

DE LA INFORMATIBILIDAD. EN TORNO A NUESTRO RÉGIMEN INFORMACIONAL Y SUS MUTACIONES

Alberto Pacheco Benites.

Docente investigador de UCAL

RESUMEN

El texto propone, en primer lugar, delinear el concepto de *Régimen informacional*, definido como el conjunto de prácticas, lógicas y dinámicas que las sociedades despliegan con respecto a su gestión y manejo de la información. A partir de ello, se propone cuál es la perspectiva de abordaje que dicho concepto ha de suponer. En segundo lugar, se presentan los rasgos de nuestro *régimen informacional* y cómo ellos suponen también una mutación en la propia noción de *información*.

Palabras claves: *información, tecnología digital, medios, régimen informacional, informatibilidad.*

ABSTRACT

This essay delineates, on one hand, the concept of Informational Regime, defined as the set of practices, logics and dynamics that societies deploy in relation to their information and the way they operate and relate with it. From this, the paper recommends a perspective to approach and study this concept. On the other hand, the essay approaches the traits of our Informational Regime and how they suppose a mutation in the very notion of information.

Keywords: *Information, digital technology, media, informational regime, informatibility.*

INTRODUCCIÓN

Los cambios mediáticos se dan en paralelo a cambios en las prácticas y en el modo en que los usuarios se relacionan y operan con la *información*. Finalmente, la dimensión de lo mediático se corresponde con el conjunto de dinámicas y lógicas que una sociedad despliega en razón de la información que produce, consume, hace circular, preserva o transmite.

Dicho conjunto de *prácticas, dinámicas y lógicas* son determinantes para el funcionamiento de lo social, ya que están en la base –sobre todo en nuestro tiempo– de casi la totalidad de aspectos que componen los intercambios y relaciones humanas. Y es que prácticamente ninguna interacción social puede entenderse sin considerar la mediación tecnológica de lo comunicacional y sus implicancias en el modo en que los sujetos operan con la información que circula a través de sus soportes.

De allí que, en cierto modo, los sujetos/usuarios de la información –criados al amparo de las *prácticas, lógicas y dinámicas informacionales* de su tiempo– están circunscritos o «sometidos» a las mismas. Es por ello que se propone la idea de entenderlas como configurando un *Régimen informacional*. Estas les son «impuestas suavemente» y de forma transparente, pues hacen parte de las operaciones que debe llevar a cabo, en aras de poder inscribirse en el intercambio informacional propio de su tiempo.

Así, lo que se propone en estas líneas es plantear las implicancias de tal concepto, además del tipo de abordaje que este demandaría. Asimismo, se presentan los rasgos de nuestro *régimen informacional* y los efectos que este tiene sobre la propia *información*.

REGÍMENES E INFORMACIÓN / MUTACIÓN Y METODOLOGÍA

Tal como se ha señalado, los diversos órdenes sociales configurarían un *régimen informacional* en torno a lo que supone su gestión de la información y las operaciones que se despliegan con respecto a ella. Dicho de otro modo, un *régimen informacional* se constituye por todas las prácticas, dinámicas y lógicas que se vuelven hegemónicas en una sociedad con respecto a su manejo de la información. Esto, principalmente, con relación a dos aspectos centrales: las formas de *transmisión* y las formas de *almacenamiento* de la información.

Así, diversos *regímenes informacionales* se habrían delineado a lo largo del tiempo con cada transformación en las *praxis* de la información configuradas a partir de cada nuevo medio. De este modo, por ejemplo, ocurrió con la linealidad y consecuencialidad en el pensamiento, devenida de la introducción de la escritura alfabética (Cfr. McLuhan, 1996, p.99-105). De forma similar, aconteció con la temprana consolidación otorgada a la representación de la imagen en movimiento –desde el entusiasmo positivista propio del tiempo en que surgió– como una supuesta forma de representación «más fehaciente» o «más verdadera» del mundo, hasta la posterior constitución de su propio lenguaje, configurando un nuevo *modo de representación* (Burch, 1987. p. 17). También así, la lógica del salto y la estimulación constante y fragmentada, propia de las lógicas del *zapping* a partir del surgimiento del control remoto, en el marco de lo televisivo como eje mediático de la segunda mitad del Siglo XX (Cfr. Sarlo, 2004; Abruzzese

y Miconi, 2002), que surgen como antesala de uno de los rasgos esenciales del consumo informativo en el contexto digital. Se trata solo de algunos ejemplos, entre muchos otros que podrían traerse a colación en relación a las operaciones y lógicas que componen los diversos *regímenes informacionales*, «instaurados» como correlato de los cambios mediáticos.

Pues bien, las operaciones que despliega una sociedad, en cuanto a sus modos de *transmitir* y *almacenar* información, van a (re) configurar todo el espectro que va desde las formas en que se constituyen las *subjetivaciones* de los sujetos hasta las diversas *formas de representación* que va a establecer una cultura. Ello, partiendo de la base de que es precisamente la *información* la que supone el eje de procesos tan complejos como: la *construcción del conocimiento* (tanto en una forma institucional como espontánea), la forma en la que se construyen las *relaciones interpersonales* (sustentadas cada vez más sobre la tarima de un escenario mediático) e incluso los modos en los que se registra, se guarda y se preserva la *memoria de lo social* (a partir de las lógicas del almacenamiento y también de las lógicas y lenguajes con que se construyen los relatos y discursos).

Cuando se piensa, pues, en lo que implica un *régimen informacional*, se hace referencia a esa dimensión de lógicas que afectan la manera en la que una sociedad va *almacenar* y *transmitir* información, que a su vez es «materia prima» y protagonista de procesos tan medulares como los referidos. De allí que, circunscritos como nos encontramos a un contexto tan rápidamente cambiante y con fenómenos extremos y veloces gestándose y deshaciéndose a gran velocidad en el entorno mediático, el estudio de los rasgos de nuestro *régimen* deba obedecer más a una mirada descriptiva, que busque *acompañar* e *iluminar* los vericuetos del fenómeno, en lugar de (tratar de) explicarlo o analizarlo con mediciones que (lo más probable) se volverán obsoletas para el momento de su procesamiento.

Tampoco es lo más acertado realizar la búsqueda de una casuística explicativa, relacionada con las dinámicas propias del *régimen informacional* actual, cuando, más que a las causas, estamos sometidos al sinfín de innumerables *efectos* y *desbordes* que se despliegan día a día y en todos los escenarios. De allí que el énfasis recaiga, desde la perspectiva que aquí se levanta, en realizar esa suerte de mapeo de las implicancias de este *régimen*, es decir, en establecer una mirada más bien «cartográfica», si se quiere llamarla de algún modo, a través de la cual se dé cuenta del(os) fenómeno(s) que comprende la constitución de nuestro *régimen informacional* actual, atendiendo sus rasgos, sus desbordes y rupturas, sus funcionamientos, sus dinámicas. Casi en la línea de lo que proponía el escritor búlgaro Elias Canetti en razón de que quien escribe funciona casi como un «guardián de las metamorfosis» (Canetti, 1981, p.358).

Perseguir las prácticas, dinámicas y lógicas de nuestro *régimen informacional*, llevando a cabo el trazado de un mapa (un croquis, más bien) de sus rupturas y desbordes. Esa es la labor necesaria. En tal sentido, la noción de *mutación* se presenta como aquella más acertada para describir implicancias y transformaciones propias de este fenómeno. Mientras la noción de *variación* puede reposar de un lado demasiado superficial y escaso; mientras, por otro lado, la noción de *cambio* parece haber sido recapturada desde una programática propositiva, política y hasta mercadológica (traducida y reducida en el slogan de «lo único constante es el cambio», quitándole así todo el potencial); mientras la noción de evolución supone hoy en día un sentido que de algún modo implica una idea de crecimiento, desarrollo o progreso, mientras todas esas nociones no reflejan lo veloces, erráticas, dispersas y poco aprehensibles que puede ser las variaciones más recientes del escenario comunicativo, la noción de *mutación* se presenta como adecuada precisamente por implicar estos sentidos.

De modo que, en buena cuenta, estudiar las dinámicas y lógicas que los usuarios/sujetos van a desplegar con respecto a sus modos de almacenar y transmitir información, es decir, estudiar el *régimen informacional* que se constituye a partir de las prácticas de la sociedad, respecto a su información, implica esa «cartografía» de las mutaciones que se gestan de forma cotidiana. Dar cuenta, por vía de la descripción como ejercicio reflexivo y de escritura, las honduras, superficies y relieves de estos fenómenos para acompañarlos, más que buscar aquietarlos desde un afán metodológico restrictivo. Ser «guardián» de esas mutaciones, por vía de la escritura.

NUESTRO RÉGIMEN / FLUJO Y PÉRDIDA DE INFORMATIBILIDAD

Hubo un tiempo en el que *poder acceder* a la información suponía, en sí, algún tipo de ventaja, diferencial e, incluso, estatus. Más aún, si el sujeto, además, se había *apropiado* de dicha información, si la había memorizado de alguna manera y la integraba sus saberes. Digamos, la *profundidad*, la *posesión/apropiación* y una *relación a largo plazo* con la información eran características de los *regímenes informacionales* propios de otro tiempo. Pero –se desbordan los efectos– ya no es nuestro caso.

En nuestro *régimen*, en cambio, la primacía de las operaciones que realizan los sujetos recae del lado de la *conexión*, el *flujo* y la *inmediatez*. Nos hallamos en un contexto en el que las operaciones anteriores parecieran, más bien, un tanto «lentas» y obsoletas, de cara a la facilidad y constancia de acceso que todos los gadgets que nos rodean parecen imponer como norma generalizada. Lo cierto es que, en nuestro tiempo, lo que pareciera casi evidente es que toda la información está disponible todo el tiempo y en todas partes. O, al menos, se pretende que así sea. O, en todo caso, es lo que innumerables campañas de publicidad, de cierta programática política o de un entusiasmo educativo naif pro-digital, postulan

todo el tiempo. Se trata de un culto a dicha percepción de la *ubicuidad* en la información. Nuestro *régimen informacional* es, pues, un *régimen de la ubicuidad* de la información. Las dos bases sobre las que se sustenta son la *saturación de la información* y la *velocidad de la información*.

Es decir que *hay demasiada información* y que esta *circula a velocidades inéditas* en la historia de nuestra cultura. En razón de lo primero, ha sido el filósofo Jean Baudrillard quien quizá ha dado cuenta de forma más precisa con respecto a este rasgo de nuestra sociedad, desde hace ya algunas décadas. Desde su mirada en torno a esa estrategia fatal del sistema de crecer hasta el punto de su anulación con una lógica hipertélica (crecimiento hasta la inutilidad) o metastásica (como en el cáncer, de esparción hasta su propia destrucción), Baudrillard plantea a modo de analogía que nuestra cultura es la de una *acumulación desbordada*, que termina por deshacer el sentido y las lógicas que sostenían (Cfr. Baudrillard, 2000, p. 25-74). Así, respecto a la información, el autor indica que estamos en un contexto en el que el sujeto cuenta con demasiada información (un verdadero *exceso de accesos*) que tendría como correlato una «saturación inoperante», una neutralización del sujeto a razón de estar *saturado* con demasiada información. En palabras de Baudrillard: «hoy el medio más seguro para neutralizar a alguien no es el de saberlo todo sobre él, sino el de darle los medios para saber todo sobre todo» (1990, p.27-36). Nada más eficiente para la inoperatividad que brindarle al sujeto demasiado para operar, que desbordarlo, que fascinarlo a razón de una apertura (demasiado) generalizada. Qué hacemos, pues, con los millones de resultados que nos puede arrojar Google con respecto a un tema en décimas de segundo. Es demasiado para entender, para poseer, para procesar. Ese nivel de acceso, además, disponible desde prácticamente cualquier parte. Nuestro terminal de acceso en el bolsillo todo el tiempo, sin posibilidad alguna de desconexión.

A esta *saturación* desbordada se aúna la noción de una velocidad sin precedentes. Toda esta apertura de información, además, circula a una *velocidad* que ha posibilitado nuestra tecnología y que no tiene precedentes en nuestra cultura. En esa línea, toda la obra del filósofo Paul Virilio, ha dado cuenta clara de las lógicas y efectos que supone dicha velocidad gestada en el corazón de los efectos de lo mediático. Para el autor, la comunicación digital contemporánea, basada en la posibilidad de transmitir de forma instantánea, implica el alcance de una «velocidad absoluta» de los intercambios, contexto en el que el «tiempo real» como indicador de un presente preso del instante que se extingue, redibuja la propia relación con el tiempo o la presencia (cfr. Virilio, 1999, p. 13-40). Al amparo de esta *aceleración total*, de esta *velocidad absoluta*, la *inmediatez* se emplaza en lugar de la *reflexión* o la *posesión* en relación a la información. Asimismo, la inmanencia en lugar de la *duración*. Todo se somete a la duración del instante, a la estabilidad del vínculo y de la estimulación que la velocidad de transmisión supone.

De modo que en el contexto de nuestro régimen informacional, el sujeto estaría circunscrito en las dinámicas de la *saturación* y la *velocidad*, propulsadas por los medios digitales y sus lógicas. Expuesto a un exceso de información y de accesos que se instauran a velocidades inconmensurables, terminaría más fascinado con la capacidad de comunicar que preocupado por lo que va a comunicar en sí.

Así, pues –y en la línea de algo que también se mencionaba anteriormente–, ante tanta información disponible y ante su circulación tan veloz, las operaciones como la posesión o la profundización parecieran revelarse como inadecuadas. «Caer» en la profundidad o «detenernos» en la posesión, se convertiría, hoy por hoy, en una suerte de interrupción o «ruido» con respecto a las prácticas que son las más preponderantes en el entorno digital. Mientras en *régimenes informacionales* anteriores, lo primero que hacía el usuario estándar frente a información que le resultara relevante era *profundizar* en ella o intentar aprehenderla y *hacerla suya* de alguna manera, hoy, en cambio, la primera operación es *compartirla* o acceder a información que se relacione –que esté *vinculada*– a ello (para también *compartirla*, claro). Así, las lógicas del usuario resonarían, en nuestro *régimen informacional*, con las de constituir unos constantes «zappeadores», que saltan todo el tiempo, ya no dentro de un mismo soporte, sino entre soportes y entre tipos de relato y contenido. *Su clave es el salto*. Asimismo, la otra figura que describiría al usuario actual es de ser un «dealer», alguien que reparte, que tranza, que hace fluir los contenidos. *Su clave es la circulación*.

Y es precisamente esa *primacía del flujo* lo que se constituye como el norte principal de este régimen de la ubicuidad. Mientras más fluye (más se conecte, más circule, más se comparta) la información, más legitimada está por nuestra cultura. Fue así como se instituyó la lógica que haría de Google el modelo de buscador por excelencia (Cfr. Baricco, 2008, p. 95-120) y es así como, hoy, «lo viral» se presenta como el objetivo de toda información que se pretenda denominar relevante hoy en día. Es así, también, como el usuario mide el eco social de su experiencia, a través de la cantidad de «rebotes» o «likes» que pueda alcanzar su propia y anodina cotidianidad traducida en información. Es así como cada vez surgen un mayor número (cada vez más rentables para las marcas y el mercado) de los denominados *influencers*, cuyo gran «capital» hoy es la cantidad de *flujo de información* que promueven y propulsa mediante la cantidad de seguidores que poseen, con los que comparten imágenes y contenido diverso.

Se trata de un *éxtasis del flujo*, una fascinación generalizada por la capacidad de convertirlo todo a información y hacerlo circular en las velocidades desmesuradas de nuestros medios y nuestra cultura. Mientras más circule determinada información, más validado y legitimado está en el marco de nuestro *régimen informacional*. Cabe pensar, si no, en lo que ocurre con los *alternative facts* y las *fake news*, el territorio de la posverdad. Lo que hace que dichos contenidos puedan reemplazar los criterios de veracidad que

otrora se adjudicaban a los contenidos es precisamente que los usuarios que los *comparten* y *circulan* encuentran como respaldo y validación de dicha información precisamente la cantidad de flujos que ya arrastran. Por decirlo de otro modo, para muchos de los usuarios, la lógica seguiría el siguiente razonamiento: «si esto ya ha circulado tanto, ha de ser cierto y vale la pena contribuir a su circulación». Al final, se trata de un rasgo del régimen informacional al que están sometidos, todos sus usos y experiencia mediática ha sugerido, en el contexto del paradigma digital, que tal es la operación por excelencia respecto a lo informativo. Culto a «lo viral», lo abierto y «lo compartido» a través del *flujo* como operación comunicacional por excelencia.

Ahora bien, esta lógica no solo hace eco en las praxis de los sujetos. Este *régimen informacional* de la *ubicuidad* de la información, basado en la *saturación* y la *velocidad*, y cuyo eje central es el *flujo* de dicha *información*, también va a reconfigurar el valor que esta tiene.

Valga, en este punto, hacer una necesaria distinción: no se hace referencia con ello al *valor económico*, ni al *valor del contenido* ni mucho menos al *valor en términos axiológicos*. Si bien el valor económico de la información ha mutado con el tiempo, no es de esa mutación a la que se alude aquí. Vaga decir, incluso, que nuestro *régimen* probablemente atestigüe un contexto en el que este valor es mucho más alto que en otro contexto y que hoy más que nunca la información constituye un componente medular de las lógicas del mercado. *El valor del contenido*, por su parte, corresponderá a los usos de cada individuo, en razón de sus búsquedas e intereses. Y es que, claro, si bien un rasgo del *régimen* es la *saturación inoperante* de la que se ha dado cuenta, lo cierto es que sí hay, en el mar de información on-line, contenido que pueda resultarle valioso al usuario para sus búsquedas y que opere sobre él. La *saturación* es, pues, rasgo del régimen como tal, como aparato cultural. Asimismo, el *valor axiológico*, es decir, el que corresponde a los «valores» que hay (o no) en cierta información también corresponderá a las lecturas que de dicho contenido se levanten a partir de las perspectivas y posiciones del usuario.

El valor que muta directamente el régimen informacional y la naturaleza de sus operaciones es, en cambio, el *valor-como-objeto* de la información, denominado aquí como *informatibilidad*. Es sobre este valor, sustentado en los accesos posibles a la información y en el tipo de operaciones que se ejecutan con ella, que el *régimen informacional* resulta determinante. No es posible pretender no acusar un impacto

en dicho valor de la información cuando el sujeto ha tenido que pasar la necesidad imperiosa de memorizar o de adquirir y poseer la información o sus soporte a –todo lo contrario– contar con una accesibilidad desbordada y desmedida en todo momento. Ello, mediante el mínimo esfuerzo de interactuar con una pantalla siempre presente. No es el mismo *valor-como-objeto*. Los niveles de inaccesibilidad informativa, propios de los regímenes informacionales anteriores, configuraban una *informatibilidad* relativamente alta para la información que circulaba. Poder acceder era, en términos generales, algo que suponía dificultad y que garantizaba ventajas. No más³⁶.

REFERENCIAS

- Abruzzese, A. y Miconi, A. (2002). *Zapping. Sociología de la experiencia televisiva*. Madrid: Editorial Cátedra
- Baricco, A. (2008). *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Editorial Anagrama
- Baudrillard, J. (1990). «Videósfera y Sujeto Fractal». En: Abruzzese, A. (ed.). *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid: Editorial Cátedra
- Baudrillard, J. (2000). *Las estrategias fatales* (6.a ed.). Barcelona: Editorial Anagrama
- Burch, N. (1987). *El tragaluz del infinito*. Madrid: Editorial Cátedra
- Canetti, E. (1981). *La conciencia de las palabras*. México D.F.: FCE
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios hoy. Las extensiones del ser humano*. Buenos Aires: Editorial Paidós
- Sarlo, B. (2004). *Escenas de la vida posmoderna*. Buenos Aires: Seix Barral
- Virilio, P. (1999). *El ciber mundo, la política de lo peor* (2.a ed.). Madrid: Editorial Cátedra

36 Si bien –obviamente– no es que, hoy por hoy, el acceso a internet esté absolutamente generalizado en todo el mundo y que todos los seres humanos contemos con el mismo grado de acceso a la red, lo cierto es que tal es la búsqueda. En tal sentido, la experiencia del proyecto *My Line* de Google, lanzado en el primer semestre de 2018 da cuenta de ello, llevando la posibilidad de acceder al buscador a poblaciones rurales sin acceso a internet, a través de una línea telefónica y con la ayuda de inteligencia artificial. Por otro lado, lo que se enfatiza aquí es que, en términos generales y mayoritarios, la apertura a nivel usuario de la información, a través del paradigma digital y de conectividad no tiene comparación con ninguna de las aperturas informativas anteriores en otros *regímenes*. Vaga decir, además, que el *régimen informacional* precisamente circunscribe a los usuarios cuyas subjetivaciones se desarrollan al amparo de estas prácticas mediáticas que les son impuestas.

PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN FORMATIVA: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este número le ofrecemos nueve proyectos de investigación planteados por los estudiantes en la experiencia curricular de Metodología de la Investigación, como evidencia del desarrollo de la investigación formativa. Corresponde a los mejores trabajos presentados al finalizar el ciclo académico 2017-II y 2018-I.

Relación de proyectos de investigación

I. Docente metodológico: Andrés Salazar Barbagelata

Proyectos de investigación de sus estudiantes de Metodología de la Investigación:

a) *Cristina Guinea Ordoñez: estudiante de la carrera de Comunicación*

Factores que conllevan a la decisión de compra de joyería alternativa en mujeres de 25 a 35 años de edad pertenecientes al NSE AB que residen en el distrito de Miraflores en Lima Metropolitana, año 2018.

La presente investigación revela aquellos factores que influyen en la decisión de compra de joyería alternativa para el público femenino entre los 25 a 35 años dentro del distrito de Miraflores. El enfoque de la investigación es cualitativo, modelo básico, de diseño no experimental y de corte transversal. La población de estudio es de 55 mujeres dentro del rango de edad indicado con anterioridad.

b) *María Fernanda Castañeda: estudiante de la carrera de Comunicación*

La trascendencia de los textiles andinos ancestrales en el desarrollo de los artesanos de la comunidad "Away" en Chincheros, Cusco año 2017.

El proyecto presentado es una investigación de tipo aplicada y con un diseño cualitativo, que responde a la problemática de: ¿Cuál es la relación entre el legado de los textiles ancestrales y el desarrollo de los artesanos de la comunidad Away en la localidad de Chincheros (Cusco)? En la actualidad el Perú se encuentra entre los países latinoamericanos con más diferencia social y económica de sus habitantes, lo que deriva en una falta de identidad con el pasado inmediato o lejano, falta de patriotismo e identidad nacional relacionada con una carencia de interés en la riqueza y biodiversidad propia. La investigación busca realzar y evidenciar el gran potencial que tienen las técnicas artesanales ancestrales andinas, especialmente en lo textil de la comunidad a estudiar.

II. Docente metodológico: Christian Ayuni

Proyectos de investigación de sus estudiantes de Metodología de la Investigación:

c) *Daniela Berríos Campos: estudiante de la Carrera de Comunicación*

La Renovación de la identidad visual corporativa de Bambos en Lima, Perú, desde su modificación en el 2015 hasta la actualidad y su impacto en el público millennial limeño.

La investigación muestra aquellas consideraciones que intervinieron en el rediseño de la identidad visual corporativa de la marca Bambos por parte de la consultora de branding Infinito. El enfoque que se presenta en dicho estudio es cualitativo, de tipo básico, de diseño no experimental (pues no existe manipulación de variables dentro del estudio) y de corte transversal.

III. Docente metodológico: Kate O'Connor

Proyectos de investigación de sus estudiantes de Metodología de la Investigación:

d) *Miriam Blanco y Cristina Béjar: estudiantes de la carrera de Comunicación*

Circuitos de producción, comercialización y exhibición audiovisual. Trabajo que resulta de la problemática existente en la distribución de películas peruanas independientes. Determinarán las autoras aquellos factores que intervienen en el proceso de distribución y aquello que puede estar dificultando la exhibición y venta de películas.

El enfoque de la investigación es cuantitativo, de diseño no experimental y de corte transversal.

IV. Docente metodológico: Jesús Crisólogo

Proyectos de investigación de sus estudiantes de Metodología de la Investigación:

e) *Juan Andrés Corrales Vela: estudiante de la carrera de Comunicación*

Consumo de la animación estadounidense por los jóvenes de 16 a 25 años del distrito de La Molina en 2017

La animación es un arte que está en la historia desde hace mucho tiempo. Es el arte de crear movimiento con múltiples dibujos hechos con las manos dándoles vida y un discurso propio.

La animación es conocida por ser uno de los medios donde más se puede resaltar la creatividad debido a la libertad de escenarios que presenta y dicha creatividad lleva a que sea uno de los medios más interesantes mediante los cuales podemos transmitir emociones, mensajes y sentimientos.

Esta investigación de tipo descriptiva, analizará a un grupo de estudio y buscará determinar cuáles son las razones por las cuales los jóvenes entre 16 a 25 años residentes en La Molina prefieren consumir animación estadounidense.

V. Docente metodológico: Carlos Delgado

Proyectos de investigación de sus estudiantes de Metodología de la Investigación:

e) *Milagros Pillaca Quispe: estudiante de la carrera de Comunicación*

La influencia de las estrategias publicitarias de Inca kola en la formación de la concepción de identidad peruana en los jóvenes universitarios de UCAL en la actualidad.

La investigación responde a una problemática que se evidencia a través de una serie de debilidades que repercuten la concepción de la identidad peruana. Inca Kola es una marca cargada de historia y patriotismo, por ello que es motivo de estudio.

Mediante el presente estudio se busca determinar la influencia de las estrategias publicitarias de Inca Kola en la formación de la concepción de identidad peruana en jóvenes universitarios de UCAL.

La investigación es del tipo aplicada, con enfoque cuantitativo, presenta además un diseño no experimental y su diseño es de tipo correlacional causal pues muestra la influencia de una variable sobre otra.

VI. Docente metodológico: Alberto Gamboa

Proyectos de investigación de sus estudiantes de Metodología de la Investigación:

f) *Grecia Regina Soto Peláez: estudiante de la carrera de Comunicación*

Nivel de conservación de la madera en fachadas exteriores de los restaurantes en la Bajada de baños en Barranco.

La investigación busca demostrar cuál es el comportamiento de la madera de los exteriores de algunos restaurantes del distrito mencionado, así como también cuáles son los estados de conservación, así como también

cómo es su proceso degenerativo tras el paso del tiempo. El enfoque de la investigación fue de tipo cuantitativo.

g) *Kenny Sánchez Agurto: estudiante de la carrera de Comunicación*

Análisis comparativo de Eficiencia estructural en las propuestas de los finalistas para la ampliación de la Nueva Ala de Arte del MALI, 2016.

La investigación de tipo cualitativo-deductivo es resultante del proceso comparativo y el posterior análisis del diseño estructural de los proyectos finalistas del concurso para la ampliación del Museo de Arte de Lima (MALI). A través de la revisión de los proyectos mediante una ficha de análisis, el autor determinará cuál es el mejor diseño estructural para conocer el tipo de estructura más eficiente a partir del contexto y la forma.

VII. Docente metodológico: Doraliza Olivera

Proyectos de investigación de sus estudiantes de Metodología de la Investigación:

h) *Roque Glenni y María Cristina Menacho: estudiantes de la carrera de Comunicación*

El tratamiento verde en las azoteas de la Arquitectura Privada Limeña en la actualidad.

El presente estudio cualitativo inductivo, de tipo básica, naturaleza descriptiva, de corte no experimental y transversal responde a la problemática que evidencian aquellas debilidades que se presentan en las cubiertas superiores de los edificios en la ciudad de Lima.

Se analizan tres azoteas que servirán de objeto de estudio donde a través de la entrevista y la observación, se buscará concluir en la importancia del tratamiento de dichos espacios.

i) *Aarón Ferrer Rodríguez: estudiante de la carrera de Comunicación*

Museografía y materialidad de la Arquitectura interior del Museo de Arte de Lima en la actualidad.

El Museo de Arte de Lima (MALI) es un edificio cultural inaugurado en 1961 y el esquema museográfico ha quedado en estos tiempos, en obsolescencia. La presente investigación busca responder a la problemática que presenta actualmente: Repercutir en la asistencia a sus salas de exhibición que han sido mermadas en gran cantidad.

La investigación de tipo básica, de naturaleza descriptiva

y correlacional medirá el grado de relación entre las variables museografía y materialidad del MALI. Según su finalidad es de tipo básica además de no experimental pues no se considera la manipulación de variables.

VIII. Docente metodológico: María del Carmen Llontop

Proyectos de investigación de sus estudiantes de Metodología de la Investigación:

j) Carlos Rodríguez Banda: estudiante de la carrera de Comunicación

El análisis del impacto de las estrategias socioculturales de especialistas en Arquitectura en el espacio personal del ciudadano de los distritos de Lima Metropolitana en el contexto actual.

La investigación responde a una problemática que hasta el día de hoy subsiste: La falta de integración entre el ciudadano y su espacio personal (físico y mental), producto de una desarticulación generada por la idiosincrasia y estrategias socioculturales que muchas veces se plantean con el fin de mejorar la sociedad, pero que en resultados visibles queden vacías o poco continuas de la idea primaria.

La debilidad de los proyectos arquitectónicos que integran a la sociedad es la falta de identidad, sensibilidad y una brecha grande entre las propuestas y los ciudadanos pues los proyectos planteados no analizan las tipologías propias del espacio cultural, los estilos de vida, las formas de relación y el proceso de transformación que se dan a lo largo del desarrollo de la sociedad.