Agility and Hybris Automation, pp. 77-80

Osgood, C. E., Suci, G. J. y Tannenbaum, P. H. (1957). The Measurement of Meaning. University of Illinois Press

Salaberría, Ramón (1990). “La señalización de la biblioteca” En: Educación y biblioteca: Revista mensual de documentación y recursos didácticos, nº. 7

Sánchez Avillaneda, María del Rocío (2005). Señalética: conceptos y fundamentos, una aplicación a las bibliotecas. Argentina, Alfagrama

Solves Camallonga, Clara. (2007). Aplicación de la semántica de productos y la ingeniería Kansei en el ámbito del calzado. Análisis del factor geográfico. Trabajo de investigación

7. GLOSARIO

ANÁLISIS FACTORIAL (AF). Es un método multivalente que trata de explicar un conjunto de variables observadas a través de un número reducido de variables no observadas llamadas factores

CAPACIDAD PRODUCTIVA DEL MODELO (CPM).

DIAGRAMA DE AFINIDAD. Elimina los valores que expresan conceptos muy similares.

ELEMENTOS DE DISEÑO (ED). Son las características del producto que definen un determinado modelo.

ESCALAS LIKERT. Se compone de cinco elementos, donde los extremos corresponden a los términos del USR (Universo Semántico Reducido) y sus respectivas negaciones

ESPACIO SEMÁNTICO. Es un conjunto de adjetivos o términos con significados altamente correlacionados para extraer un conjunto de conceptos que sintetizan la información.

KANSEI. En japonés significa el sentimiento psicológico de un consumidor y la imagen que tiene con respecto a un producto: su tamaño, color, función, facilidad y precio, entre otros aspectos.

MÁXIMA CAPACIDAD DE PREDICCIÓN DEL SISTEMA (MCP)

REGLAS DE DISEÑO KANSEI. Son ecuaciones matemáticas que relacionan las características de diseño del producto con el conjunto de conceptos emocionales que constituyen el espacio semántico del producto.

REGRESIÓN LINEAL MÚLTIPLE. Identifica las categorías de diseño que tienen influencia en cada uno de los ejes semánticos, proporcionando los valores de los correspondientes coeficientes de la ecuación.

SEMÁNTICA DIFERENCIAL. Es la técnica empleada para medir la percepción emocional del usuario relativa a un producto.

SEÑALÉTICA. La señalética es la parte de la ciencia de la comunicación visual que estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y los comportamientos de los individuos. Al mismo tiempo, es la técnica que organiza y regula estas relaciones

UNIVERSO SEMÁNTICO INICIAL (USI). Recopilar una serie de términos que definan un producto.

**UNIVERSO SEMÁNTICO REDUCIDO (USR). Listado final de términos
elegidos**

8. ÍNDICES

8. 1. ÍNDICES DE FIGURAS

| | |
|--|-----------|
| Fig.1: Detalle de la colocación inadecuada del extintor en la 1ª Planta de difícil visualización | 38 |
| Fig. 2: Imagen de las taquillas | 39 |
| Fig. 3: Directorio de la Biblioteca | 40 |
| Fig. 4: Panel para avisos y anuncios | 41 |
| Fig.5: Carteles fotocopiados en la entrada principal de la biblioteca | 43 |
| Fig.6: Tablón de eventos en la entrada principal de la biblioteca | 44 |
| Fig.7: Directorio de la Biblioteca de Alderdi Eder en el País Vasco | 45 |
| Fig. 8: Rótulos de la CDU de la Sala de Préstamo | 46 |
| Fig. 9: Sala de Préstamo (Cartel CDU) | 47 |
| Fig. 10: Tablones zona Internet de la Biblioteca | 49 |
| Fig. 11: Fondo Local/Polivalente de la Biblioteca | 50 |
| Fig. 12: Cartel Sala de Ciencias | 51 |
| Fig. 13: Tablón de anuncios de la 2ª Planta | 52 |

8. 2. ÍNDICES DE TABLAS

| | |
|---|-----------|
| Tabla 1: Diferencias entre señalización y señalética (Fuente Joan Costa, CEAC, 1987) | 30 |
| Tabla 2: Respuesta afirmativa o negativa del usuario si desea ser atendido por ese punto de información | 62 |
| Tabla 3: Respuestas no contestadas del usuario si desea ser atendido por ese punto de información | 63 |

ANEXOS

Anexo 1



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

Imagen N°:



CUESTIONARIO

| | | | | | | | |
|----------------------------------|--------------|---------------------------------|--------------------------|---|--------------------------|---|--|
| HOMBRE: <input type="checkbox"/> | | MUJER: <input type="checkbox"/> | | EDAD: <input type="checkbox"/> 14-25 <input type="checkbox"/> 26-40 | | <input type="checkbox"/> 41-60 <input type="checkbox"/> más de 61 | |
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutro | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo | |
| Es un punto de información... | SOBRIO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | MODERNO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | LLAMATIVO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | VISTOSO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | DE CALIDAD | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ORIGINAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | TECNOLÓGICO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | FORMAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ATRACTIVO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ALEGRE | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | EXCLUSIVO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | SOSO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ACTUALIZADO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ELEGANTE | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | VANGUARDISTA | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | INTERESANTE | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ANTICUADO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | DIÁFANO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |

| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutro | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo |
|-------------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Es un punto de información... | CON INFRAESTRUCTURA | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | AMABLE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ACOGEDOR | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CERCANO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ORDENADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | PROFESIONAL | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | FRESCO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | FUNCIONAL | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CON PERSONALIDAD | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CON DINAMISMO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | RECARGADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | FRÍO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | VISIBLE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | SEÑALIZADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | SENCILLO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ACCESIBLE FÍSICAMENTE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | HIGIÉNICO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CÓMODO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CON COLORIDO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | LUMINOSO | <input type="checkbox"/> |

Me gustaría ser atendido en este servicio (punto de información)

SI

NO



CUESTIONARIO

| | | | | | | | |
|----------------------------------|-----------------------|---------------------------------|--------------------------|---|--------------------------|---|--|
| HOMBRE: <input type="checkbox"/> | | MUJER: <input type="checkbox"/> | | EDAD: <input type="checkbox"/> 14-25 <input type="checkbox"/> 26-40 | | <input type="checkbox"/> 41-60 <input type="checkbox"/> más de 61 | |
| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutro | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo | |
| Es un punto de información... | EXCLUSIVO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | TECNOLÓGICO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ACTUALIZADO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | SOSO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ATRACTIVO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | FORMAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | VANGUARDISTA | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | VISTOSO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | CON DINAMISMO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | SENCILLO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | CON PERSONALIDAD | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ACOGEDOR | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | SOBRIO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | CON COLORIDO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ACCESIBLE FÍSICAMENTE | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | FRÍO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | ALEGRE | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |
| Es un punto de información... | FUNCIONAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | |

| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutro | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo |
|-------------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Es un punto de información... | CÓMODO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | DIÁFANO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ANTICUADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ORIGINAL | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | AMABLE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | MODERNO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CERCANO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | INTERESANTE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ELEGANTE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ORDENADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | SEÑALIZADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | DE CALIDAD | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | RECARGADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | HIGIÉNICO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | PROFESIONAL | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | FRESCO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | VISIBLE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CON INFRAESTRUCTURA | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | LLAMATIVO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | LUMINOSO | <input type="checkbox"/> |

Me gustaría ser atendido en este servicio (punto de información)

SI

NO



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA

Imagen N°:



CUESTIONARIO

HOMBRE: MUJER: EDAD: 14-25 26-40
 41-60 más de 61

| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutro | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo |
|-------------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Es un punto de información... | ELEGANTE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | FUNCIONAL | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ANTICUADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | AMABLE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | DIÁFANO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | SOSO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | DE CALIDAD | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ACCESIBLE FÍSICAMENTE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ORIGINAL | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | TECNOLÓGICO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | SEÑALIZADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | LLAMATIVO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | VANGUARDISTA | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | PROFESIONAL | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | MODERNO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | FRESCO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ACOGEDOR | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CON COLORIDO | <input type="checkbox"/> |

| | | Totalmente de acuerdo | De acuerdo | Neutro | En desacuerdo | Totalmente en desacuerdo |
|-------------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Es un punto de información... | EXCLUSIVO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ORDENADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | RECARGADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | VISTOSO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ATRACTIVO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ACTUALIZADO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | FRÍO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | SENCILLO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | ALEGRE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | INTERESANTE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | VISIBLE | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | HIGIÉNICO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CERCANO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CON DINAMISMO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CÓMODO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | LUMINOSO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | SOBRIO | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CON PERSONALIDAD | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | FORMAL | <input type="checkbox"/> |
| Es un punto de información... | CON INFRAESTRUCTURA | <input type="checkbox"/> |

Me gustaría ser atendido en este servicio (punto de información)

SI

NO

Anexo 2













11



12



13



14



15