

UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS

Fundada en 1551

FACULTAD DE LETRAS Y CIENCIAS HUMANAS

E. A. P. BIBLIOTECOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



Tesis

Digitales UNMSM

**“ACCESIBILIDAD AL LIBRO Y LA CULTURA DE LA LECTURA EN EL
DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO”**

TESIS

Para optar el Título Profesional de Licenciada en:

BIBLIOTECOLOGÍA Y CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

AUTORA

ROSA ELENA PALACIOS SILVA

**LIMA – PERÚ
2003**

*A mi familia por su gran apoyo
pero en especial a mi mamá: Yolanda,
el mejor regalo que pudo darme Dios...Gracias*

*Mi eterno agradecimiento
a Ludy por su incondicional ayuda
a Luis Alberto por su infinita paciencia
y a José Luis Rivera por su valiosísimo apoyo*

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- 1.1. El problema de la investigación
 - 1.1.1. Descripción del problema
- 1.2. Definición del problema
- 1.3. Significatividad de la investigación
- 1.4. Objetivos de la investigación

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

- 2.1. Antecedentes de la investigación
- 2.2. Bases Teóricas
 - 2.2.1. Surgimiento del término cultura
 - 2.2.2. Significado de cultura
 - 2.2.3. Elementos de la cultura
 - 2.2.4. Cultura popular: cultura “chicha”
 - 2.2.5. La cultura de la lectura
 - 2.2.6. El libro
- 2.3. Definición de términos

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

- 3.1. Hipótesis
- 3.2. Variables
- 3.3. Indicadores

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

- 4.1. Metodología empleada
- 4.2. Población y muestra
- 4.3. Instrumentos de recolección de datos
- 4.4. Validez y confiabilidad de la muestra

CAPÍTULO V: ANALISIS DE LOS RESULTADOS

- 5.1. Presentación
- 5.2. Factores sociales
- 5.3. Factores económicos
- 5.4. Factores culturales
- 5.5. Verificación de hipótesis

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

INDICE DE ANEXOS

- ANEXO N° 01: San Juan de Lurigancho: nivel educativo
- ANEXO N° 02: Clasificaciones socioeconómicas en el Perú
- ANEXO N° 03: Plano estratificado del distrito de San Juan de Lurigancho a nivel de manzanas según estratos socio económicos de hogares (INEI)
- ANEXO N° 04: Modelo encuesta aplicada
- ANEXO N° 05: Encuesta piloto
- ANEXO N° 06: Cálculo del Chi cuadrado de la composición de la muestra por género y edad
- ANEXO N° 07: Ingreso familiar mensual promedio - Año 2000

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01:	Perfil del NSE. B
Cuadro N° 02:	Perfil del NSE. C
Cuadro N° 03:	Agrupación de las definiciones de cultura
Cuadro N° 04:	Producción de títulos y ejemplares por subsector editorial / 1996
Cuadro N° 05:	Producción de títulos por clasificación temática / 1996
Cuadro N° 06:	Venta de ejemplares por canales de comercialización / 1996
Cuadro N° 07:	Variables e indicadores
Cuadro N° 08:	Composición por género y edad
Cuadro N° 09:	Grado de instrucción
Cuadro N° 09.1:	Situación de la población con educación superior
Cuadro N° 09.2:	Segmento poblacional por género con estudios superiores
Cuadro N° 10:	Ingreso familiar mensual (Nuevos soles)
Cuadro N° 11:	Tenencia de artefactos
Cuadro N° 12:	Luego de satisfacer las necesidades básicas prefiere adquirir
Cuadro N° 13:	Actividad en los ratos libres
Cuadro N° 14:	Razón por la cual lee
Cuadro N° 15:	Lectura en los últimos seis meses
Cuadro N° 16:	Preferencia en la lectura
Cuadro N° 17:	Periódico que compra o lee
Cuadro N° 18:	Temas de lectura preferida
Cuadro N° 19:	Periodicidad en la compra de periódico

Cuadro N° 20:	Frecuencia de compra de libro
Cuadro N° 21:	Cantidad de libros comprados en los últimos 6 meses
Cuadro N° 22:	Lugar de compra del libro
Cuadro N° 23:	Persona que lee más en la familia
Cuadro N° 24:	Cantidad de libros en casa
Cuadro N° 25:	Tipo de libros en casa
Cuadro N° 26:	Frecuencia de lectura de un libro
Cuadro N° 27:	Acción para leer un libro
Cuadro N° 28:	Adquisición de copias de libros (libros piratas)
Cuadro N° 29:	Justificación a la compra copias
Cuadro N° 30:	Uso de fotocopias
Cuadro N° 31:	Opinión sobre la piratería de libros
Cuadro N° 32:	Acceso a Internet
Cuadro N° 33:	Internet como herramienta básica
Cuadro N° 34:	Lectura en formato electrónico
Cuadro N° 35:	Modo de preferencia al leer una obra
Cuadro N° 36:	Cuadro de comprobación de hipótesis
Cuadro N° 37:	Matriz de consistencia metodológica

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01:	Interrelaciones de los niveles de análisis ecológico, cultura y social
Gráfico N° 02:	Ambiente de la cultura de la lectura
Gráfico N° 03:	Luego de satisfacer las necesidades básicas prefiere adquirir

- Gráfico N° 04: Temas de lectura preferidas por el encuestado
- Gráfico N° 05: Periodicidad en la compra de periódico
- Gráfico N° 06: Lugar de compra del libro
- Gráfico N° 07: Persona que lee más en la familia
- Gráfico N° 08: Cantidad de libros en casa del encuestado
- Gráfico N° 09: Justificación de la compra de copias
- Gráfico N° 10: Uso de fotocopias de libros
- Gráfico N° 11: Acceso a internet

INTRODUCCIÓN

La presente investigación, titulada: “ACCESIBILIDAD AL LIBRO Y LA CULTURA DE LA LECTURA EN EL DISTRITO DE SAN JUAN DE LURIGANCHO”, parte de la inquietud por conocer cómo se da la accesibilidad al libro y cuáles son los hábitos de preferencia de lectura en el distrito más poblado del país: San Juan de Lurigancho, caracterizado por estar signado en la pobreza y contar con alto un índice de necesidades insatisfechas.

La población del distrito de San Juan de Lurigancho, debido a sus limitaciones económicas; posterga la adquisición de libros, solventando sus necesidades de lectura con copias de libros o mediante la lectura de los denominados “diarios chicha”; es decir, que la cultura de la lectura en este distrito está trastocada por las limitaciones en el acceso al libro lo cual afecta la sensibilidad del individuo al no querer mejorar su calidad de vida, no cultivar su espíritu o no desarrollar nuevos conocimientos que le permitan ser más competitivos en esta era globalizada. De allí que el problema quede definido en la siguiente pregunta: ¿Qué factores inciden en la accesibilidad al libro y la cultura de la lectura en los niveles socioeconómicos B y C del distrito de San Juan de Lurigancho?.

La presente investigación tiene como objetivo principal identificar y describir los factores que inciden en la cultura de la lectura y la accesibilidad al libro en los niveles socio-económicos B y C del distrito de San Juan de Lurigancho. Este estudio ha sido desarrollado en cinco partes. El primer capítulo está referido al planteamiento del problema, donde se describe y determina que el acceso al libro y la formación de la cultura de la lectura en el distrito de San Juan de Lurigancho (Niveles socio-económicos B y C) está trastocado y mediatizado por lecturas de baja calidad.

El segundo capítulo desarrolla el marco teórico, empezando por los antecedentes de la investigación, habiéndose encontrado interesantes investigaciones de Tito Navarro Guerrero, Hugo Castro Vásquez, Silvana Salazar/Dante Ponce, que refieren al problema de los hábitos de la lectura en diversos lugares del país. Luego del desarrollo de las bases teóricas se expone sobre el surgimiento del término cultura, su significado y elementos, de manera que nos lleva a determinar el campo de la cultura de la lectura. Al finalizar el capítulo se aborda la problemática del libro.

El tercer capítulo trata sobre la hipótesis de la investigación, se presenta además un cuadro que permite ver la relación entre variables e indicadores.

El capítulo cuarto referido a la metodología de la investigación en la que se determina que la presente investigación es de tipo aplicativo y de nivel descriptivo - explicativo, aplicado en los niveles socio-económicos B y C del distrito de San Juan de Lurigancho a una muestra aleatoria de 399 personas, en un muestreo sin reposición; empleándose como instrumento de recolección de datos; una encuesta.

Finalmente el capítulo cinco aborda aspectos de los resultados de la investigación. Entre los más relevantes encontrados en el estudio tenemos: el promedio de ingreso familiar mensual el cual es de 1 615 nuevos soles cifra que da al poblador cierta solvencia para adquirir un libro; alrededor del 70% cuenta con educación superior, es decir, existe cierta disposición hacia la lectura, pero el 60% afirmó no haber leído ningún libro en los últimos seis meses, y en ese mismo lapso el 12,5% no compró libro alguno contra un 23,8% que manifiesta sí compró. Otro aspecto resaltante es que casi la mitad de los encuestados practican la lectura informativa, en tanto que sólo el 25,8% lee obras literarias. En suma, el estudio permite concluir que las limitaciones para acceder al libro son de orden económico y formativos, es decir, que el hábito de la lectura es deficiente entre los encuestados.

Vaya mi agradecimiento formal a la Directora de la E.A.P. de Bibliotecología y Ciencias de la Información, al asesor, profesores informantes, profesionales de la especialidad, familiares, amigos y otras personas que facilitaron el desarrollo de la presente tesis, a todos ellos mi eterno agradecimiento.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1. Descripción del problema

El Perú tiene el reto de alcanzar el desarrollo social, económico, cultural y tecnológico, a fin de no perder el tren del progreso en que está embarcada la humanidad, aun cuando es un camino difícil y arduo por la escasez de recursos y el agudo atraso que tenemos en diversas áreas, es algo que debe hacer, porque J. Delors (1996) refiere

"Este último cuarto siglo ha estado marcado por notables descubrimientos y progresos científicos, muchos países han salido del subdesarrollo, el nivel de vida ha continuado su progresión con ritmos muy diferentes según los países"
(¹)

Para ello se debe hacer esfuerzos notables para reestructurar el sistema educativo, por ser el fundamento y motor para llevar a cabo este proceso, tal como afirma Jacques Delors (1996), presidente de la Comisión para plantear lineamientos para la educación en el mundo, instituido por la UNESCO:

¹ DELORS, Jacques (1996) "La educación encierra un tesoro", p. 14

"Frente a los numerosos desafíos del porvenir, la educación constituye un instrumento indispensable para que la humanidad pueda progresar hacia los ideales de paz, libertad y justicia social" ⁽²⁾

En este reto, al aspecto cultural le toca un rol protagónico como un componente de la educación.

La cultura y la educación están intrínsecamente asociadas al libro y a la lectura. En nuestro país la distorsión de la accesibilidad al libro se da por factores económicos, distribución, facilismo, conformismo, displicencia; como por falta de sensibilidad cultural hacia la lectura, sumado a ello está el hecho de fomentar y asimilar la piratería literaria (copias de libros), mutilar libros (reducción de los textos), fomentar la lectura morbosa, chabacana y facilista, en esto ha incidido, básicamente, dos aspectos: el económico y la cultura de la lectura. En el aspecto económico, los niveles socioeconómicos B y C (niveles medio y bajo) de Lima Metropolitana han sufrido el impacto de la crisis económica por la que atraviesa el país en los últimos años, que ha llevado a contraer sus requerimientos de cultura, es decir, optar por adquirir con menor frecuencia y a menor costo libros u otros medios de lectura (como periódicos y revistas).

En la cultura de la lectura, el "boom" de los denominados "diarios chicha" y la publicación de libros de personajes de la farándula, que se caracterizan en muchos casos por el amarillaje y morbosidad de sus contenidos, por el

² DELORS, Jacques, *op.cit.*, p. 13

lenguaje procaz y chabacano; deviniendo en el deterioro de la formación de una "buena lectura" definida como aquella que permite el desarrollo humano en todos los sentidos.

La actual situación de la lectura tiene sus raíces en el sistema educativo. En la educación básica (colegios nacionales), el ejercicio de la lectura se caracteriza por la escasa formación del análisis crítico, y la displicencia por la lectura; la educación superior tampoco escapa a esta realidad, incidiendo en la calidad de la lectura; otro factor de la problemática, es la actitud de la familia por la lectura, cuyos miembros están inmersos en esta dinámica, pues en la mayoría de los hogares la adquisición de libros es exigua y son atraídos a la "lectura fácil" de los "diarios chicha". El aspecto económico es otro factor importante del deterioro de la demanda del libro, el escaso presupuesto familiar para el rubro cultura limita el acceso al libro, éste por su aparente alto costo es considerado un artículo caro.

La competencia desleal o "piratería literaria", como actividad ilegal que consiste en copiar los textos originales y ofrecerlos a la cuarta o quinta parte del precio; se ha desarrollado rápidamente en la década del noventa; poseen una receptividad en el público lector por el bajo precio, en desmedro de la calidad del libro y lo que es más, en perjuicio de los derechos de autor.

A estos factores se añaden aspectos legales, como son los impuestos a la importación de los libros e insumos, y los factores tecnológicos (como la televisión, internet y otros) que han incidido en alentar la apatía por la lectura; y que desalientan el desarrollo del libro. Estos factores mal direccionados han dado lugar a que en la cultura de la lectura concurren la buena lectura y la revisión de "diarios chicha", donde estos últimos distorsionan los valores y los hábitos hacia esta clase de lectura.

En la población adulta de los niveles socio-económicos B y C del distrito de San Juan de Lurigancho se observa la preferencia por la lectura hacia los "diarios chicha", sea leyendo su contenido interno o sólo la primera plana. Este distrito es el más poblado del país, según Apoyo Opinión y Mercado, se estima que para el año 2001 la población sería de 821 436 habitantes (10,7% de la población de Lima) de los cuales, el 57% es menor de 24 años, la población por sexo es proporcional, con una ligera ventaja poblacional por parte de las mujeres. En el censo de 1993 del distrito de San Juan de Lurigancho (anexo N° 1) en lo que a nivel educativo respecta, se observa que el 34% de la población cuenta con educación primaria y el 42% educación secundaria, es decir que sumando ambos, una mayoría abrumadora (76%) cuenta con educación básica, frente a un 8,8% de la población con educación no universitaria y el 8,4% con educación superior universitaria.

San Juan de Lurigancho es uno de los distritos más pobres del país, con más necesidades insatisfechas. La principal forma de ocupación del distrito ha sido mediante la modalidad de asentamientos humanos que no cubren las mínimas necesidades básicas. La densidad poblacional, los problemas socioeconómicos, la influencia de los medios de comunicación masiva (publicaciones de "diarios chicha", revistas, videos, etc.), tienen incidencia en el enraizamiento de la problemática socio-económica-cultural de este distrito.

Esta población tiene escasos ingresos económicos, que los obliga a postergar la adquisición de libros, dándose por satisfechos con las copias de libros o con la lectura de "diarios chicha".

Sin embargo, en este distrito existen segmentos poblacionales de los niveles socioeconómicos B (denominada también, clase media; cuyos ingresos familiares promedio fluctúan entre US\$ 1 000 a US\$ 780, los jefes de familia son profesionales, etc. cuadro N° 01) y del NSE C (con ingresos familiares promedio de US\$400 a US\$320, cuyos jefes de familia son pequeños comerciantes o trabajadores especializados, etc.; NSE caracterizado de clase baja ascendente o bajo típico, cuadro N° 02) que tienen elementos económicos educativos que les facilitan el acceso al libro y una actitud positiva hacia la lectura; pero cuán firme es esta situación en un medio donde la piratería editorial, (copias de los libros), los medios electrónicos (TV, Internet, equipos de música, etc.) la prensa amarilla y la apatía por la lectura van ganando

terreno; aspectos que de una u otra forma desalientan la actitud por la lectura y la adquisición de libros.

Es decir, la cultura de la lectura en este distrito está trastocada por sus limitaciones en el acceso a los libros, sean literarios o técnicos y por la satisfacción mediatista de la lectura hacia los "diarios chicha".

Aunque esta situación puede ser contrarrestada en parte con las bibliotecas sean municipales, escolares, parroquiales, comunales o institucionales, disponibles en Lima Metropolitana el Sistema Nacional de Bibliotecas tiene a la fecha inscritas a 1 245, de las cuales 37 son bibliotecas municipales, de ellas, 91 bibliotecas están ubicadas en San Juan de Lurigancho. En la zona de estudio existen 7 bibliotecas:

- Biblioteca Escolar del C.N. "Antenor Orrego Espinoza"
- Biblioteca Municipal "Ciro Alegría"
- Biblioteca Parroquial "San Juan Bautista".
- Biblioteca Escolar de la Escuela Primaria N° 172 "Ciro Alegría"
- Biblioteca Pública Institucional de la Asociación Provincial Yauyos.
- Biblioteca Escolar del C.E.N. N° 0093 "Benito Juárez"
- Biblioteca S.O.S. de la Aldea Infantil.

Actualmente, como refiere P. Drucker en su obra "La sociedad post capitalista" (1994), el recurso económico básico en la producción ya no es el capital, ni son los recursos naturales, ni el trabajo, es y será el conocimiento. Este último constituye el motor del desarrollo de la sociedad y de las empresas, aquí es donde radica la importancia de la lectura, porque ésta es el medio natural que internaliza al hombre con su desarrollo cognoscitivo.

Entonces, las deficiencias en la cultura de la lectura y la accesibilidad al libro en los pobladores de San Juan de Lurigancho no transgrede las normas y valores sociales, sino que trastoca la sensibilidad del bienestar social y hasta personal por efecto de no cultivar su espíritu o no desarrollar nuevos conocimientos, afectando, también su preparación para llegar a ser más competitivo en el medio laboral, ya que este medio exige la polivalencia laboral, consistente no sólo en ser especialista en algo específico sino poder desempeñarse con eficiencia en varias labores, lo cual se logra con la constante búsqueda de nuevos conocimientos, que en buena cuenta es producto de la actitud hacia la lectura (cultura) que forma el espíritu innovador, y el acceso al libro que facilita esta formación constructiva.

De continuar la preferencia por la lectura hacia los "diarios chicha" se puede dar un mayor aislamiento del lector hacia el tipo de lectura que permite el desarrollo personal, y por ende limitar la constitución de un ambiente innovador y creador que permita la accesibilidad al libro.

CUADRO N° 01

PERFIL DEL NSE B

Características predominantes	B1	B2
% de hogares en Lima Metropolitana (prom)	6.5	8.8
Lugar de nacimiento del jefe de hogar	Lima	Lima
Raza del jefe de hogar	Blanca/Mestiza	Mestiza/Blanca
Educación del jefe de hogar	Superior universitaria	Superior universitaria Superior no universitaria
Años de estudio(prom)	16,7	15,1
Colegio de los hijos	Privado	Privado/Estatal
Ocupación del jefe de hogar	Profesionales indep./ Profesionales depend.	Trabajador especializado / Profesional indep.
Ingreso fam. Mensual bruto Promedio (aprox.)	US\$ 1 000	US\$ 780
Ingreso fam. Mensual bruto Mediana (aprox.)	US\$ 900	US\$ 450
Gasto mensual en alimentos Promedio (aprox.)	US\$ 280	US\$ 235
Tenencia de cuenta bancaria	67%	50%
Afiliación a EsSalud	61%	67%
Número de ambientes sin contar baños (prom.)	8,1	6 ,8
Número de baños (prom.)	2,5	2,0
Zona de residencia	Media	Media / Popular
Tipo de cocina	A gas	A gas
Tenencia de auto particular	55%	29%
Tenencia de refrigeradora	100%	97%
Tenencia de TV. Con control remoto	92%	82%
Tenencia de teléfono	96%	92%
Tenencia de lavadora	96%	47%
Tenencia de computadora	61%	23%
Variedad de artefactos en el hogar (prom.)	24,3	17,8
Servicio doméstico	67%	32%
Música preferida	Balada / Clásica	Balada

Fuente: Apoyo opinión y mercado S.A. (1999) Niveles socio económico de Lima – Metropolitana, p. 15

CUADRO N° 02
PERFIL DEL NSE C

Características predominantes	C1	C2
% de hogares en Lima Metropolitana (prom)	10,9	21,5
lugar de nacimiento del jefe de hogar	Lima / Sierra	Sierra / Lima
Raza del jefe de hogar	Mestiza	Mestiza
Educación del jefe de hogar	Superior no universitaria / Secundaria	Secundaria
Años de estudio(prom)	13.1	10.6
Colegio de los hijos	Estatal / Privado	Estatal
Ocupación del jefe de hogar	Peq. Comerciante / Trabajador especializado	Trabajador especializado / Peq. Comerciante.
Ingreso fam. Mensual bruto Promedio (aprox.)	US\$ 400	US\$ 320
Ingreso fam. Mensual bruto Mediana (aprox.)	US\$ 350	US\$ 210
Gasto mensual en alimentos Promedio (aprox.)	US\$ 180	US\$ 150
Tenencia de cuenta bancaria	33%	21%
Afiliación a EsSalud	56%	47%
Número de ambientes sin contar baños (prom.)	5,9	5,3
Número de baños (prom.)	1,5	1,2
Zona de residencia	Popular / Media	Popular / Marginal
Tipo de cocina	A gas / Kerosene	A gas / Kerosene
Tenencia de auto particular	17%	12%
Tenencia de refrigeradora	90%	80%
Tenencia de TV. Con control remoto	77%	61%
Tenencia de teléfono	73%	56%
Tenencia de lavadora	38%	14%
Tenencia de computadora	7%	4%
Variedad de artefactos en el hogar (prom.)	15,0	11,0
Servicio doméstico	8%	2%
Música preferida	Balada / Salsa	Folklórica / Salsa

Fuente: Apoyo opinión y mercadeo S.A. (1999). *Niveles socio económico de Lima Metropolitana*, p. 16.

Esta situación fundamenta el abordaje de este aspecto de la cultura en San Juan de Lurigancho, que permita plantear los lineamientos para el diálogo de los entes comprometidos en la accesibilidad del libro y de la cultura de la lectura en el distrito de San Juan de Lurigancho.

La problemática de la lectura es una constante en el sistema educativo del país, que se ha pretendido resolver con posturas reformistas tanto en el contenido, forma y sistematización, pero no se ha tratado el tema desde sus raíces en el campo bibliotecológico: cómo es la formación de la educación en general y la actitud familiar frente a la lectura, las limitaciones económicas para acceder al libro, los costos del libro, a lo que desde el punto de vista se acerca la “piratería literaria”, la “cultura chicha” elementos que han modificado la cultura de la lectura y deteriorado la industria del libro, en especial en el distrito de San Juan de Lurigancho.

1.2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Problema General

¿Qué factores inciden en la accesibilidad al libro y la cultura de la lectura en los niveles socio-económicos B y C del distrito de San Juan de Lurigancho?.

Problemas específicos

¿De qué modo los factores económicos sociales y culturales de los niveles socio-económicos B y C de San Juan de Lurigancho, facilitan la accesibilidad al libro?

¿De qué manera los factores económicos sociales y culturales impartan en la cultura de la lectura en la población de los niveles socio-económicos B y C de San Juan de Lurigancho?

1.3. SIGNIFICATIVIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es significativa en los siguientes aspectos:

Teórica

Este estudio describe mediante el apoyo de la teoría y los conceptos básicos de la lectura y cultura, los factores que afectan la cultura de la lectura.

Metodológica

Es importante, porque se deja como referencia el proceso seguido para una investigación descriptivo explicativo, por ello, para lograr la

consecución de los objetivos del estudio, en el trabajo de campo se recurrió al empleo de las técnicas de investigación como instrumento para medir la dicotomía de la lectura. A través de la aplicación del cuestionario encuesta y su procesamiento, se busca conocer las perspectivas de accesibilidad al libro y, por ende, la situación de la cultura de la lectura. Así, los resultados de la investigación se apoyan en la aplicación de las técnicas de investigación, como el cuestionario y los indicadores estadísticos.

Social

La cultura es intrínseca a la sociedad, por ello la presente investigación aborda el problema de la accesibilidad al libro y la lectura, para coadyuvar a potenciar en el lector las bases del desarrollo sostenido de la sociedad peruana, vía el acceso al libro y mejorar su calidad de lectura.

Práctica

Un aspecto importante de esta investigación es la propuesta de recomendaciones pertinentes sobre la problemática del estudio.

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Objetivo General.

Identificar y describir los factores que inciden en la cultura de la lectura y la accesibilidad al libro en los niveles socio-económicos B y C en el distrito de San Juan de Lurigancho.

Objetivos Específicos.

1. Identificar las características de los factores que inciden en la accesibilidad al libro en el distrito de San Juan de Lurigancho.
2. Explicar de que manera los factores económicos, sociales y culturales inciden en la cultura de la lectura en los niveles socio-económicos B y C del distrito de San Juan de Lurigancho.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

La lectura en el sistema educativo y en la población en general es un problema que merece la atención de los investigadores. Tal es el caso de Tito R. Navarro⁽³⁾, que en los alumnos de quinto año de educación secundaria del Callao encontró: que los medios más utilizados de lectura en los varones son periódicos y libros de texto; en las mujeres, periódicos, revistas y libros de textos; el modo de adquisición más importante en los varones es la compra, en las mujeres la compra y el préstamo y, los temas predominantes de lectura son, noticias y deportes (en periódicos), moda, cocina y horóscopo (en revistas esto por parte de las mujeres mientras que los varones no muestran predominio). Las mujeres leen novelas de amor y policiales, en los hombres no hay preferencia.

En cuanto a conocer la práctica de la lectura en los alumnos de secundaria, se tiene que Hugo Castro Vásquez ⁽⁴⁾, efectuó un estudio en el Valle de Mantaro, encontrando que el hábito de lectura es regular con sesgo a deficiente. La deficiencia de la acción de los factores (hogar, escuela y comunidad) repercute en la deficiencia del hábito de lectura; los

³ NAVARRO G, Tito R., et al. (1977) "Los Medios de Comunicación social y las preferencias y usos de la lectura en los alumnos de 5° año de secundaria diurna estatal. Zona de educación N° 3 Callao"

alumnos de escaso porcentaje (2% en planteles rurales, 3% en colegios particulares y 5% en C.E. nacionales) leen obras por cuenta propia; en los periódicos leen con preferencia temas referentes a "crímenes", "noticias generales", "accidentes" y "deportes", que a criterio del investigador son deficientes y de trivial calidad afirmando además que la lectura en los centros educativos se circunscriben a la ejecución de resúmenes, asignaciones o repaso de apuntes descuidándose la lectura dirigida por parte del profesor.

En cuanto al perfil hacia la lectura en el nivel primaria, Silvana Salazar y Dante Ponce⁽⁵⁾, encontraron que los estudiantes de sexto grado han asimilado el prestigio social de la lectura, saben de su poder en la valoración de las personas; el maestro, también, carece de libros para preparar clases, lee poco y no cuenta con los medios económicos para proveerse de materiales de lectura, obteniéndolos por sí mismo, se ve constreñido por los programas oficiales, las evaluación y supervisiones y la escuela no contribuye a la formación del hábito de lectura.

⁴ CASTRO V, Hugo (1986), *"El hábito de lectura de los alumnos de Quinto año de secundaria en el Valle del Mantaro"*

⁵ SALAZAR, Silvana y PONCE, Dante (1999) *"Hábitos de lectura"*

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. SURGIMIENTO DEL TÉRMINO CULTURA

Chiavenato (1999), refiere que “todo pueblo tiene su propia cultura”⁽⁶⁾, entendida como el modo de vida propio que cada pueblo desarrolla en sus pobladores, dado que “la cultura se refiere a la programación colectiva

mental de la gente en una sociedad que desarrolla valores, creencias y medios de comportamiento preferidos comunes⁽⁷⁾, dimensiones sociales que el hombre ha desarrollado desde su aparición en la tierra.

El hombre, en su proceso de la lucha por la vida y en la adaptación al medio; ha desarrollado con profusión, en el espacio y tiempo, efectos materiales y manifestaciones inmateriales con la finalidad de tener una vida más grata; esta creación humana en un sentido amplio es cultura - de allí que como refiere R. Linton (1983) “toda sociedad posee una cultura por muy sencilla que sea y todo ser humano es culto en el sentido de que es portador de una u otra cultura”⁽⁸⁾-, surgida de su adaptación al medio geográfico y la interacción social, tal como sostiene Ino Rossi (1981),

⁶ CHIAVENATO, Idalberto (1999) “Introducción a la teoría general de la administración”, p. 636

⁷ KAST, Fremont E. y ROSENKWEIG, James (1993) “Administración en las organizaciones”, p. 702

⁸ LINTON, Ralph (1983) “Cultura y personalidad”, p. 44

"La cultura es un subproducto del proceso de adaptación humano a su entorno ecológico y socio-cultural " (⁹)

En este contexto, encontramos que los romanos empleaban la palabra "cultura" para designar el cultivo de las cosas, ya sea corporales (agri, arborum, aliarum rerum), incorporales (rerum incorporarum) o del hombre; el culto (veneratio, honor), o el cuidado (culturs) de algo (¹⁰). Cicerón, hace uso de esta palabra, para referirse a la formación o educación cuando la usa con un genitivo objetivo en las "Disputaciones Tusculanas", dice:

"Cultura animi philosophia est, la cultura del alma es la filosofía, que lleva al hombre a conseguir su humanitas, es decir, su condición humana" (¹¹)

Con el cristianismo "cultura" fue empleado con sentido metafórico, circunscrito al culto u homenaje que se presta a Dios, en tanto que lo referente a la formación personal fue expresada por palabras como "moderatio" o "perfectio" (¹²)

La expresión "cultura animi" fue citada nuevamente por Juan Luis Vives (1492 - 1540) en su obra "De tradendis disciplinis", el humanista español también emplea las expresiones "animum excolere", "cura animi" y "animam formare" (¹³)

⁹ ROSSI, Ino y O'HIGGINS, Edward (1981) "Teorías de la cultura y métodos antropológicos", p. 48

¹⁰ SOBREVILLA, David (1998) "Filosofía de la cultura", p.16

¹¹ Loc. Cit.

¹² Loc. Cit.

¹³ Ibid, p. 17

¹⁴ Loc. Cit.

Francis Bacon (1561 - 1626), en su obra "The advancement of learning" emplea las expresiones "Culture of the mind" y "The georgics of the mind" y las expresiones latinas correspondientes "cultura animi" y "georgica animi", estas dos últimas expresiones, para Bacon eran parte de la ética, una técnica para lograr la felicidad (¹⁴)

El concepto moderno de cultura como unión de la cultura en sentido objetivo y subjetivo fue una creación del jurista alemán Samuel Barón von Pufendorf (1632 - 1694), quien usó la palabra "cultura" todavía con un atributo en genitivo: "cultura animae", "cultura vitae", como designación de los conocimientos y las actividades que permiten al hombre superar la naturaleza y ser mejores; en tanto que "cultura vitae" se refiere al cuidado de todo el ser humano; el del ser individual y el del social, por ello afirmó:

"En suma, todo lo que no nos es dado por naturaleza, sino que se añade por el esfuerzo humano - del individuo y de la humanidad - a la naturaleza (a la naturaleza humana y a la de las cosas), es cultura" (¹⁵).

Pero, Pufendorf no llegó a formular con precisión el concepto de cultura en sentido objetivo; si lo expusieron Voltaire, Montesquieu y Turgot al expresar que:

"La cultura no es sólo la formación humana (la "cultura animi"), sino algo objetivo sometido a leyes que le son propias" (¹⁶)

¹⁵ Referencia que hace Pufendorf de J. Niedermann. Loc. Cit.

Georg Simmel (1858 - 1918) expresa la oposición entre la cultura subjetiva y la objetiva, al respecto afirma:

"Nos volvemos cultos en tanto producimos, entramos en contacto o cuidamos de los bienes de la cultura objetiva. La cultura subjetiva es el camino del alma hacia sí misma y la cultura objetiva, las formas que la vida produce a través de nosotros" ⁽¹⁷⁾

En la era de la globalización de la información, Jesús Mosterín en su libro "Filosofía de la cultura" (1993), relaciona a la cultura exclusivamente con la información, al sostener que:

"La cultura es básicamente información. Ésta es "algo inmaterial, portado por la forma de las señales que la tramiten". La información puede ser transmitida genéticamente, en cuyo caso hablamos de "natura", y por aprendizaje social, en el que estamos frente a la cultura". El aprendizaje social puede realizarse por imitación, por la enseñanza o por la asimilación de la información a través de soportes artificiales (libros, revistas, conferencias, teléfonos, discos, etc.)" ⁽¹⁸⁾

Mosterín, relaciona cultura con la información, la cual se da con mayor intensidad mediante los medios electrónicos (Internet, teleconferencias, videos) y físicos (libros, revistas, periódicos) que son los medios de difusión de la información, es decir, cultura.

Pierre Bourdieu, en su libro "Sociología y cultura" (1990), relieva a la cultura al status de clase y efecto del influjo del consumo cultural,

¹⁶ SOBREVILLA, D.; *op.cit*, pp. 17-18

¹⁷ *Ibid*, p. 23

característica de los tiempos de la economía de mercado que vivimos actualmente, afirmando:

"Que el mercado de bienes simbólicos incluye básicamente tres modos, de producción: burgués, medio y popular. Estos modos de producción cultural se diferencian por la composición de sus públicos (burguesía/clases medias/populares) por la naturaleza de las obras producidas (obras de bienes de arte/bienes y mensajes de consumo masivo) y por las ideologías político - estéticas que los expresan" (¹⁹)

En suma, la cultura no escapa a la vorágine de la economía de mercado, porque la producción cultural es generada por la sociedad para los grupos sociales objetivos existentes en las diferentes clases sociales, dándose la diferencia social del consumo cultural por el modo de usarlos (insumirlos) por las clases sociales. Aunque ciertos "*productos culturales*" se están mimetizando para ser consumidos por igual en todas las clases sociales, como ocurre con la "*tecnocumbia*", los CD's.

2.2.2. SIGNIFICADO DE CULTURA

Cuando se intenta dar una definición del término cultura se descubre la complejidad que encierra el concepto y por tanto la dificultad que representa definirlo (²⁰), de allí que Kroeber y Kluckhohn en su texto "Culture: a critical review of concepts and definitions" (1966), encuentra que todas las definiciones de cultura pueden agruparse en definiciones

¹⁸ *Ibid*, p. 33

¹⁹ BOURDIEU, Pierre (1990) "*Sociología y cultura*", p. 22

descriptivas, históricas, normativas, psicológicas, estructurales y genéticas, tal como se señala en el cuadro N° 03. ⁽²¹⁾.

Cuando abordar el término cultura resulta compleja, su definición tiene una connotación teórica; en el marco de la cultura de la lectura se busca proponer una definición operativa de cultura. Así, en principio, el término cultura deriva del latín "COLERE" con el significado de "cultivar"⁽²²⁾, es decir refinamiento del gusto y erudición de la persona, concepción elitista y estrecha, que con mayor amplitud señala que cultura es:

"Instrucción, ilustración, sabiduría resultante de haber ejercitado el hombre su entendimiento en cultivar los conocimientos humanos" ⁽²³⁾

Definición que resalta el aspecto cognoscitivo, la ilustración, la concepción subjetiva, general y clásica, dejando de lado la creatividad, manifestación, interrelación y objetividad material del ingenio humano por desarrollar su bienestar material y espiritual, tal como lo manifiesta Rosental:

"Cultura, conjunto de valores materiales y espirituales, así como de los procedimientos para crearlos, aplicarlos y transmitirlos, obtenidos por el hombre en el proceso de la práctica histórico-social. En un sentido más estricto de la palabra, suele hablarse de cultura material (técnica, experiencia de producción y otros valores, materiales) y de cultura espiritual (resultados en el campo de la ciencia, del arte y la literatura, de la filosofía de la moral, de la instrucción, etc.)". ⁽²⁴⁾

²⁰ ZUÑIGA CASTILLO, Madeleine y ANSION MALLET, Juan (1997) "Interculturalidad y educación...", p. 9

²¹ THATAR ALVAREZ, Vladimiro F. (2000) "Teoría de la cultura", pp. 2-3

²² SOBREVILLA, D. *Op.cit.*, p. 15

²³ EDITORIAL Ramón Sopena S.A. (1972) "Diccionario enciclopédico ilustrado de la lengua española", p. 990

²⁴ ROSENAL - IUDIN (1973) "Diccionario filosófico", p. 98

Es un concepto que involucra lo social, lo histórico, lo material, lo espiritual, ya no tiene la concepción exclusivamente académica, porque se relativiza "a la forma de vida de cualquier sociedad, y no simplemente a las zonas que la misma sociedad considera como más elevadas o deseables" ⁽²⁵⁾; es decir, "*cultura*" se emplea para designar el estilo de vida de los grupos humanos ⁽²⁶⁾, lo cual implica una referencia a las costumbres (normas sociales), creencias, valores, hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad, cultura es:

"Ese todo complejo que incluye conocimientos, creencias, arte, moral, ley, costumbres y toda la serie de capacidades y hábitos que el hombre adquiere en tanto es miembro de una sociedad dada" ⁽²⁷⁾

Definición dada por Tylor en 1871, que aún sigue vigente, ya que es recogida por J.J. Nodarse (1975), cuando afirma que cultura es:

"El complejo formado por los bienes materiales, conocimientos técnicos, creencias, moral, costumbres y normas de derecho, así como otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad" ⁽²⁸⁾

Concepción, producto del proceso de adaptación al medio y de la lucha por la vida a lo largo de la existencia de la humanidad, que abarcan tanto la

²⁵ LINTON, Ralph (1983) "*Cultura y personalidad*", p. 43

²⁶ ROSSI Ino y O'HIGGINS, Edward (1981) *op.cit.*, p. 13

²⁷ *Idem* p. 40

²⁸ NODARSE, José. (1975) "*Elementos de sociología*", p. 171

cultura no material - creencias, normas y valores., como a la cultura material - tecnología y artefactos resultantes-. Incluyendo a “todo lo que los humanos han producido para poder adaptarse a su entorno físico y entre sí” (²⁹); por tanto,

"Cultura, refiere a los modos de vida de los miembros de una sociedad o de los grupos de la sociedad. Incluye el modo de vestir, sus costumbres matrimoniales y la vida familiar, sus modelos de trabajo, las ceremonias religiosas y sus pasatiempos. Cubre además los bienes que crean y que adquieren significado para ellos, arcos, flechas, arados, fábricas y máquinas, ordenadores, libros, viviendas" (³⁰)

Toda una gama productiva y de relacionarse para interactuar con la naturaleza, con los demás, consigo mismo, con la trascendencia; aunque las expresiones materiales manifiestas son parte de la cultura, pero ésta no se reduce a la suma de todas sus producciones; que, si bien es producción interna de un individuo, su apreciación y utilidad es compartida, por tal razón M. Zúñiga (1997), afirma que:

"la cultura, a la vez que se internaliza individualmente, es un hecho eminentemente social, puesto que es compartida y se socializa permanentemente en todas las interacciones de la sociedad, y en forma muy particular en los procesos educativos" (³¹)

Teniendo en cuenta la amplitud del concepto, se dice que cultura:

"es el conjunto de formas y modos adquiridos de concebir el mundo, de pensar, de hablar de expresarse, percibir, comportarse, organizarse

²⁹ ROSSI, I. Y O'HIGGINS, E., *op.cit.*, p. 10

³⁰ GIDDENS, Anthony (1995) "Sociología", p. 65

³¹ ZUÑIGA, M y ANSION, J.; *op.cit.*, p. 10

socialmente, comunicarse, sentir y valorarse a uno mismo en cuanto individuo y en cuanto a grupo" ⁽³²⁾

finalmente, para una aproximación de la cultura de la lectura, nos identificamos con lo señalado por D. Sills (1979)

"La cultura consiste en formas de comportamiento, explícitas o implícitas, adquiridas y transmitidas mediante símbolos y constituye el patrimonio singular de los grupos humanos, incluida su plasmación en objetos, el núcleo esencial de la cultura son las ideas tradicionales (es decir, históricamente generadas y seleccionadas) y, especialmente, los valores vinculadas a ellas; los sistemas de culturas, pueden ser considerados, por una parte, como productos de la acción, y por otra, como elementos condicionantes de la acción futura" ⁽³³⁾

Dado el objeto y objetivos de la presente investigación, asimilamos las definiciones de M. Zúñiga / J. Ansión, María Heise y David Sills quienes sostienen que cultura es un hecho individual y a su vez social del modo de concebir el mundo, de pensar, expresarse y el modo de comportarse, cuyo núcleo esencial son las ideas, tradiciones y valores que son adquiridos y transmitidas mediante símbolos.

En consecuencia, se concluye que cultura consiste en normas o modelos de conducta aprendidas, cuyos elementos comparten y transmiten los miembros de una sociedad, cuya configuración va emparentada con el modo de pensar, la moral, el ejercicio diario de la vida, la actividad, los rasgos históricos comunes y a la que se puede agregar la tecnología

³² HEISE, María, et. al. (1994) "Interculturalidad un desafío", p. 7

³³ SILLS, David (1979) "Enciclopedia internacional de las ciencias sociales", p. 299

2.2.3. ELEMENTOS DE LA CULTURA.

Los elementos de la cultura pueden dividirse en dos clases fundamentales: materiales y no materiales. La cultura material tal como lo señalan Ino Rossi ⁽³⁴⁾ y Donal Light ⁽³⁵⁾ está constituida por todos los objetos físicos, o artefactos, que las personas hacen y a las que les dan significado: libros, vestidos, escuelas, iglesias, por mencionar algunos que hace posible la interacción, y que permiten expresar y sostener a los elementos de la cultura no material. La cultura no material consiste en creaciones humanas que no incluyen objetos físicos, están referidos a los ideales, fines, valores, ideologías, creencias, normas, costumbres, lenguas y demás que forman la base de determinada sociedad. En el gráfico N° 01, se muestra como sociedad y cultura son términos que indican aspectos correlativos del modo de vida de la gente en un contexto dado.

Básicamente, los elementos de la cultura son: valores, normas, símbolos, lengua, conocimiento, tradiciones, costumbres, leyes.

➤ VALORES

Un valor es una idea general que las personas comparten sobre lo que es bueno o malo, deseable o indeseable; trasciende cualquier situación particular. Al respecto el sociólogo Robin M. Williams Dr (1970) identificó 15

³⁴ ROSSI, I. y O'HIGGINS, Edward, *op.cit.*, p. 45

valores fundamentales: el logro y el éxito, la actividad y el trabajo, el humanitarismo, la eficiencia y el espíritu práctico, el progreso y la comunidad material, la igualdad, la libertad, la conformidad, la ciencia y la racionalidad, el nacionalismo y el patriotismo, la democracia, la individualidad, la superioridad racial y de grupo étnico. Pero, los valores cambian con el tiempo, por lo que algunos valores de esta lista inclusive pueden hasta desaparecer ⁽³⁶⁾, como es el caso de la superioridad racional, que con la caída del apartheid (separación, estricta de las razas) ha permitido una nueva correlación legal y de comportamiento de la comunidad mundial con respecto al racismo, por una mayor tolerancia racial, reforzando el valor de la igualdad racial. Los valores cambian al igual que las circunstancias sociales y los hechos.

➤ **NORMAS**

Los valores suministran el marco de referencia dentro del cual las personas en una sociedad desarrollan normas de comportamiento. Una norma es una pauta específica para la acción, es una regla que dice la forma como las personas deberán comportarse en situaciones particulares ⁽³⁷⁾. Las normas varían de un grupo a otro en una misma sociedad, debido a que la mayoría de las normas son situacionales, aplicadas según las circunstancias y ambientes específicos.

³⁵ LIGHT, Donald; KELLER, Suzanne y CALHOUN, Craig (1995) "Sociología", p. 80

➤ TRADICIONES, COSTUMBRES Y LEYES

Las tradiciones son los hábitos diarios y las convenciones que las personas obedecen sin pensar mucho en ellas; la violación de las tradiciones pueden tacharse de excéntricas o descuidadas, pero se toleran.

Las costumbres son las normas que las personas consideran vitales para el bienestar y para su más preciados valores. La violación de las costumbres provocan intensas reacciones; en efecto, las personas que violan las costumbres se consideran impropias para la sociedad, desadaptadas de la misma y pueden ser alejadas, golpeadas, encerradas en una cárcel, o en hospital mental, deportadas o ejecutadas.

Una ley es una regla decretada por el poder político y reforzada por el poder del Estado. Mientras las tradiciones y las costumbres se refuerzan típicamente por acciones colectivas y espontáneas de los miembros de la comunidad, las leyes se refuerzan con la policía, las fuerzas armadas. Las leyes pueden formalizar tradiciones (como las reglas de tráfico) o respaldar tradiciones (las leyes contra la traición y el crimen) ⁽³⁸⁾

³⁶ LIGHT, D; KELER, S. y CALHOUN C., *op.cit.*, pp. 81-82

³⁷ *Idem*, pp. 82-83

³⁸ *Idem*, pp. 84-85

³⁹ *Id.*, p. 85

➤ **SIMBOLOS**

La cultura proporciona alguna noción sobre lo que significa algunas cosas en la sociedad. Estos significados pueden encerrar símbolos, objetos, gestos, sonidos o imágenes que representan algo distinto de nosotros mismos. ⁽³⁹⁾

➤ **LENGUA**

Una lengua en un sistema verbal y, en muchos casos, escrito de símbolos con reglas sobre la forma como pueden enlazarse los símbolos para que transmitan significados complejos. La lengua tiene gran relevancia en el desarrollo, la elaboración y la transmisión de la cultura. La lengua permite conservar significados y experiencias y pasar esta herencia a las nuevas generaciones, permite trascender el presente preservando el pasado e imaginando el futuro, potenciada con la utilización de la escritura ⁽⁴⁰⁾

➤ **CONOCIMIENTO**

El conocimiento es el cuerpo de hechos y de creencias que las personas acumulan con el tiempo, implica, también, información de lugares, personas, hechos, situaciones ⁽⁴¹⁾.

⁴⁰ *Id.*, p. 86

⁴¹ *Id.*, p. 88

⁴² SOBREVILLA, David, *op.cit.*, p. 16

2.2.4. CULTURA POPULAR: CULTURA "CHICHA"

La referencia de cultura generalmente alude a la cultura "cultura", "oficial" ó "académica", referida a la cultura del grupo dominante ⁽⁴²⁾, que en nuestro medio se refiere a las clases media y media alta, cristianas, blancas que tienden a imponer sus puntos de vista y sus tradiciones en la sociedad como un todo en contraste con la de los sectores marginales de la sociedad; de manera que hablamos de un "arte culto" (en las universidades, galerías, teatros, cines, etc.), de una "religión oficial" (que en nuestro país es la católica, instituida en la Constitución Política del Perú), de una "medicina académica" en oposición al "arte popular", a una "medicina popular", "folklórica o tradicional", etc. Cuando las poblaciones sociales, económicas y raciales segregadas de las clases dominantes adhieren sus propias normas, creencias, valores, la comunicación con sus símbolos y lengua propia y, la perspectiva y estado de vida los identifica entre sí, y los diferencia de la cultura dominante, se dice que estas personas pertenecen a una subcultura, que en el Perú, actualmente, ha tenido características propias y se le ha denominado cultura popular o cultura "chicha".

⁴³ GARGUREVICH R., Juan "Perú: Cultura chicha y comunicación masiva" [en línea] [Citado sep. 1999]

Gargurevich (⁴³), señala que la llamada cultura "chicha", en sus formas de comunicación masiva, se presenta en la prensa como un conjunto abigarrado de primeras páginas muy coloridas con fotos audaces que cuelgan de los kioscos de venta y que difieren de manera tosca de sus homólogos formales, tanto en el diseño como en la temática noticiosa. En la radio de la banda AM vociferando convocatorias a espectáculos populares u ofreciendo pócimas para el amor eterno. En la televisión con espectaculares "talk shows" de temáticas sorprendentes. Son, en conjunto, la expresión actual del sensacionalismo peruano que conforma lo que es probablemente un fenómeno de cultura de masas, único en el continente, que tienen como fin principal el entretenimiento, la diversión, no el interés informativo, que viene a ser secundario para estos medios.

Sin embargo, apela a las convenciones de protección de libertad de expresión que se concede a los medios "serios" que practican el periodismo de responsabilidad social aunque sin descuidar que, al final, deben respetar las reglas del mercado.

La palabra "chicha", se refiere a una bebida popular hecha de maíz y de escaso componente alcohólico, nombrada así originalmente por los indios cuna de Panamá y llegada al Perú en tiempos ignotos. Los investigadores sociales no están seguros de cómo se produjo el traslado del

nombre de la bebida serrana por excelencia a la música tropical-andina, aquella mezcla de cumbia colombiana con huayno que alguien bautizó quizá con intención peyorativa y sin imaginar la fortuna de la denominación.

Debe advertirse como señala Gargurevich (1999) que "lo chicha" sugiere también lo ordinario, corriente, perteneciente al vulgo, a la gente de mal vivir. Cuando ya el vocablo pertenecía a la música se le calificó como "fenómeno cultural" convirtiéndose en objeto de estudio por los científicos sociales, y en particular por los observadores de las mentalidades (conductas y pensamientos comunes de una comunidad, en definición mínima) ⁽⁴⁴⁾.

2.2.5. LA CULTURA DE LA LECTURA

➤ LA LECTURA

El sentido etimológico de lectura, que tiene su origen en el verbo latino **legere**, que connota las ideas de recoger, cosechar, adquirir un fruto

⁽⁴⁵⁾ denota su significación y su relación con la cultura, por ello la lectura es un hábito cultural ⁽⁴⁶⁾, es encontrar en los libros la respuesta a las ideas

⁴⁴ GARGUREVICH R., Juan, *op.cit.*, p. 2

⁴⁵ SANCHEZ LIHON, Danilo (1978) "El libro y la lectura en el Perú", p. 119

⁴⁶ BARRIOS G. R. (1990) "Lectura y adolescentes", p. 17

⁴⁷ SANCHEZ LIHON, Danilo (1986) "Promoción de la lectura", p. 5

expresadas por otras personas. La cultura está ligada con la lectura y está coligada con el libro, los periódicos, revistas y actualmente a la computadora, mediante Internet.

La lectura es una actividad consustancial al ser del hombre ⁽⁴⁷⁾, y asimismo también llega a ser una actividad humana compleja y profunda ⁽⁴⁸⁾ que procura conocimiento en el sentido de información, de interpretación y, en general, de saber ⁽⁴⁹⁾, placer en el que se da un silencioso coloquio del lector con el autor de lo leído ⁽⁵⁰⁾

La lectura por su naturaleza, es un proceso en el cual intervienen el aspecto físico o mecánico - que incluye a todo el organismo, donde los ojos y oídos tienen el rol relevante -; y el aspecto psicológico o mental, el despliegue de la capacidad y perspicacia para entender o captar el conjunto de cualidades que integran las ideas contenidas en el escrito ⁽⁵¹⁾. Al respecto Silvana Salazar y Dante Ponce dice ⁽⁵²⁾, la actividad lectora supone la correcta ejecución de cuatro procesos; el perceptivo, basado en la extracción de los signos gráficos y el reconocimiento de las unidades lingüísticas o palabras; el proceso léxico que aporta significado a las palabras haciendo uso del almacén de conceptos existente en la memoria;

⁴⁸ BARRIOS G. Ruth A., *op.cit.*, p. 16

⁴⁹ JITRIK, Noé (1990) "Lectura y cultura", p. 20

⁵⁰ LAIN ENTRALGO, Pedro, et. al. "La cultura del libro" (artículo: *La lectura, arte de ser hombre*) p. 129

el proceso sintáctico que analiza las palabras agrupadas en frases y oraciones determinando su función gramatical y, el proceso semántico, que descubre y construye el mensaje incorporándolo a la memoria del individuo.

➤ CLASES DE LECTURA

Teniendo en cuenta que la lectura tiene tres propósitos: proporcionar información, entretenimiento y formación, en razón de ello se encuentran tres tipos de lectura (⁵³):

a. Lectura recreativa, de entretenimiento, evasión o hedonista, que corresponde a elementos narrativos, que se lee por:

- El deseo de descanso o expansión
- Búsqueda de experiencias
- Deseo de vivencias novedosas
- Apreciación estética.

Recurriéndose a:

- Tiras cómicas.

⁵¹ BARRIOS G., Ruth A.; *op.cit.*, p. 16

⁵² SALAZAR Silvana. y PONCE, Dante (1999) "Hábitos de lectura", pp. 31-34

⁵³ SÁNCHEZ, LIHON, Danilo, (1978) "El libro y la lectura en el Perú", pp. 127-132

- Fotonovelas

- Libros de aventuras.

Es una lectura trivial, permitiendo su fácil preferencia, utilizando la imagen y el lenguaje. Por su técnica, recursos y algunos aspectos formales, las historietas y fotonovelas son recreativas, amenas e impactantes.

b. Lectura informativa, tiene un carácter instrumental, y hasta utilitario, correspondiéndole al género periodístico su principal fuente, que se lee con la intención de:

- Mantenerse informado del acontecer nacional o mundial.
- Deseo de sentirse pleno en la sociedad actual
- Conocer la opinión ajena sobre los problemas cívicos, políticos, sociales, económicos.

Se recurre a la lectura de:

- Periódicos
- Revistas
- Avisos y señales.

Uno de los rasgos de la lectura de información es su carácter superficial; pero, la lectura informativa debe hacerse con sentido crítico.

c. Lectura instructiva, ligada al estudio, que es de tipo descriptiva, a fin de:

- Satisfacer el anhelo de superación a través de la educación.
- Cumplir con tareas de estudio o trabajo.
- Actualizar conocimientos profesionales
- Deseo de investigación en ciencia y tecnología.

Para tales objetivos se recurre a lecturas de:

- Textos escolares
- Documentos oficiales
- Artículos científicos

La lectura instructiva se constituye en actos de aprendizaje y frecuentemente es creativa, es decir, ayuda a concretar ideas y teorías sobre la realidad.



LA CULTURA DE LA LECTURA

La cultura, también, implica mejorar la calidad de vida de la persona, de la comunidad, que no sólo debe estar referida a satisfacer las necesidades primarias de los individuos, sino de las posibilidades de alcanzar una maduración integral en su condición de personas y miembros activos de la comunidad y por ende del bienestar de la comunidad. La conservación, divulgación e identificación de los valores culturales de una comunidad como medio para mejorarla calidad de vida humana es factible lograrse a través del desarrollo interior de la persona, cultivándose, mediante los medios impresos.

Si la cultura expresa la concepción del mundo, el modo de vida de una comunidad en un momento histórico determinado, la educación, en su más amplia acepción, es la práctica social a través de la cual se trata de garantizar la recreación de la cultura. De allí, la estrecha relación entre cultura y educación (⁵⁴); y la educación es un proceso continuo de aprendizaje que se logra, básicamente, mediante la lectura; en este proceso educativo se va formando la cultura de la lectura. (gráfico N° 02), que es definida como las formas, modos, estilos de pensar y actuar de cada persona, individual o colectivamente sobre la lectura, calidad y accesibilidad a la lectura.

⁵⁴ AGUDO, Alvaro, et. al. (1993) "Lectura, biblioteca y comunidad", p. 82

2.2.6. EL LIBRO

El libro de papel y tinta, distintivo de cultura, educación e instrucción; ameno para unos, tedioso para otros; cercano y querido, que incendia la inquietud del espíritu sensible y ávido de dejarse consumir por las llamas de su entelequia, distante y desidioso para otros quedando en lo ignoto y la aspereza. En la actualidad vivimos el boom de la diversidad y cantidad de ediciones de libros y el despertar de la distinción informativa mediante la lectura del libro electrónico (e-book), Internet.

Desde los papiros hasta el libro electrónico, el libro a lo largo de su historia siempre ha sido un símbolo de libertad, un símbolo de justicia, un símbolo de la búsqueda del bienestar, razón suficiente para ser perseguido, quemado, destruido, abominado por las mentes obtusas, oscuras y tiranas. Su accesibilidad siempre ha estado trabada por el poder económico, político y educativo; tal es, que la censura política, religiosa y los "cánones culturales" impuestos por la clases dominantes dispusieron que debería publicarse o no; se valieron desde censuras brutales (como la quema de libros) hasta sutiles censuras (como las altas tasas impositivas a los elementos del libro, que lo encarece, limitando su adquisición a los de mayor poder adquisitivo).

El libro, que en su nombre se escribe de muchas maneras desde hace más de dos milenios, no deja de tener interés, sólo nos cabe decir que es el medio multiplicador de ideas, transmisor de cultura, entroncado con la creatividad y existencia del hombre mismo, porque el libro podrá tomar diversas formas, pero no dejará de ser parte del hombre, de allí que "el libro es una síntesis de múltiples universos, donde confluyen, entre otros, la ciencia, la técnica, la estética, el arte, las ideologías, la información y donde el hombre ha volcado su pensamiento para hacer avanzar la civilización" ⁽⁵⁵⁾.

El libro en el Perú ha generado la propiedad intelectual - derechos intangibles de propiedad de autoría -, reconocida y protegida por ley (D.L. 822, Ley sobre el derecho de autor), acuñada en una cultura signada por el bajo nivel educativo y los bajos ingresos de la población que hacen de su adquisición algo difícil para la mayoría de los peruanos; que lamentablemente por una escasa valoración de la autoría intelectual, relajamiento de los valores y de las disposiciones legales surge la piratería editorial como un alivio para unos que les permite acceder al libro y el poco respeto a los derechos de autor y a la ley para otros comercializando los libros sin pagar los derechos de autor, se afirma que la piratería editorial, es en el Perú, un negocio próspero, paralelo al formal y con características de mafia ⁽⁵⁶⁾, cada vez con mejores recursos técnicos.

⁵⁵ CENTRO REGIONAL PARA EL FOMENTO DEL LIBRO EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE (1989) "El libro en el Perú, situaciones y perspectivas", p. 1

En el Perú, en 1996, se imprimieron 3 477 títulos (cuadro N° 04), equivalentes a 7 945 001 ejemplares, de los cuales se editaron por primera vez 2 895 títulos (5 459 613 ejemplares) reeditándose 585 títulos. El 55% de los títulos editados corresponden a los denominados didácticos (que implicó el 63% del número de ejemplares).

Temáticamente, los libros de ciencias sociales son los de mayor publicación (29%), seguido de educación (14%) y de tecnología y ciencias aplicadas (13%) (cuadro N° 05), se afirma que el 40% del mercado editorial es apropiado ilícitamente por los piratas ⁽⁵⁷⁾. Formalmente el 41% del total de las ventas (cuadro N° 06) se efectuó a través de los distribuidores, se logró exportar un total de 1 285 títulos vía 772 231 ejemplares por un valor de US \$ 963 102. En ese mismo año, 1996, por derechos de autor en el Perú se pagó US \$ 2 064 764 que representa el 6% de la facturación total del año.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- Accesibilidad al libro.- Formas y modos que el usuario tiene para acceder al uso utilitario del libro. ⁽⁵⁸⁾

⁵⁶ "Piratería" En: Revista *Quehacer* N° 119 jul-ago. 1999, p. 97

⁵⁷ "Piratería" En: Revista *Quehacer*, op.cit., p. 97.

- Buena Lectura.- Opciones de lectura que forman, enaltecen y fortalecen los valores humanos y sociales en la persona, de manera que lo va elevando intelectual y espiritualmente en la escala viviente del planeta ⁽⁵⁹⁾
- Cultura Chicha.- Substrato de la cultura tradicional, que violenta las formas, el lenguaje, el estilo y la presentación de las manifestaciones culturales. ⁽⁶⁰⁾
- Cultura de la Lectura.- Formas, modos, estilos de pensar y actuar del individuo sobre la lectura, su calidad y accesibilidad o los medios mecánicos de la lectura.⁽⁶¹⁾.
- Desarrollo del Libro.- Formas técnico-económicas para facilitar la accesibilidad al libro. ⁽⁶²⁾
- El Libro.- Medio objetivo en el cual se editan las producciones intelectuales de los autores ⁽⁶³⁾
- Lectura.- Proceso cognoscitivo de información, interpretación, saber con fines humanistas y utilitarios.⁽⁶⁴⁾

⁵⁸ Definición de PALACIOS SILVA, Rosa Elena

⁵⁹ Definición de PALACIOS SILVA, Rosa Elena

⁶⁰ GARGUREVICH R., Juan, *op.cit.*, p. 2

⁶¹ Definición de PALACIOS SILVA, Rosa Elena

⁶² Definición de PALACIOS SILVA, Rosa Elena

⁶³ SÁNCHEZ LIHON, Danilo (1978) "El libro y la lectura en el Perú", p. 37

- Piratería literaria.- Violación de los derechos de autor, mediante la publicación de producciones sin autorización de los autores (⁶⁵)

- Nivel Socio-económico.- Conjunto significativo de personas que comparten condiciones económicas y sociales que las hacen similares entre sí y distintas de las demás.(⁶⁶)

⁶⁴ SÁNCHEZ LIHON, Danilo (1978) "El libro y la lectura en el Perú", p. 42

⁶⁵ GARGUREVICH R., Juan, *op. cit.*, p. 2

⁶⁶ APOYO, OPINIÓN Y MERCADO S.A.(1999) "Niveles socio-económicos en Lima Metropolitana", p. 66

CUADRO N° 03

AGRUPACIÓN DE LAS DEFINICIONES DE CULTURA

GRUPO	SUBGRUPO	N° de definiciones
1. Descriptivo	1.1. Enumera de manera general	21
2. Histórico	2.1. Énfasis en la herencia social o en tradicional	22
3. Normativo	3.1. Énfasis en el rol o en el modo de vida.	21
	3.2. Énfasis en los ideales o valores más el comportamiento	6
4. Psicológico	4.1. Énfasis en el ajuste de la cultura como modo de resolver problemas.	17
	4.2. Énfasis en el aprendizaje	16
	4.3. Énfasis en el hábito	3
	4.4. Definición puramente psicológico	2
5. Estructural	5.1. Énfasis en los patrones o en la organización de la cultura.	9
6. Genético, orígenes	6.1. Énfasis en la cultura como un producto o artefacto	21
	6.2. Énfasis en las ideas	8

Fuente: KROEBER Y KLUCKHOHN; "CULTURE: A CRITICAL REVIEW OF CONCEPTS AND DEFINITIONS", referido por THATAR ALVAREZ, Vladimiro, en "Teoría de la cultura", UNE "Enrique Guzmán y Valle". Material de trabajo, p. 3.

CUADRO N° 04

PRODUCCIÓN DE TÍTULOS Y EJEMPLARES 1996

PRODUCCIÓN DE TÍTULOS Y EJEMPLARES POR SUBSECTOR EDITORIAL / 1996

SUBSECTOR EDITORIAL	TÍTULOS	%	EJEMPLARES	%
Didácticos	1 930	55	5 005 350	63
Interés general	786	23	1 589 000	20
Religiosos	204	6	635 600	8
Científicos, técnicos y profesionales	557	16	715 051	9
Total	3 477	100	7 945 001	100

PRODUCCIÓN DE TÍTULOS Y EJEMPLARES EN 1° EDICIÓN Y REEDICIÓN / 1996

TÍTULOS	REEDICIÓN		1° Edición	
	Ejemplares	Títulos	Ejemplares	Títulos
2 895	5 459 613	585	2 485 388	

Fuente original: CERLALC – UNESCO (1998). "El libro en América Latina y el Caribe: estadísticas de la comercialización y producción del libro en América Latina", p. 93.

Interpretación:

Los libros didácticos son los que más se producen representado por un 63% en contraposición de los libros religiosos los cuales sólo llegan a ocupar un 8% del total.

CUADRO N° 05

PRODUCCIÓN DE TÍTULOS POR CLASIFICACIÓN TEMÁTICA / 1996

CLASIFICACION TEMATICA	Títulos en 1° edición	%	Títulos en reedición	%
Literatura infantil y juvenil	204	7	53	9
Literatura adulta	370	13	-	-
Idiomas	38	1	8	1
Religión	15	1	8	1
Filosofía y psicología	38	1	-	-
Ciencias puras	166	6	-	-
Tecnología y ciencias aplicadas	386	13	38	6
Ciencias sociales	847	29	144	25
Geografía e historia	106	4	76	13
Educación *	393	14	242	41
Generalidades	60	2	8	1
Otros	189	7	8	1
Artes y deportes	83	3	-	-
Total	2 895	100	585	100

* Incluye los libros didácticos y paradidácticos.

Fuente original: CERLALC – UNESCO (1998). "El libro en América Latina y el Caribe: estadísticas de comercialización y producción del libro en América Latina", p. 94.

Interpretación

Los libros de ciencias sociales, educación, literatura infantil y juvenil y de tecnología y ciencias aplicadas son los de mayor publicación, en tanto que los de menor edición son los de idiomas, religión, filosofía y psicología. Los libros de mayor reedición son los de educación, seguido de los de ciencias sociales.

CUADRO N° 06

VENTA DE EJEMPLARES POR CANALES DE COMERCIALIZACIÓN / 1996

CANALES DE COMERCIALIZACION	EJEMPLARES	%
Canales tradicionales	931 188	12
Kioscos	386	0
Mercadeo directo	268 448	4
Supermercado	1 089	0
Puerta a puerta	40 030	1
Distribuidores	3 077 207	41
Bibliotecas	909 39	1
Ferias de libros	729 434	10
Gobierno	539 444	7
Escuelas y colegios	396 444	5
Otros *	1 515 727	20
Total	7 590 727	100

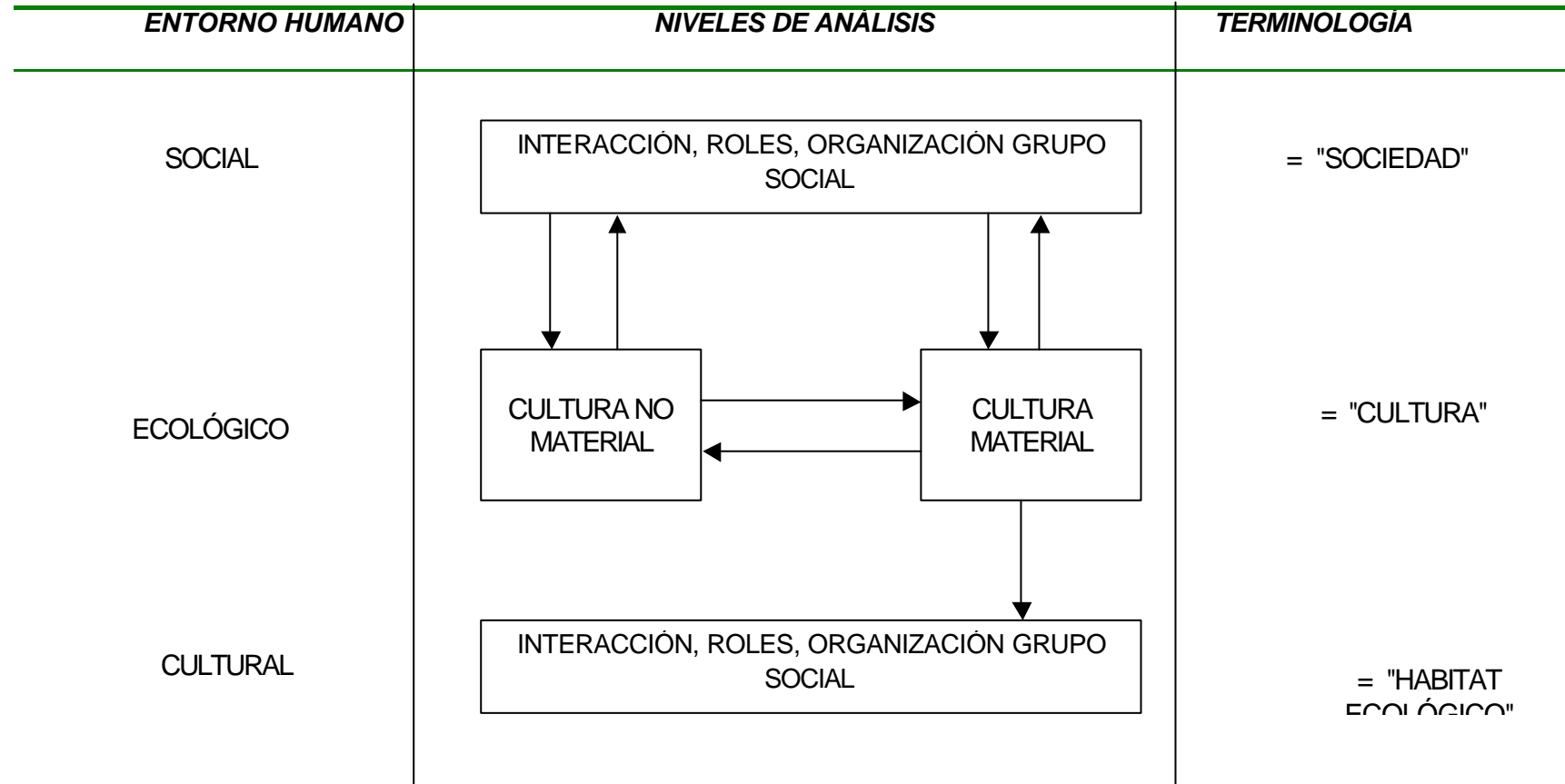
* Incluye suscripciones facultades, empresas, conferencias, representantes de provincia

Fuente original: CERLALC – UNESCO (1998). "El libro en América Latina y el Caribe: estadísticas de la comercialización y producción del libro en América Latina, p. 96.

Interpretación:

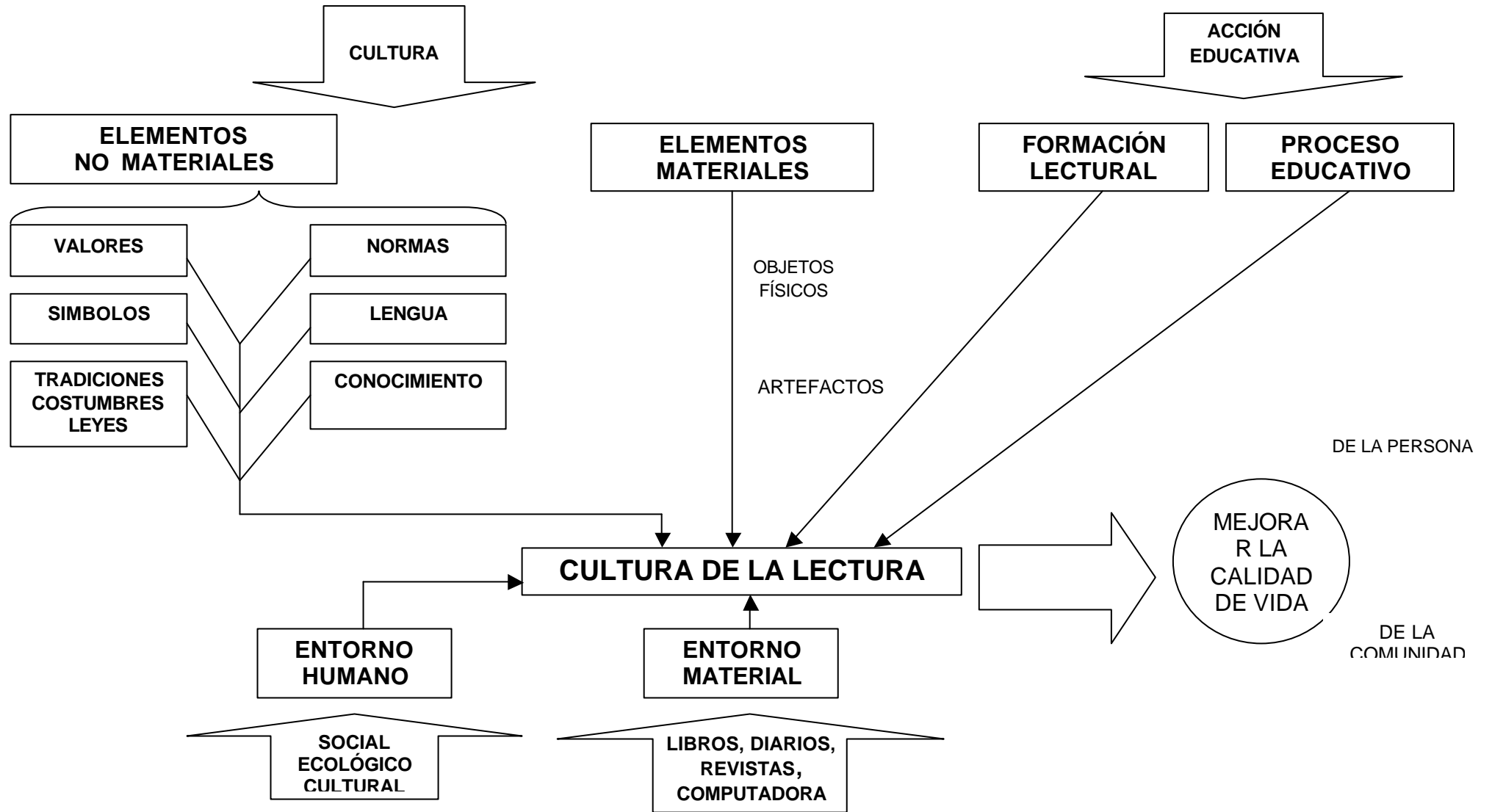
La venta de libros mayormente se hacen a través de distribuidores, canales tradicionales y ferias de libros. Las ventas en kioscos y supermercados son los canales de menor volumen.

GRÁFICO N° 01
INTERRELACIONES DE LOS NIVELES
DE ANÁLISIS ECOLÓGICO, CULTURAL Y SOCIAL



Fuente: LIGHT, Donald, et. al. (1995) "Sociología", p. 81

GRÁFICO N° 02 AMBIENTE DE LA CULTURA DE LA LECTURA



CAPÍTULO III

HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

3.1. HIPÓTESIS.

Hipótesis General

En los niveles socio-económicos B y C del distrito de San Juan de Lurigancho existen factores económicos, sociales y culturales que mediatizan la accesibilidad al libro y la cultura de la lectura.

Hipótesis Específicas

1. Los factores económicos, sociales y culturales de los NSE B y C de Juan de Lurigancho dificultan el acceso al libro.
2. La cultura de la lectura esta desvalorada por las restricciones socio-económicas-culturales existentes en los pobladores de los NSE B y C de San Juan de Lurigancho.

3.2. VARIABLES

1. Variables Dependientes

La accesibilidad al libro y la cultura de la lectura

2. Variables Independientes.

Los factores económicos, sociales y culturales.

3. Variables Intervinientes

Niveles socio económico B y C del distrito de San Juan de Lurigancho.

3.3. INDICADORES

Los indicadores correspondientes a las variables se anotan en el cuadro N° 07

CUADRO N° 07

VARIABLES E INDICADORES

Variable Nominal	Variable Real	Operatividad	Indicador
Dependiente	La accesibilidad al libro y la cultura de la lectura	<ul style="list-style-type: none"> • Lectoría • Cultura de la lectura • Prensa escrita • Piratería literaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Población que lee publicaciones • Tipo de Lectura • Preferencias de La lectura • Periodicidad de Lectura • Factores de la Lectura • Formación Lectoral • Nivel de lectoría • Perfil de la prensa • Segmentos y nichos de la prensa • Características de la piratería literaria • Adquisición de copias • Motivo de adquisición de copias • Fotocopias de libros

<p>Independiente</p>	<p>Los factores económicos, sociales y culturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Económico • Institucional • Social • Cultural 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos. • Gastos en material de lectura • Promoción del libro • Escasa demanda del libro • Competencia desleal del Libro • La globalización de la información • Alternativa tecnológicas • Perspectivas del libro • Nivel educativo • Actitud hacia la lectura
<p>Interviniente</p>	<p>Niveles socioeconómicos B y C del distrito de San Juan de Lurigancho</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Entorno 	<ul style="list-style-type: none"> • Indicadores sociales • Indicadores culturales • Indicadores económicos

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. METODOLOGÍA EMPLEADA

➤ **Tipo y Nivel de Investigación**

El propósito de la presente investigación es identificar y describir las características de los elementos de la cultura de la lectura y la accesibilidad al libro en el distrito de San Juan de Lurigancho, por ello, la presente investigación es de tipo aplicativo y de nivel descriptivo - explicativa

➤ **Metodología del estudio**

En el análisis de las dimensiones de la cultura del libro y su accesibilidad para establecer el perfil situacional de la cultura de la lectura en el nivel socio-económico B y C del distrito de San Juan de Lurigancho de Lima, fue necesario levantar información en los referido NSE. Este planteamiento analítico, implicó desarrollar el siguiente esquema metodológico.

- a. En principio se formuló el diseño metodológico partiendo del planteamiento y definición del problema, determinación de los objetivos de la investigación, la justificación del estudio y la determinación de la hipótesis.
- b. El marco referencial desarrollado en el capítulo segundo, es el planteamiento teórico de las dimensiones del estudio.
- c. Para el análisis de los factores recurrentes en la cultura de la lectura y en la accesibilidad al libro, que permita establecer el perfil situacional de los mismos en los NSE B y C, fue necesario para el presente estudio, efectuar el trabajo de campo empleando como instrumento: la encuesta, la misma que fue aplicada a los pobladores de los referidos NSE (muestra aleatoria).

➤ **Tratamiento Estadístico**

La información obtenida en el trabajo de campo, fue objeto de:

- a. Tabulación de la información, codificación y transferencia de la información a una matriz de cálculo computarizado (SPSS).
- b. Determinación de la distribución de las frecuencias y su incidencia participativa (porcentajes)

- c. La información y su tratamiento estadístico se presentan en matrices y gráficos estadísticos. De manera que la esquematización de la información obtenida en el trabajo de campo facilite su interpretación y análisis.
- d. Análisis unidimensional de la información obtenida, tendiente a estructurar el perfil situacional de la cultura del libro y su accesibilidad en la población del estudio.
- e. Los estadísticos empleados fueron los de tendencia central: media, mediana; de dispersión: Chi Cuadrado, desviación estándar.

4.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

UNIVERSO: Comprende la población del distrito de San Juan de Lurigancho, que en 1999 se estima en 694 mil habitantes aproximadamente

POBLACIÓN: Está dada por la población mayor de 15 años que pertenece a los niveles socio – económicos B y C de San Juan de Lurigancho.

- La población mayor de San Juan de Lurigancho mayor de 15 años es 483 mil habitantes* .
- La población mayor de 15 años y de los NSE B y C de San Juan de Lurigancho estimada es:

NSE B:	69.5 mil
NSE C:	<u>163.2 mil</u>
TOTAL:	232.7 mil habitantes

➤ **MUESTRA:**

Conforme a las variables asociadas del estudio (Nivel socioeconómico B y C, lugar de residencia de estos pobladores determinados por el "Plano Estratificado del distrito de San Juan de Lurigancho a nivel de manzanas según estratificación socioeconómica de hogares" (anexo N° 03), elaborado por el INEI, y aplicado a mayores de 15 años de edad, que forman parte de la PEA) se ha trabajado con una muestra:

- Probabilística, donde todos los elementos de la población objetivo tuvieron la misma posibilidad de ser encuestados.
- Muestra aleatoria de 399 personas.
- Sin reemplazo, cada poblador tuvo una sola oportunidad de ser encuestado.

El tamaño de la muestra se obtuvo con la siguiente fórmula:

$$n' = \frac{S^2}{V^2} = \frac{\text{Varianza de la muestra}}{\text{Varianza de la población}}$$

Lo cual se ajusta conociéndose el tamaño de la población:

$$n'' = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}}$$

Donde:

N : población: 232.7 mil personas

Y : valor promedio de una variable = 1, una persona individual

Se: error estándar = 0,015, se ha determinado. Es aceptable pues es muy pequeño.

V^2 : Varianza de la población. Su definición $(Se)^2$ el cuadro del error estándar.

S^2 : Varianza de la muestra expresada como la probabilidad de ocurrencia de \bar{Y} .

Sustituyendo se tiene:

$$n' = \frac{S^2}{V^2}$$

$$S^2 = p(1-p) = 0,9(1 - 0.9) = 0.09$$

$$V^2 = (0,015)^2 = 0,000225$$

$$n' = \frac{0,09}{0,000225} = 400$$

ajustando se tiene:

$$n'' = \frac{n'}{1 + \frac{n'}{N}} = \frac{400}{1 + \frac{400}{232\,700}}$$

$$n'' = 399$$

En la presente investigación se requerirá una muestra de 399 personas, en un muestreo sin reposición.

4.3. INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El instrumento básico del trabajo de campo fue la encuesta aplicada a los miembros de los NSE B y C del distrito de San Juan de Lurigancho (anexo N° 04).

➤ Tipo de encuesta

La encuesta fue cerrada (con algunas preguntas abiertas); en donde los encuestados fueron los residentes habituales del hogar en los niveles socio económico, identificados en el "Plano Estratificado del distrito de

San Juan de Lurigancho a nivel de manzanas según estratos socioeconómicos de hogares", elaborado por el INEI.

➤ **Cobertura de la encuesta**

Se aplicó en la parte urbana de los Niveles Socio Económico (NSE) B y C (que corresponden a las clases sociales media y baja, los no pobres) del distrito de San Juan Lurigancho.

El trabajo de campo se realizó en el mes de diciembre del año 2000.

➤ **Cobertura Temática**

La encuesta comprende los siguientes temas:

- Composición de la muestra (edad, sexo, grado de instrucción)
- Identificación NSE.
- Actividades en los ratos de ocio
- La lectura
- Acceso al libro

➤ **Método de entrevista**

Realizada directamente en la vivienda de los encuestados las cuales fueron identificadas y ubicadas como pertenecientes a los NSE B y C del distrito en referencia.

4.4. VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LA MUESTRA.

Confiabilidad

La confiabilidad de un instrumento de investigación está referido al grado en el cual una medición contiene errores variables. Éstas, son diferencias entre observaciones durante el trabajo de campo y que varían de vez en cuando para una unidad de análisis. Para la confiabilidad de la muestra se toman los siguientes aspectos básicos:

- a. El diseño y esquema de muestreo. Teniendo en cuenta que la identificación de los encuestados del NSE B y C de San Juan de Lurigancho se ha realizado en base al Plano estratificado del distrito de San Juan de Lurigancho a nivel de manzanas según estratos socio económicos de hogares NSE del INEI, que permitió ser precisos y confiables en a quienes se aplicó la encuesta. En el aspecto técnico de la encuesta ésta ha sido cuidadosamente elaborada.

- b. Tamaño de la muestra. Determinada técnicamente, tal como se ha visto anteriormente.
- c. Encuesta piloto. Durante la etapa de elaboración del instrumento, y antes de su aplicación definitiva, se aplicó una encuesta piloto a 37 personas (anexo N° 5).
- d. Control de errores. Los errores e inconsistencias de la encuesta fueron corregidas continuamente, hasta antes de su aplicación definitiva.
- e. Cálculo de la confiabilidad

A través de la prueba Alfa - Crombach.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Donde:

α = Confiabilidad calculada

K = N° total de puntos de indagación en el estudio

Si^2 = Varianza de cada punto individual

S_t = Desviación standard

$\alpha > 0.5 \longrightarrow 1$

$r = 0.90$

Es un coeficiente aceptable

Validez

Es el procedimiento por el cual el instrumento mide realmente las variables que debe medir.

A través de la “r” de Pearson

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N (\sum X^2) - (\sum X)^2] [N(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Donde:

O_r = Validez encontrada

X = Puntaje obtenido por todas las personas en un ítem

Y = Puntaje obtenido por todas las personas en todo el instrumento



Accesibilidad al libro y la cultura de la lectura en el Distrito de San Juan de Lurigancho. Palacios Silva, Rosa Elena.

N = N° de personas.

Se obtuvieron 21 ítems válidos.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

5.1. PRESENTACIÓN

El trabajo de campo realizado tiene por objeto demostrar las hipótesis planteadas a través de la evidencia empírica de la cultura de la lectura y el acceso al libro que tiene la población de los NSE B y C del distrito de San Juan de Lurigancho.

Los resultados obtenidos han sido agrupados en función a los objetivos e hipótesis planteados en el estudio. De manera taxativa los resultados se presentan de acuerdo a los factores que han sido objeto de estudio:

- Sociales
- Económicos
- Culturales

5.2. FACTORES SOCIALES

El distrito de San Juan de Lurigancho está entre los distritos más importantes del país, debido a su volumen poblacional (582 975 habitantes en

1993), en la división política administrativa se encuentra ubicado dentro del primer estrato poblacional (poblaciones con más de 300 mil habitantes), aspectos que marcan su relevancia poblacional y por ende social. Población emergente, ávida de desarrollo y progreso, de educación y cultura, de lectura y libro, entre otros justos anhelos.

Con una probabilidad de error del 5%, de la composición muestral por sexo, podemos decir que estadísticamente existen diferencias significativas en relación con la edad (anexo N° 06), así como con el grado de instrucción.

CUADRO N° 08
COMPOSICIÓN POR GÉNERO Y EDAD

Género	Masculino		Femenino		Total	
	Edad (Años)	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia
Menor de 20	3	0,8	5	1,2	8	2,0
De 21 a 25	31	7,8	67	16,8	98	24,6
De 26 a 30	49	12,3	70	17,5	119	29,8
De 31 a 35	29	7,2	21	5,3	50	12,5
De 36 a 40	19	4,8	18	4,5	37	9,3
De 41 a 45	7	1,7	7	1,8	14	3,5
De 46 a 50	15	3,8	12	3,0	27	6,8
De 51 a 55	5	1,2	2	0,5	7	1,8
Mayor de 55	8	2,0	5	1,2	13	3,2
N/R	12	3,0	14	3,5	26	6,5
TOTAL	178	44,6	221	55,3	399	100,0

En este cuadro se observa que la mayoría de encuestados pertenecen al género femenino, mostrando la tendencia de la preeminencia del sexo femenino en la composición poblacional del distrito; resultado explicado, también, porque la encuesta se aplicó los siete días de la semana, comprendiendo días laborales, cuando la mayoría de los hombres se encuentra laborando.

Es necesario tener en cuenta que en nuestro país la mujer paulatinamente va adquiriendo mayor presencia en todas las actividades del quehacer humano y logrando mayores oportunidades de progreso, tal como señala la UNICEF/INEI (1995)

“La situación y posición de la mujer peruana ha evolucionado en forma relativamente favorable en la última década. Se observa un incremento del nivel educativo de la mujer, un descenso de la fecundidad, un aumento de su participación en el espacio público y una mayor inserción en el mercado laboral”

Oportunidades como mayor acceso a la educación y al libro, los cuales va logrando con el tiempo. Asimismo, se observa que la mayor parte de los encuestados tienen entre 18 y 30 años de edad, población joven en plena formación y capacitación, luego le sigue la población de 31-40 años que representa el 21,8%, segmento poblacional que busca consolidar sus logros económicos, intelectuales y sociales.

CUADRO N° 09

GRADO DE INSTRUCCIÓN

Género	Masculino		Femenino		Total		
	Instrucción	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Primaria		2	0,5	0	0,0	2	0,5
Secundaria		35	8,8	76	19,0	111	27,8
S.T. Completa		28	7,0	29	7,3	57	14,3
S.T. Incompleta		15	3,8	18	4,5	33	8,3
S.T. En curso		14	3,5	30	7,5	44	11,0
S.U. Completa		50	12,5	41	10,3	91	22,8
S.U. Incompleta		7	1,8	10	2,5	17	4,3
S.U. En curso		13	3,2	15	3,8	28	7,0
N/R		14	3,5	2	0,5	16	4,0
TOTAL		178	44,6	221	55,4	399	100,0

Nota: S.T.: Superior técnica

S.U.: Superior universitaria

Otro aspecto del perfil del encuestado es que, la mayoría tiene educación superior (cuadro N° 09); observándose de ello que:

CUADRO N° 09.1			
Situación de la población con educación superior			
Educación superior	Técnica (%)	Superior (%)	Total
Completa	14,3	22,8	37,1
Incompleta	8,3	4,3	12,6
En curso	11,0	7,0	18,0
Total	33,6	34,1	67,7

El 33% cuenta con educación superior técnica y el 34,1% educación superior universitaria, sumando entre ambas el 67,7%. En cuanto al nivel educativo con respecto al género se tiene:

CUADRO N° 09.2		
Segmento poblacional por género con estudios superiores		
Instrucción	Masculino	Femenino
S.T. Completa	28	29
S.T. Incompleta	15	18
S.T. En curso	14	30
S.U. Completa	50	41
S.U. Incompleta	7	10
S.U. En curso	13	15
SUBTOTAL	127	143
Total por Género	178	221
%	71,3	64,7

El subtotal mostrado, es la suma de los componentes cuantitativos de los tipos y estados de educación superior, tanto para el género masculino como femenino, los cuales son tomados como referencia para anotar las cantidades absolutas (127 masculino y 143 femenino) y relativas (71,3% y 64,9% respectivamente); el total por género es el mismo que se tiene en el cuadro N° 09, los cuales facilitan tomar las cifras para el cálculo de las cantidades relativas.

La educación superior es un aspecto de la dimensión humana que lo predispone a tener una actitud positiva a la cultura de la lectura y tener conocimiento de los medios, lugares y formas para acceder al libro; esto, debido a que la educación superior influye y forma en el educando la gestión bibliográfica, sea para reforzar, ampliar, compilar información o conocimientos de su interés; segmento muestral que esta en ventaja frente al que cuenta con educación primaria (0,5%) y nivel secundaria (27,8%).

5.3. FACTORES ECONÓMICOS

Los factores económicos que inciden en la accesibilidad al libro y la cultura de la lectura se encuentran en el ingreso familiar mensual, las tenencias y las tendencias adquisitivas.

CUADRO N° 10

MUESTRA: INGRESO FAMILIAR MENSUAL (Nuevos Soles)

Ingresos (S./.)	Masculino		Femenino		Total		% Acumulado
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%	
Menos 1,000	43	10,8	74	18,5	117	29,3	29,3
1 001 - 1 250	16	4,0	19	4,8	35	8,8	38,1
1 251 - 1 500	16	4,0	20	5,0	36	9,0	47,1
1 501 - 1 750	15	3,8	24	6,0	39	9,8	56,9
1 751 - 2 000	27	6,8	22	5,5	49	12,3	69,2
2 001 - 2 250	11	2,7	11	2,8	22	5,5	74,7
2 251 - 2 500	9	2,2	9	2,2	18	4,5	79,2
2 501 - 2 750	4	1,0	6	1,5	10	2,5	81,7
2 751 - 3 000	5	1,2	1	0,3	6	1,5	83,2
+ de 3 000	15	3,8	15	3,8	30	7,5	90,7
N/R	17	4,3	20	5,0	37	9,3	100,0
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0	

Fuente: Resultados de la encuesta aplicada

En este cuadro se observa que casi un tercio de los encuestados tiene un ingreso familiar mensual menor a mil nuevos soles, ingreso que limita la adquisición del libro o de otro medio de lectura (periódicos, revistas), dado que primero tiene que satisfacer sus necesidades básicas. Considerando que el 8,8 % gana entre 1 001 - 1 250 nuevos soles y un 9% tiene ingresos entre 1 251 y 1 500 nuevos soles, se puede señalar que el 17,8% recibe entre 1 001 y 1 500 soles mensuales. El ingreso familiar promedio calculado es de 1 616 nuevos soles; debajo de este ingreso está el 52% de la población

entrevistada y por arriba de este promedio se encuentra el 48%, población que por su ingreso se encuentra en mejores condiciones de acceder al libro y a otros medios de información, pero observamos que escasamente el 4,0% tienen ingresos entre 2 501 - 3 000 y el 7,5% ingresos superiores a 3 000 soles, es decir, que sólo el 11,5% tienen ingresos superiores a 2 500, que en cierto modo le daría solvencia para acceder al libro.

Otro aspecto constitutivo del perfil del encuestado es el ingreso económico, donde el ingreso de los encuestados está diferenciado por el género ($X^2_c > X^2_t$; $10,218 > 18,31$, calculado con datos del cuadro N° 10)** pues el ingreso medio de los hombres es S/. 1 740, cifra mayor a S/. 1 587, que es el ingreso medio de las mujeres encuestadas, diferencias que colocan al hombre en mejor posición económica para acceder al libro.

Los ingresos promedio obtenidos en esta investigación son corroborados con la tenencia de artefactos electrodomésticos en el hogar, donde el 89,9% de los encuestados tienen televisor a color (cuadro N° 11), el 84,5% equipo de sonido y el 69,7% refrigeradora, que son los artefactos “básicos” que mayormente tienen los hogares en una sociedad moderna. También se observa que sólo el 20,3% tiene computadora, una herramienta moderna de trabajo, cultura, información, entretenimiento y relaciones sociales.

** *Fórmula que significa que el Chi cuadrado calculado es mayor que el Chi cuadrado teórico*

CUADRO N° 11
TENENCIA DE ARTEFACTOS

Artefacto	Frecuencia	%
TV Color	359	89,9
Equipo de sonido	337	84,5
Refrigeradora	278	69,7
Waflera	70	17,5
Aspiradora	106	26,6
Videograbadora	163	40,9
Computadora	81	20,3
Lavadora	104	26,1
Horno Microondas	63	15,8
Filmadora	17	4,3
N/R	15	3,8

(*) Respuestas múltiples

Otro aspecto a resaltar es que los encuestados, luego de haber satisfecho sus necesidades básicas, el 34,3% prefiere adquirir ropa (cuadro N° 12), un 18,5% adquiere libros, al respecto cabe señalar que los hombres tienen mayor preferencia (10,5%) por adquirir libros que las mujeres (8,0%).

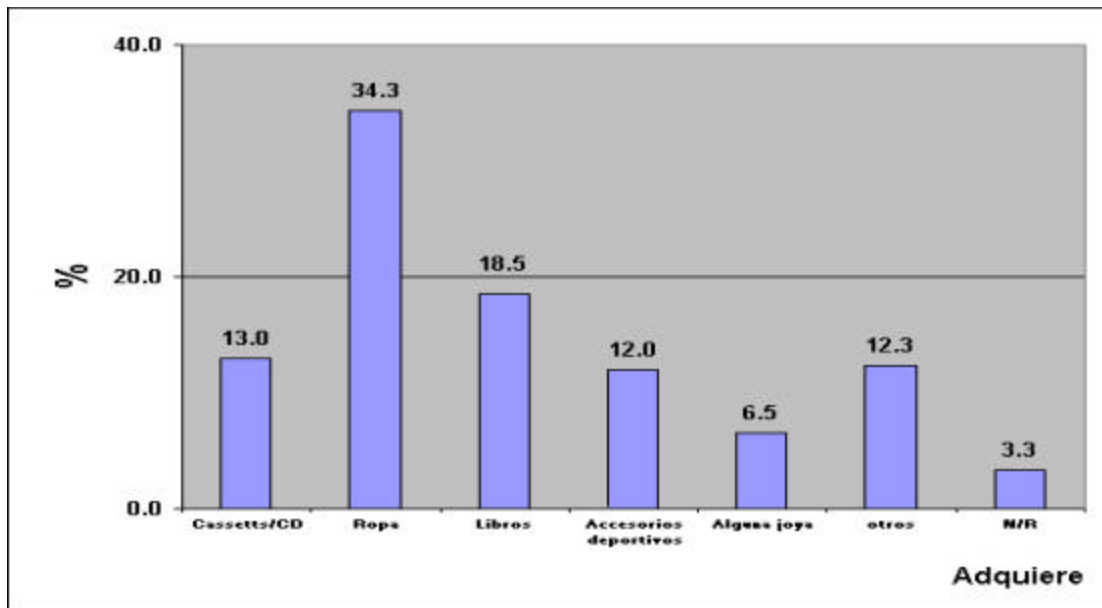
CUADRO N° 12

LUEGO DE SASTIFACER LAS NECESIDADES BÁSICAS PREFERE ADQUIRIR

Prefiere Adquirir	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Cassettes/CD	6	1,5	46	11,5	52	13,0
Ropa	60	15,0	77	19,3	137	34,3
Libros	42	10,5	32	8,0	74	18,5
Accesorios deportivos	24	6,0	24	6,0	48	12,0
Alguna joya	2	0,5	24	6,0	26	6,5
Otros	37	9,3	12	3,0	49	12,3
N/R	7	1,8	6	1,5	13	3,3
TOTAL	178	44,6	221	55,3	399	99,9

GRAFICO N° 03

LUEGO DE SASTIFACER LAS NECESIDADES BÁSICAS PREFERE ADQU



Estos resultados reflejan una realidad latinoamericana, cabe mencionar a Laura Sandroni (1991), quien en su obra "Lectura y medios de comunicación de masas", señala que en Latinoamérica, el acceso al material impreso es exclusivo de las clases sociales de mayor poder adquisitivo. Estructurándose el círculo vicioso donde el libro, poderosa palanca del acceso social y humano, se transforma en instrumento de estratificación de clases. Sandroni, continúa afirmando, que sólo quienes tienen recursos pueden adquirir libros y sólo aquellos que tienen acceso a los libros encuentran condiciones favorables al desarrollo humano económico y social. Por ello, esta investigadora concluye que el bajo número de lectores se debe a las condiciones socioeconómicas del subdesarrollo, el desinterés gubernamental, la precariedad de las casas editoras y la ineficiencia de las instituciones escolares; en consecuencia las poblaciones de bajo poder adquisitivo, impedidas de comprar libros, revistas y periódicos buscan en la radio y la televisión la información y el esparcimiento y se alejan cada vez más de cualquier interés por la lectura transmitida de padres a hijos.

Las variables, género, edad, ingreso familiar, tenencia de artefacto electrodoméstico y adquisición de algún bien menor dan lugar al siguiente perfil:

- La población, está predominada por el género femenino, tendencia general en el distrito.
- La muestra en su mayoría está constituida por una población joven, menor de 30 años de edad.
- El 67,7% de los encuestados cuenta con educación superior, aspecto que forja la actitud hacia la lectura y el libro.
- El ingreso familiar promedio es de 1 616 soles mensuales, debajo de este promedio está el 52% de la población muestral, aspecto que limita su predisposición a adquirir algún libro u otro medio de información.
- Más del 70% tiene televisor a color, refrigeradora y equipo de sonido, pero sólo el 20% tiene una computadora, herramienta básica en las labores cotidianas en la sociedad del siglo XXI la cual cada vez está tomando mayor posicionamiento en la lectura e información.

5.4. FACTORES CULTURALES

Los factores culturales están direccionados por la actitud hacia la lectura (sean libros, revistas o periódicos) y al libro.

**CUADRO N° 13
ACTIVIDAD EN RATOS LIBRES**

Actividad	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Lee un libro	34	8,5	58	14,5	92	23,0
Lee una revista	30	7,5	61	15,3	91	22,8
Oír música	42	10,5	36	9,0	78	19,5
Bailar	3	0,8	13	3,3	16	4,1
Ver TV	30	7,5	26	6,5	56	14,0
Practicar deporte	18	4,5	13	3,3	31	7,8
Salir de casa	14	3,5	7	1,8	21	5,3
N/R	7	1,8	7	1,8	14	3,5
TOTAL	178	44,6	221	55,5	399	100,0

Según este cuadro, una cantidad significativa de los encuestados afirma que en sus ratos de ocio lee un libro, o lee una revista, es decir que el 45,8% tiene por preferencia el leer en sus ratos libres, en esto, la mujer (29,8%) tiene mayor afinidad por la lectura que el hombre (16%). El resto prefiere oír música (19,5%), ver televisión (14%), practicar deporte (7,8%), etc.

Este 45,8% que manifiesta tener preferencia por la lectura en sus ratos de ocio, resulta revelador para nuestra realidad económica-educativa, ya que observamos que casi la mitad de los encuestados leen, sea por placer 44,9%, (cuadro N° 14), por moda (13%), por estudios (25,8%), porque una publicación está de moda (13%) o por imitación (6,5%), es decir contrario a lo que se cree sí se lee, resultado que se condice con lo apreciado por Carmen Villanueva (1997) quien afirma:

“ Es un lugar común decir que en el Perú no se lee. Si queremos ser realmente exactos, deberíamos decir que no sabemos qué se lee, ni cuánto, ni quiénes ni por qué se lee o no se lee. Porque tenemos datos de cuánto se vende en las librerías, pero ese dato no es equivalente a población lectora” ⁽⁶⁶⁾

CUADRO N° 14
RAZÓN POR LA CUAL LEE

Motivo	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Por placer	95	23,8	84	21,1	179	44,9
Por moda	7	1,7	45	11,3	52	13,0
Por estudios	63	15,8	40	10,0	103	25,8
Por trabajo	0	0,0	15	3,8	15	3,8
Amigos que leen	6	1,5	20	5,0	26	6,5
N/R	7	1,8	17	4,2	24	6,0
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

⁶⁶ VILLANUEVA Carmen (1997) “El problema del libro en el Perú: el punto de vista de las bibliotecas”, p. 15

Los resultados encontrados en esta investigación están dentro de lo que afirma Fernando Savater (1997) en “El valor de la lectura”, quien señala que “el primer valor de la lectura es el placer que proporciona a quien la realiza. Sólo con este objetivo quedaría plenamente justificado la promoción de hábitos lectores”. El leer implica: inteligencia y voluntad, fantasía y sentimientos, pasado y presente, contribuyendo y afianzando el proceso de madurez a través de la autonomía intelectual, por ello, dice Savater, es garantía de la libertad personal del lector y enriquece al lector, ya que la lectura es una de las actividades que mejor contribuyen al desarrollo de las diferentes facetas de la personalidad. En consecuencia, el libro, a decir de Savater, es un formidable instrumento para una permanente formación intelectual, moral, afectiva y estética del lector, al tiempo que ampliará su experiencia y desarrollará su capacidad de comprensión y expresión (⁶⁷).

En los últimos seis meses la mayoría (60,2%) no ha leído ningún libro (cuadro N° 15), en tanto que un tercio manifestó haber leído en ese tiempo.

⁶⁷ SAVATER, Fernando (1999) "El valor de la lectura", p. 1

CUADRO N° 15

LECTURA EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES

Leyó	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Sí	56	14,0	81	20,3	137	34,3
No	109	27,3	131	32,8	240	60,2
N/R	13	3,3	9	2,3	22	5,5
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

Estos resultados reflejan la situación educativa del país en general, pues, como señala el Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (1989), “el bajo nivel educativo y de ingresos de la población hacen la adquisición de un libro algo difícil para la mayoría de los peruanos” ⁽⁶⁸⁾

Resultados de estudios realizados por la UNESCO (2000) mencionado en el diario El Comercio (24/03/02) comentan acerca del promedio de libros que se lee en América Latina, mientras en países como Argentina, Brasil y México se lee 5 libros al año en el Perú se llega a leer menos de un libro al año, cifra realmente preocupante.

⁶⁸ CERLALC (1989) "El libro en el Perú, situación y perspectivas", p. 15

CUADRO N° 16
PREFERENCIA EN LA LECTURA

Preferencia	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Cuentos	27	6,8	89	22,3	116	29,1
Novelas	31	7,8	72	18,0	103	25,8
Poesía	22	5,5	38	9,5	60	15,0
Periódicos	65	16,3	124	31,1	189	47,4
Revistas	61	15,3	133	33,3	194	48,6
Otros	0	0,0	7	1,8	7	1,8
N/R	7	1,8	4	1,0	11	2,8

(*) Respuestas múltiples

Entre los encuestados se aprecia mayor preferencia por leer periódicos (47,4%), y revistas (48,6%) ambas son lecturas informativas, livianas, cortas, de entretenimiento y de menor costo y esfuerzo. En tanto que el 29,1% prefiere leer cuentos, mientras que el 25,8% novelas.

Éste, es un resultado sustantivo de la presente investigación, siendo entre los bibliotecólogos válido correlacionar y averiguar ¿qué leen? y ¿dónde leen?, a fin de sustentar la existencia de la “cultura del libro” entre los encuestados.

En principio, existe diferencias sustantivas en las preferencias por la lectura entre los géneros ($X^2_c > X^2_t$; 13,89 > 12,59, calculado con datos del cuadro N° 15), tal es que la preferencia por la lectura la cual es marcada mayormente por la lectura informativa (periódicos y revistas), en la lectura

“cultura formativa” se prefiere los géneros literarios (cuentos y novelas).

Resultado que tiene relación con la Encuesta Nacional de Hogares, en cuanto a la Percepción de la Cultura en los Hogares Urbanos del INEI:

“Los periódicos (53,4%) y los libros (39,9%) fueron señalados como las publicaciones de mayor lectura por los miembros del hogar. En Lima Metropolitana se aprecia un mayor porcentaje de lectores de periódicos, 59.6%. En el resto urbano, se encuentra proporciones similares en los periódicos y revistas (47,0% y 46,1% respectivamente) (⁶⁹)

En este contexto se observa una marcada preferencia por leer los diarios "serios", la mayoría lee “El Comercio”, seguido de “ La República” (cuadro N° 17). En cuanto a los diarios deportivos la preferencia está fijada en los hombres. Los "diarios chicha" tienen mayor acogida en las mujeres.

CUADRO N° 17
PERIÓDICO QUE COMPRA O LEE

Periódico	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
El Comercio	70	17,5	73	18,3	143	35,8
La República	24	6,0	37	9,3	61	15,3
Ojo	23	5,8	29	7,3	52	13,0
Expreso	10	2,5	12	3,0	22	5,5
Gestión	2	0,5	11	2,8	13	3,3
Síntesis	3	0,8	2	0,5	5	1,3
Liberación	3	0,8	8	2,0	11	2,8
Diarios chicha	12	3,0	35	8,8	47	11,8
Diarios deportivos	70	5,0	7	1,8	27	6,7
Correo	3	0,8	0	0,0	3	0,8
No compra	8	2,0	7	1,8	15	3,8
TOTAL	228	44,7	221	55,6	399	100,0

⁶⁹ INEI (2000) "Encuesta nacional de hogares: percepción de la cultura en los hogares urbanos", p. 5

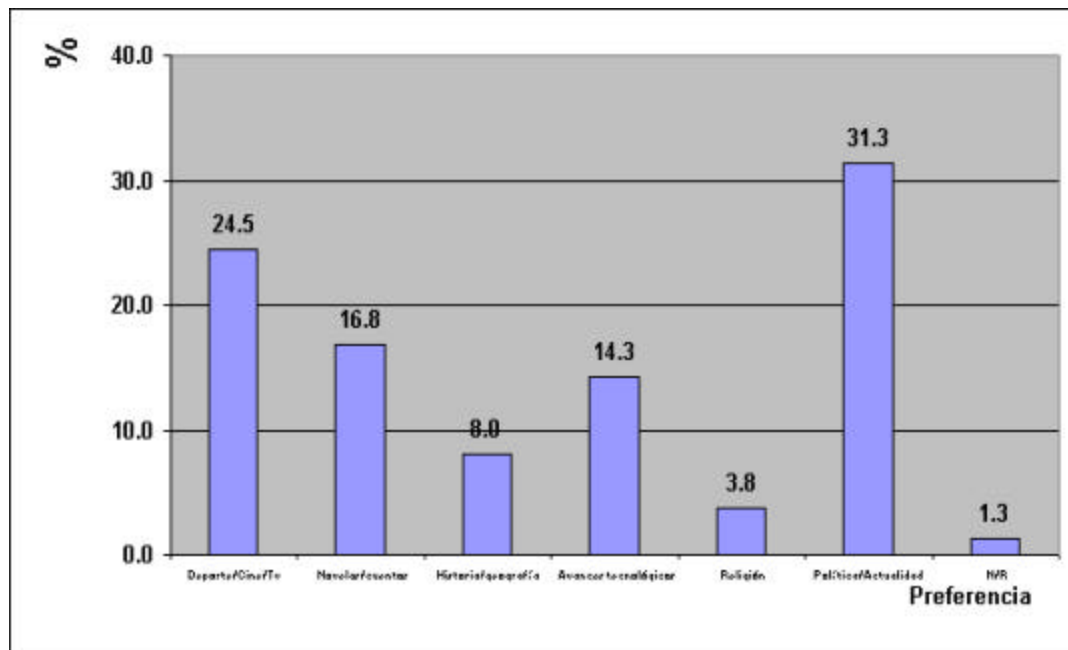
Aun cuando la prensa amarilla, expone llamativos titulares, este hecho no marca preferencia de compra o lectura, explicado, porque estos grupos poblacionales cuentan con algún grado de nivel superior, que le da un tamiz intelectual sobre la preferencial lectural hacia esta clase de periódicos.

Los temas que los entrevistados prefieren leer son política, actualidad, (cuadro N° 18) y deporte. En menor preferencia se tiene las novelas o cuentos y avances tecnológicos. El encuestado, mayormente, busca estar informado sobre el acontecer de interés nacional, de allí que el 38,1% y el 27,8% (cuadro N° 19) compra el periódico todos los días o interdiario respectivamente.

CUADRO N° 18
TEMAS DE LECTURA PREFERIDA

Temas de lectura	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Deporte/Cine/Tv	66	16,5	32	8,0	98	24,5
Novelas/cuentos	28	7,0	39	9,8	67	16,8
Historia/geografía	13	3,3	19	4,7	32	8,0
Avances tecnológicos	18	4,5	39	9,8	57	14,3
Religión	6	1,5	9	2,3	15	3,8
Política/Actualidad	45	11,3	80	20,0	125	31,3
N/R	2	0,5	3	0,8	5	1,3
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

GRAFICO N° 04
TEMAS DE LECTURA PREFERIDA

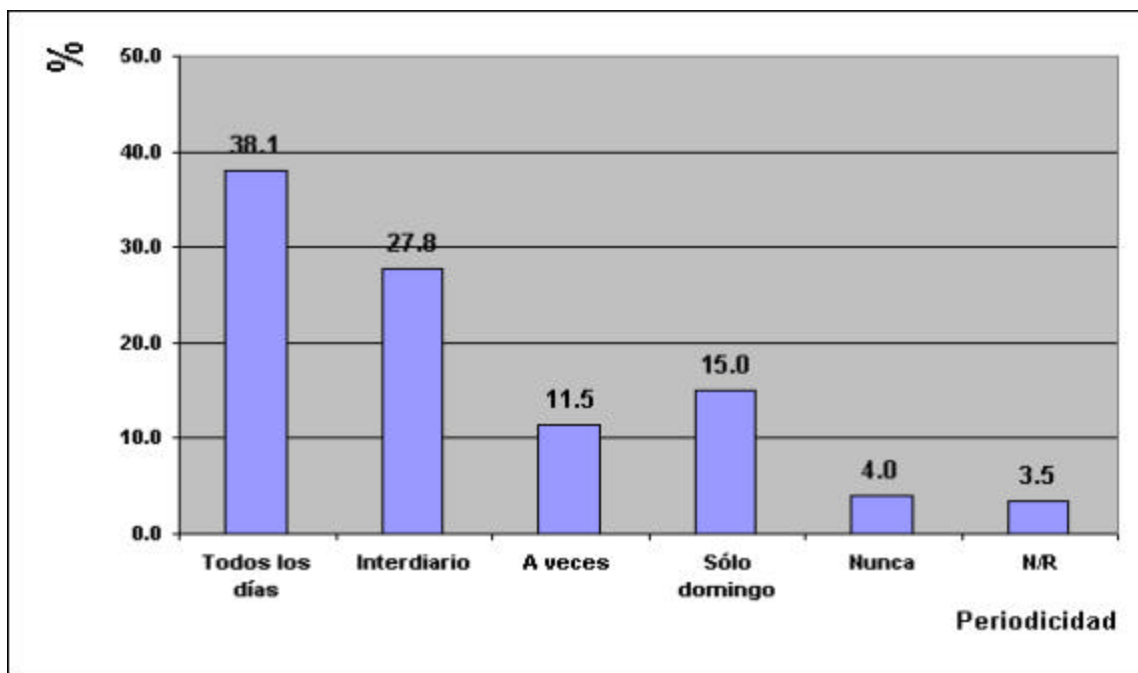


CUADRO N° 19

PERIODICIDAD EN LA COMPRA DE PERIÓDICOS

Periodicidad	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Todos los días	65	16,3	87	21,8	152	38,1
Interdiario	49	12,3	62	15,5	111	27,8
A veces	20	5,0	26	6,5	46	11,5
Sólo domingo	32	8,0	28	7,0	60	15,0
Nunca	8	2,0	8	2,0	16	4,0
N/R	4	1,0	10	2,5	14	3,5
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

GRAFICO N° 05
PERIODICIDAD DE COMPRA DE PERIÓDICO



La lectura de periódicos complace muchísimo al adolescente, señala L. Sandroni (1992), y lo lleva al camino del libro, pues este joven tiene una actitud de apertura hacia el mundo, la curiosidad en relación con nuevas culturas y experiencias distintas, a lo que aúna la pasión por el deporte, por la política, por las artes, y el periódico trae en sus páginas una síntesis de lo que pasa en el mundo y en todas esas áreas.

El hábito de la lectura, también se logra por imitación, como en el caso del niño que influido por el hábito familiar comienza a leer periódicos revistas y libros, lo cual conduce a formarlo como lector.

CUADRO N° 20
FRECUENCIA DE COMPRA DE LIBRO

Frecuencia de compra	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No compra	29	7,3	63	15,8	92	23,0
Sí compra						
Mensual	2	0,5	13	3,3	15	3,8
Cada 2 meses	7	1,7	23	5,8	30	7,5
Cada 3 meses	34	8,5	25	6,3	59	14,8
Cada 6 meses	36	9,0	21	5,3	57	14,3
Anual	25	6,3	38	9,5	63	15,8
No precisa	45	11,3	14	3,5	59	14,8
N/R	0	0,0	24	6,0	24	6,0
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

La lectura, va acompañada con el acceso al libro, entre los encuestados casi la cuarta parte no compra libros, explicado por factores económicos, educativos, formativos; en contraste hallamos que la mayoría compra libros, al indagarse sobre la adquisición de libros en los últimos seis meses, observamos que el 23,8% (cuadro N° 21) ha comprado un libro, el 21% dos libros, sólo el 2% más de 5 libros y un 12,5% ningún libro.

CUADRO N° 21

CANTIDAD DE LIBROS COMPRADOS EN LOS ÚLTIMOS 6 MESES

Cantidad de libros	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Ninguno	17	4,2	33	8,2	50	12,5
Uno	24	6,0	71	17,8	95	23,8
Dos	35	8,8	49	12,3	84	21,0
Tres	24	6,0	34	8,5	58	14,5
Cuatro	8	2,0	13	3,2	21	5,3
Cinco	1	0,3	7	1,8	8	2,0
Más de 5	1	0,3	7	1,8	8	2,0
N/R	68	17,0	7	1,8	75	18,8
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	

El lugar donde mayormente prefieren comprar un libro es en las ferias, (cuadro N° 22), esto porque se ofrecen novedades, ofertas, charlas conferencias que motivan la adquisición del libro mientras que las personas que compran en librerías alcanzan un 33,6%; una quinta parte de los encuestados compra en vendedores "ambulantes de libros", quienes venden

libros usados o copias. El miembro de la familia que más lee es el padre (35,8%), (cuadro N° 23), luego sigue el mismo encuestado y el hermano(a).

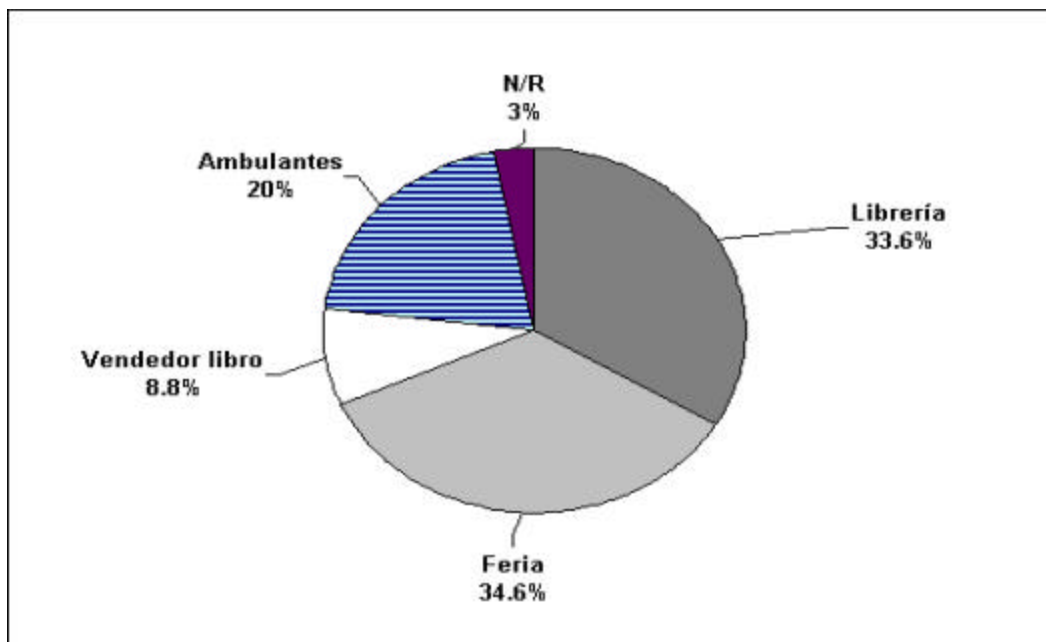
CUADRO N° 22

LUGAR DE COMPRA DEL LIBRO

Lugar	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Librería	63	15,8	71	17,8	134	33,6
Feria	50	12,5	88	22,1	138	34,6
Vendedor libro	21	5,3	14	3,5	35	8,8
Ambulantes	37	9,3	43	10,7	80	20,0
N/R	7	1,8	5	1,2	12	3,0
TOTAL	178	44,7	221	55,3	399	100,0

GRAFICO N° 06

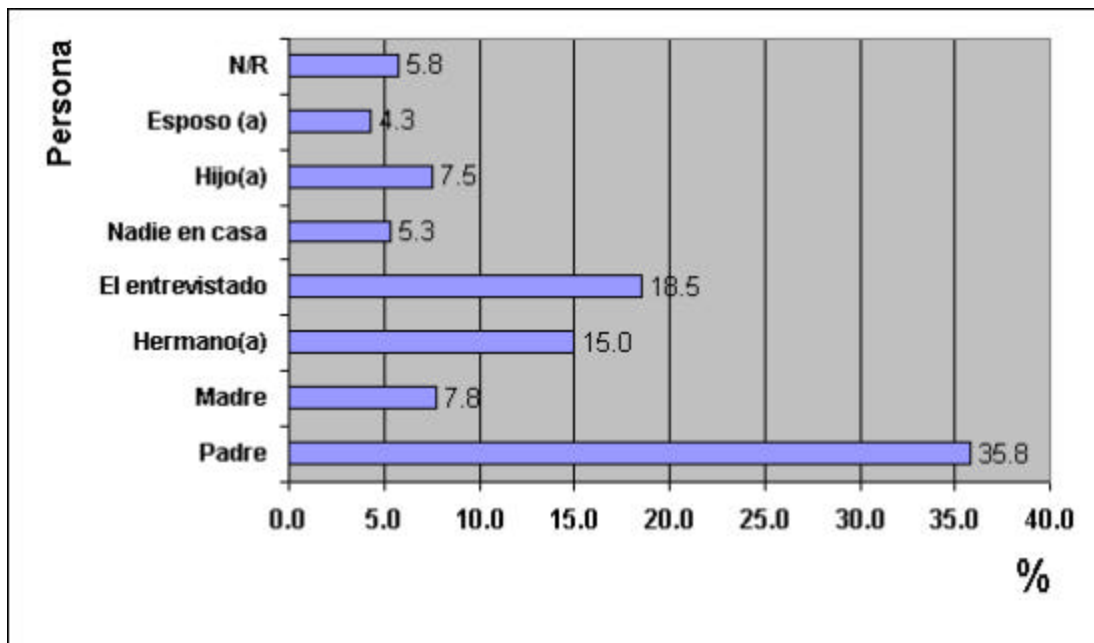
LUGAR DE COMPRA DEL LIBRO



CUADRO N° 23
PERSONA QUE LEE MÁS EN LA FAMILIA

Persona	Frecuencia	%
Padre	143	35,8
Madre	31	7,8
Hermano(a)	60	15,0
El entrevistado	74	18,5
Nadie en casa	21	5,3
Hijo(a)	30	7,5
Esposó (a)	17	4,3
N/R	23	5,8
TOTAL	399	100,0

GRAFICO N° 07
PERSONA QUE LEE MÁS EN LA FAMILIA

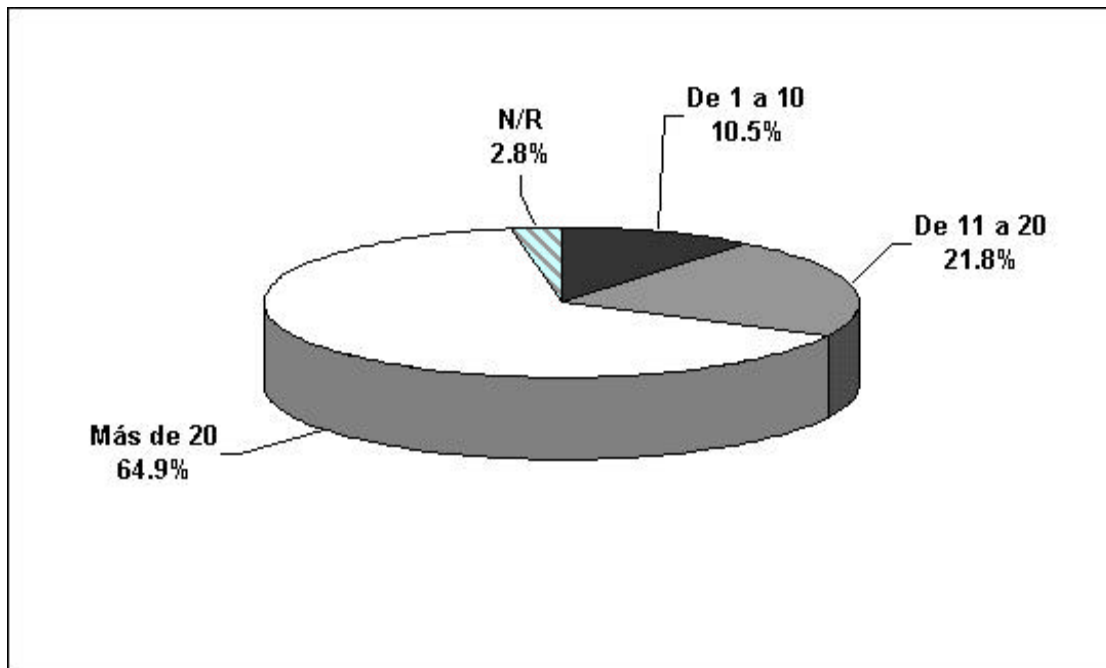


Es reconfortante encontrar que el 64,9% cuenta con más de 20 libros en casa (cuadro N° 24), en tanto que el 10,5% dice tener de uno a diez libros y el 21,8% tiene en sus hogares de 11 a 20 libros.

**CUADRO N° 24
CANTIDAD DE LIBROS EN CASA**

Cantidad de libros	Frecuencia	%
De 1 a 10	42	10,5
De 11 a 20	87	21,8
Más de 20	259	64,9
N/R	11	2,8
TOTAL	399	100,0

**GRAFICO N° 08
CANTIDAD DE LIBROS EN CASA**



El hecho que el 60,2% (ver cuadro N° 15) no haya leído libro alguno en los últimos seis meses, guarda relación con la frecuencia de compra del libro, donde el 23% (cuadro N° 20) no compra libros, los que compran un libro cada 6 meses representan el 14,3% y los que lo hacen anualmente un 15,8%. Ante ello, cabe preguntarse ¿Por qué un alto porcentaje de los encuestados no lee o compra libros con frecuencia?. Las respuestas serían:

- Las limitaciones económicas, que no permiten acceder al libro por el “alto costo” que éste tiene. En nuestro país, el libro y sus insumos tienen altas tasas impositivas lo que limita su acceso. Hay quienes creen que el libro pirata sería la solución a éste problema pero realmente no lo es, muestra de ello es que encontramos un gran segmento de la población (que se supone debería tener la capacidad económica y la formación educativa para acceder al libro), que no compra con frecuencia el libro, por consiguiente no accede al conocimiento que es posible hallar en libros, revistas, entre otras fuentes. Con respecto al tema Carmen Villanueva señala que:

“La piratería no es un problema originado entre nosotros ni exclusivo del Perú. Históricamente sabemos que ha existido por siglos. Pero hoy, muchos países, sobre todo del tercer mundo no encuentran una solución a los altos precios...”

No nos engañemos suponiendo que los precios bajos de las ediciones piratas son “la solución”; de hecho determinan el desaliento de los generadores de la información” (70)

⁷⁰ VILLANUEVA, Carmen, *op.cit.* p. 18

- El libro – su producción y acceso – no puede estar ajeno a los desequilibrios de la política económica, a los vaivenes del sistema educativo y al sentido consumista de la economía, donde los magros ingresos familiares y una educación de avances y retrocesos conlleva a priorizar el consumo de otros bienes y servicios. Existe la urgencia de cubrir las necesidades básicas de sobrevivencia (recordemos la escala de necesidades de Maslow), luego queda la educación y finalmente la adquisición del libro. Esto es una barrera difícil de superar, un círculo vicioso que va envolviendo a más población.
- La formación de la cultura del libro y la cultura de la lectura, es otro aspecto que explicaría esta situación. En el hogar, las frases más frecuentes son: “ve a estudiar”, “ve a leer”, “ponte a leer algo en vez de ver televisión”. Sumado a ello, el sistema educativo no ayuda en este sentido, las tareas escolares sobre la lectura de alguna obra literaria, se toman más como un castigo o forzamiento, antes que motivar, incentivar, formar el espíritu por la lectura.

En los hogares, los que más leen son los padres, quienes representan la imagen rectoral de conocimientos, cultura, información, aunque se ignora qué leen los jefes de familia, qué tiempo leen, cuáles son sus hábitos de lectura, qué los motiva leer, preguntas que corresponden ser absueltas en otras investigaciones aplicadas a nuestra realidad, que bibliotecólogos y otros profesionales en conjunto deben realizar.

- En tanto, que el encuestado, coherente con sus limitaciones para acceder al libro, mayormente (cuadro N° 24), lee de vez en cuando, es decir, cuando se le ofrece la oportunidad de tener un libro, cuando puede comprar un libro, cuando por diversas circunstancias (promoción, el amigo le recomienda el libro, curiosidad, por estudios o trabajo) está motivado a inmiscuirse en las páginas de un libro.

CUADRO N° 25
TIPO DE LIBROS EN CASA

Tipo de libros	Frecuencia (*)	%
Escolares	261	65,4
Universitarios	250	62,6
Enciclopedias	245	61,4
Libros técnicos	106	26,6
Obras literarias	177	44,4
N/R	18	4,5

(*) Con respuesta múltiple

Otro aspecto de la investigación es que la tenencia de libros en el hogar mayormente está referido a los libros escolares (65,4%), universitarios (62,6%) y enciclopedias (61,4%), herramientas naturales de todo estudiante, pero cuando se supera esta etapa – caso del 98% de los encuestados, que tienen más de 20 años de edad, y que por tal ya concluyeron la educación secundaria-, difícilmente se atreven a revisar o releer estos libros.

Infiriéndose, que las “bibliotecas del hogar” cuenta con pocas obras literarias (44,4%), podremos referirnos entonces que el hecho de contar con más textos escolares es debido a las exigencias del sistema educativo.

Ante este hecho, consideramos, es muy importante romper la asociación de la lectura con la actividad académica, pues ésta sería una de las razones por la cual los pobladores no se preocupan por acrecentar la colección de su hogar.

La actitud hacia la lectura y al libro se puede objetivizar básicamente con la frecuencia de la lectura de un libro, la acción que realiza el poblador para agenciarse del libro y si adquiere originales o copias.

CUADRO N° 26
FRECUENCIA DE LECTURA DE UN LIBRO

Frecuencia de lectura	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Diario	14	3,5	15	3,8	29	7,3
De vez en cuando 1 ó 2 días a la semana	116	29,1	135	33,8	251	62,9
Nunca	34	8,5	44	11,0	78	19,5
N/R	11	2,7	19	4,8	30	7,5
N/R	3	0,8	8	2,0	11	2,8
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

El cuadro N° 26 destaca el hecho que pocos encuestados nunca leen (7,5%), en contraste, casi igual número leen diariamente (7,3%), un segmento pequeño, pero real, en una sociedad donde el tiempo se utiliza mayormente para producir (trabajar), trasladarse, quedando escaso tiempo para actividades como la lectura. Rescatable es el hecho de que una gran mayoría leen de vez en cuando (62,9%), segmento que manifiesta su deseo de leer, pero este requerimiento es postergado por factores como el tiempo, economía, desidia, etc.

CUADRO N° 27

ACCIÓN PARA LEER UN LIBRO						
Acción	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Acude a la biblioteca	60	15,0	27	6,8	87	21,8
Compra el libro	58	14,5	65	16,3	123	30,8
Presta el libro	40	10,0	102	25,6	142	35,6
Fotocopia el libro	17	4,3	19	4,7	36	9,0
N/R	3	0,8	8	2,0	11	2,8
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

Se puede observar que cuando el poblador desea leer un libro, mayormente se lo presta de alguien, mientras que el 30,8% prefiere comprarse uno. En tanto que el 21,8% acude a la biblioteca (en el caso de los que se encuentran estudiando). Un comportamiento que entre los estudiantes se

viene extendiendo es el uso de las fotocopias de libros, estos representan el 9%, explicado básicamente por el factor económico.

CUADRO N° 28
ADQUISICIÓN DE COPIAS DE LIBROS
(LIBROS PIRATAS)

Adquirió copias	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Sí	73	18,3	82	20,5	155	38,8
No	95	23,8	126	31,6	221	55,4
N/R	10	2,5	13	3,3	23	5,8
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

Al hecho de usar las fotocopias de libros se agrega el comprar copias, observamos que el 38,8% (cuadro N° 28) adquiere estas copias, en tanto que más de la mitad manifestó no adquirirlas.

Entre los que adquirieron copias de libros, la mayoría, justifica que lo hace por economía (cuadro N° 29), el 18,7% refiere que las copias son lo que más se encuentra (en los vendedores ambulantes de libros). Quienes fotocopian los libros tienen casi los mismo motivos; el 45,6% de los encuestados afirman que lo hace por economía (cuadro N° 30) mientras que el 10,5% afirma que fotocopia sólo lo necesario (10,5%).

La percepción que tiene el encuestado sobre la piratería de libros, es que atenta contra el derecho de autor, (cuadro N° 31), perjudica la economía y

que es deplorable. Pero, encontramos quienes opinan, que es una fuente de trabajo y que abarata el libro, apreciaciones encontradas entre lo ético y las limitaciones económicas.

La piratería es, en el Perú un negocio próspero, paralelo al formal y con características de mafia, donde las leyes se incumplen, a lo que se suma también la negligencia de las autoridades, las buenas intenciones y la satisfacción de una necesidad a un menor precio del libro, pero con grave daño a la industria editorial, y la falta de conciencia de que la piratería literaria es un delito que perjudica la creatividad del autor, y al Estado que deja de percibir los impuestos necesarios para el cumplimiento de actividades que permitan el desarrollo nacional.

**CUADRO N° 29
JUSTIFICACION A LA COMPRA DE COPIAS**

Motivo	Masculino		Femenino		Total (*)	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Por economía	47	30,3	49	31,6	96	61,9
Todos compran	0	0,0	9	5,8	9	5,8
Es mejor	15	9,6	6	3,9	21	13,5
Es lo que más encuentra	11	7,1	18	11,6	29	18,7
TOTAL	73	44,6	82	52,9	155	100,0

(*) Sólo se tomó en cuenta los que respondieron si en el cuadro N° 21 (que fueron 155)

**GRAFICO N° 09
JUSTIFICACION A LA COMPRA DE COPIAS**



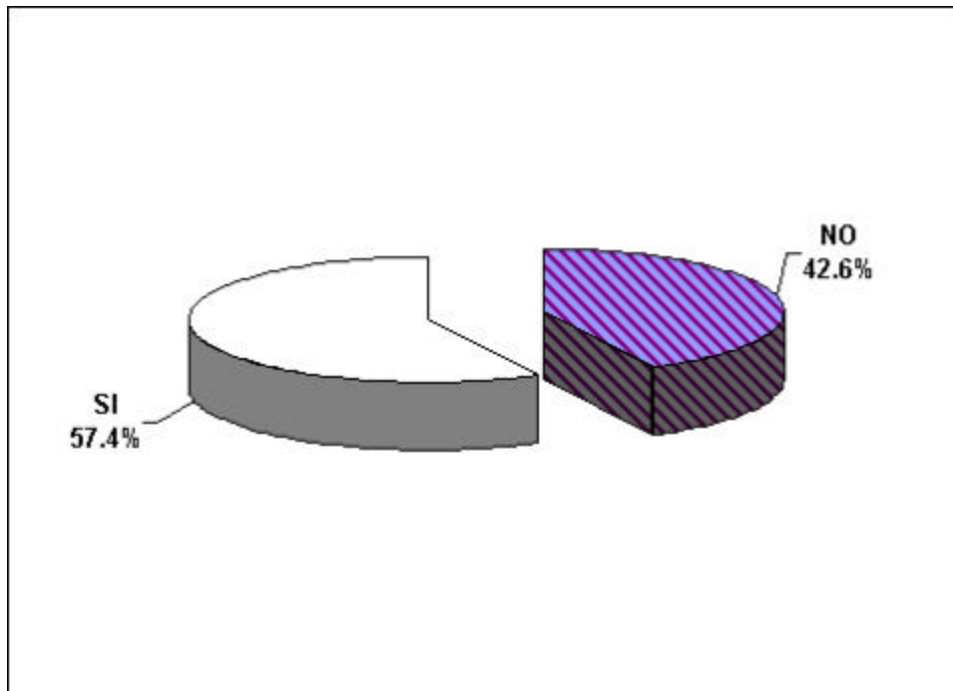
CUADRO N° 30

USO DE FOTOCOPIAS

Fotocopia libro	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No	66	16,5	104	26,1	170	42,6
Sí						
Motivo						
Por economía	93	23,3	89	22,3	182	45,6
Sólo lo necesario	18	4,5	24	6,0	45	10,5
N/R	1	0,3	4	1,0	5	1,3
TOTAL	177	44,6	221	55,4	399	100,0

GRAFICO N° 10

USO DE FOTOCOPIAS



CUADRO N° 31
OPINIÓN SOBRE LA PIRATERÍA DE LIBROS

Opinión	Frecuencia	%
Perjuicio a la economía	75	18,8
Es contra el derecho de autor	87	21,8
Fuente de trabajo	20	5,0
Abarata el libro	66	16,5
Deplorable	38	9,5
Debe desaparecer	74	18,5
N/R	39	9,8
TOTAL	399	100,0

En los hábitos de acceso a la lectura si existe diferencias entre el género ($X^2_c > X^2_t$; $38,18 > 9,49$, calculado con datos del cuadro N° 27), cuando de leer un libro se trata las mujeres mayormente prefieren el préstamo de libros, en cambio, en el caso de los hombres acuden a la biblioteca. Estos rasgos, denotan que ante las limitaciones económicas para acceder al libro, se busca superarlas con otras alternativas.

Cuando de adquirir un libro se trata la mayoría lo hace a través de la librería y las ferias de libros, última de las cuales actualmente tienen mayor difusión y aceptación, y un segmento significativo lo hace por medio de vendedores ambulantes de libros, quienes son los que difunden la venta de libros piratas. Un 38,8% (cuadro N° 28) de los encuestados adquieren copias

de libros, sea porque lo tienen como alternativa de adquisición, como un paliativo a su necesidad de adquirir libros (al no poder tener los originales, debido a la limitación económica), o porque le es igual de útil la copia o el original.

A la adquisición de libros pirata, se suma otro acto ilícito – aunque la población no lo percibe así, tomándolo como algo “normal”, que no transgrede norma alguna-, que es copiar parte o todo el libro, aduciendo el factor económico y porque sacan “sólo lo necesario”.

El acceso a Internet lo tiene la mitad de los encuestados (cuadro N° 32), accediendo 2 días por semana (15,5%) otros lo hacen de vez en cuando (34,6%). En tanto que el 43,1% no accede a Internet.

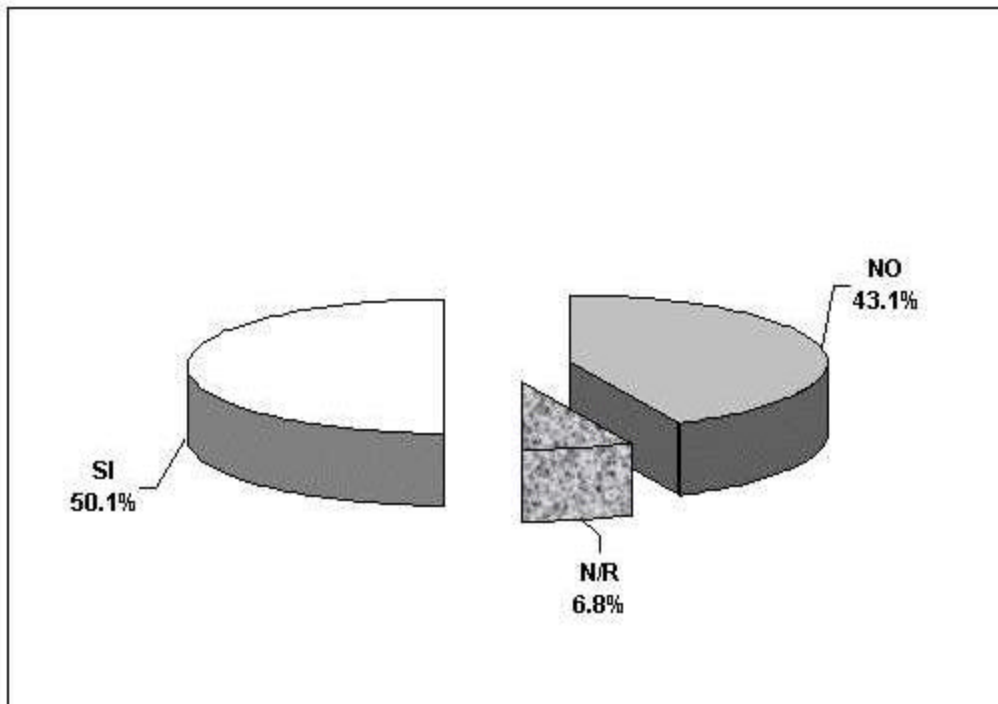
CUADRO N° 32

ACCESO A INTERNET

Accede	Masculino		Femenino		Total (*)	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
No	84	21,1	88	22,0	172	43,1
Sí	80	20,0	120	30,1	200	50,1
2 veces a la semana	28	7,0	34	8,5	62	15,5
A veces	52	13,0	86	21,6	138	34,6
N/R	14	3,5	13	3,3	27	6,8
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

GRÁFICO N° 11

ACCESO A INTERNET



CUADRO N° 33
INTERNET UNA HERRAMIENTA BÁSICA

Herramienta para...	Masculino		Femenino		Total (*)	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Por trabajo	10	2,5			10	2,5
Estudios	26	6,5	32	8,0	58	14,5
Leer	2	0,5	4	1,0	6	1,5
Informarse	36	9,0	104	26,1	140	35,1
Conocer gente	43	10,8	40	10,0	83	20,8
Comunicarse	33	8,3	33	8,3	66	16,6
N/R	28	7,0	8	2,0	36	9,0
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

En el presente cuadro observamos que el 35,1% utiliza internet para informarse (cuadro N° 33), conocer gente (20,8%), comunicarse (16,6%), y por estudios un 14,5%.

A la indagación si ha leído algún libro en formato electrónico, un escaso número respondió afirmativamente el mismo que correspondió a dos personas (cuadro N° 34).

CUADRO N° 34
LECTURA EN FORMATO ELECTRÓNICO

Lectura	Masculino		Femenino		Total (*)	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Sí	1(*)	0,2	1 (**)	0,3	2	0,5
No	174	43,6	196	49,1	370	92,7
N/R	3	0,8	24	6,0	27	6,8
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

(*) Leyó la obra "Economía Global"

(**) Leyó la obra "Tutor de excel"

En cuanto a las preferencias del tipo de lectura, la mayoría prefiere el libro físico que comúnmente se conoce, luego prefiere el libro electrónico (en CD-Rom) y un escaso número se inclinó por el uso de internet (cuadro N° 35). Es decir, que existe una tendencia por los nuevos formatos de libros que ofrece el avance tecnológico.

CUADRO N° 35
MODO DE PREFERENCIA DE LEER UNA OBRA

Modo de preferencia	Masculino		Femenino		Total	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Frecuencia	%
Internet	3	0,8	8	2,0	11	2,8
Libro electrónico	60	15,0	85	21,3	145	36,3
Libro físico	99	24,8	126	31,6	225	56,4
N/R	16	4,0	2	0,5	18	4,5
TOTAL	178	44,6	221	55,4	399	100,0

No obstante que Internet, cada día tiene más adeptos en el país, va formando parte del quehacer diario, tal es que el 50,1% (cuadro N° 32) accede a este medio electrónico en la búsqueda de datos e información. Hallamos que la preferencia de la lectura en formato electrónico es casi inexistente quizá esto se deba al temor a lo nuevo o por falta de tiempo e infraestructura, ya que para leer en estos formatos necesitaría una computadora personal. Ante ello podemos decir que el libro físico tiene un gran segmento cautivo, constituyéndose, todavía, como el medio preferencial de lectura.

5.5. VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

La verificación de la hipótesis general y específicas se anotan en el cuadro N° 36, la misma que contrasta cada hipótesis con la parte correspondiente de la encuesta a los pobladores de los NSE B y C del distrito de San Juan de Lurigancho quedan así demostrada con los resultados del instrumento de recolección de datos cada hipótesis. En el cuadro N° 37 se encuentra la matriz de consistencia de la investigación.

Verificación de la Hipótesis General

En la accesibilidad al libro y la cultura de la lectura en los niveles socio-económico B y C de San Juan de Lurigancho, encontramos factores sociales,

económicos y culturales que sí inciden. En los factores sociales se tiene que es una población emergente, ávida de desarrollo y progreso, basados en la educación y el trabajo; por ello, el 67,7% cuenta con educación superior que lo predispone hacia una actitud positiva a la lectura colocándolos en mejores condiciones de acceder al libro. Otro aspecto social, es que la mayoría de la población pertenece al género femenino, caracterizada por su empuje progresista, mayor participación social y laboral, que de hecho le posibilita un mejor acceso al libro. La población del estudio, también, se caracteriza por ser joven, en plena formación y capacitación, por ende ligada al libro y la lectura.

El otro factor incidental, es el económico; en los NSE B y C de San Juan de Lurigancho tiene un ingreso promedio de 1 616 soles mensuales, aunque el 52% está por debajo de este promedio, lo cual limita su predisposición a adquirir algún libro. Es un factor relevante en el acceso al libro, porque los ingresos familiares no puede franquear la adquisición del libro, en un país donde el libro se considera caro, restringiendo su integración a la canasta (presupuesto) familiar.

El factor cultural, en el cual se asimila el educativo, es incidental en el acceso al libro y a la cultura de la lectura, en la medida que el sistema educativo, la familia, la política del Estado con respecto al libro y la acción de las instituciones responsables de alguna manera, motivan la adquisición del

libro y su lectura. Entre los encuestados, la mayoría lee de vez en cuando, pero existe el deseo de leer, requerimiento que es postergado por aspectos de tiempo, economía, desidia que afecta la necesidad de leer y tener un libro.

Verificación de Hipótesis específica 1

El acceso al libro en los niveles socio-económicos B y C de San Juan de Lurigancho sí está limitada por factores económicos sociales y culturales. Los factores económicos son determinantes en el acceso al libro, pues en la distribución del ingreso familiar (presupuesto), la asignación para adquirir un libro es precaria, no se le da la preeminencia por considerársele un producto superfluo, quizás porque no se le da la relevancia de su incidencia en el progreso y desarrollo personal y familiar. Los factores sociales también son determinantes porque según el medio en que se vive se da la adquisición del libro y la cultura de la lectura; ya que existe la imitación, la vinculación o el consejo por adquirir o leer tal o cual libro. Y el factor cultural en que están inmersos los factores socioeconómicos B y C del referido distrito relativizan el acceso al libro, pues si bien existe la predisposición para ello no se da el fomento para acceder al libro y/o predisponer su adquisición.

Verificación de Hipótesis específica 2

Las condiciones económicas, dadas las dificultades económicas de las familias de los niveles socioeconómicos de San Juan de Lurigancho que están afectados por la recesión, el desempleo y los bajos ingresos limitan su cultura de la lectura, ya que dan preferencia al gasto en necesidades básicas antes que en invertir en los medios y modos que forman su cultura de la lectura, en cuanto a las condiciones sociales, el distrito es signado como pobre y como tal no existen librerías, instituciones u organizaciones que tengan políticas que promuevan adecuadamente la lectura en el lugar de estudio. En lo cultural la acción de las organizaciones como la municipalidad, no pueden franquear la formación que tienen los niveles socioeconómicos B y C para facilitar la cultura de la lectura.

La cultura de la lectura, también está desvalorizada porque se prefiere adquirir diarios, que son de carácter informativo, y que en su mayoría contienen componentes sensacionalistas, con intereses establecidos ajenos, que si bien mantienen al individuo al tanto de su realidad lo mantiene lejos de forjar en él una cultura de lectura valorada por su contenido formativo, como los tipos de libros que si lo hacen.

CUADRO N° 36

CUADRO DE COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

HIPÓTESIS	INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN
<p>Hipótesis Específica N° 1</p> <p>Los Factores económicos, sociales y culturales de los NSE B y C de S.J.L. dificultan acceso al libro</p>	<p>Encuesta Aplicada</p> <p>Preguntas: 0, 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 24, 25, 27, 29</p> <p>Cuadros: 8, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 17, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 32, 34, 35</p>
<p>Hipótesis Específica N° 2</p> <p>La cultura de la lectura esta desvalorada por las restricciones socio-económico-culturales existentes en los pobladores de los NSE B y C de S.J.L.</p>	<p>Encuesta Aplicada</p> <p>Preguntas: 0, 1, 4, 5, 6, 7, 8,9, 13, 14, 15, 23, 26, 27, 29</p> <p>Cuadros: 8, 9, 10, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 24, 25, 26, 31, 33, 34, 35</p>
<p>Hipótesis General</p> <p>En los NSE B y C del distrito de S.J.L. existen factores económicos, sociales y culturales que mediatizan la accesibilidad al libro y la cultura de la lectura</p>	<p>Encuesta Aplicada</p> <p>Preguntas: 0, 1, 2, 3, 4, 7, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29</p> <p>Cuadros: 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35</p>

CUADRO N° 37 MATRIZ DE CONSISTENCIA METODOLÓGICA

(Revisar tesis en formato papel)

CONCLUSIONES

En los niveles socio económicos B y C del distrito de San Juan de Lurigancho, los factores que inciden en la cultura de la lectura y la accesibilidad al libro son de orden económico, social, cultural (educativo y formativos). En lo económico, el 47,1 por ciento de este segmento poblacional tiene ingresos familiares mensuales menores a 1 500 nuevos soles (el 29,3 % tiene ingresos menores a 1000 nuevos soles, en el 8.8 % sus ingresos están entre 1 001 a 1 250 nuevos soles y el 9 % entre 1 251 a 1 500 nuevos soles), si tenemos en cuenta que el costo per cápita mensual de la canasta básica de consumo en Lima Metropolitana es de 260.21 nuevos soles multiplicado por 5 (número de personas que en promedio integra una familia), se tiene un requerimiento de 1 301 nuevos soles para cubrir la referida canasta, es decir que los que están por arriba de esta línea (S/ 1 301) tendrían posibilidades de adquirir un libro luego de cubrir sus necesidades básicas. Realidad que es refrendada con los resultados obtenidos en el presente estudio, pues el 18,5 por ciento admitió adquirir libros tras satisfacer sus necesidades básicas, es decir, casi la quinta parte de los entrevistados de estos niveles socioeconómicos (B y C) pueden acceder al libro por aspectos económicos, un segmento bastante reducido. El factor económico constituye un factor limitante para las tres quintas partes de

los NSE B y C, de allí que adquieran muy pocos libros, ya que éste no forma parte de la canasta familiar y no es un producto de primera necesidad. Con ello, queda demostrada la hipótesis general.

En lo correspondiente al aspecto social, el acceso al libro y la cultura de la lectura está forjada por la formación del hábito de la lectura –quien tiene el hábito de la lectura, compra libros o acude a las bibliotecas-, pues éste no está formado adecuadamente por el mediocre sistema educativo peruano, donde la lectura es impositiva. Los hábitos de lectura en el hogar no es incidida por una adecuada formación o imitación de lectura, pues en los hogares encuestados mayormente se practica la lectura informativa (47,4% leen periódico, 48,6% revistas), frente a un 25,8% que lee obras literarias cuya lectura es formativa para el progreso y desarrollo del poblador obteniendo una mejor formación personal y laboral. Los encuestados, mayormente leen los denominados diarios “serios”, como El Comercio, La República; en tanto que la preferencia por los “diarios chichas” sólo llega a 11,8%. Es decir que en estos sectores socio-económicos los pobladores son lectores mayormente de diarios, y sólo una cuarta parte acceden al libro como medio de lectura. Con lo cual se esta demostrando la hipótesis general.

El nivel educativo incide en la cultura de la lectura de los pobladores del NSE B y C. En estos estamentos socioeconómicos el 67,7% tienen algún tipo

de educación superior, que les permitiría consolidar la cultura de la lectura, sin embargo, la lectura y el libro son aspectos de escaso interés personal o social; tal es, que sólo el 23 % lee un libro en sus ratos libres, el 60 % no ha leído ningún libro en los últimos 6 meses, denotando la mediatización de la cultura de la lectura. En los de menor nivel educativo, su lectura se limita a los diarios, cuyas secciones preferidas son deportes y la denominada farándula. Con lo cual se esta demostrando completamente la hipótesis general.

En lo referente a las dificultades para acceder al libro, se tiene que en el aspecto económico, en los niveles socio económicos B y C (niveles medio y bajo) de San Juan de Lurigancho, tienen en promedio un ingreso familiar mensual de 1 615 nuevos soles, que en cierto modo le da un margen de solvencia para adquirir un libro, pero no es así, porque de acuerdo a los resultados obtenidos en el trabajo de campo, aproximadamente el 70% da prioridad a la adquisición de otros artículos (deportivos, ropa de vestir, música, etc.), antes que la adquisición del libro, explicado por su status social que les obliga a dar prioridad a adquisiciones de artículos de presentación personal. En lo social, las instituciones como la Municipalidad distrital, Colegios u Organismos No Gubernamentales (ONG) no tienen políticas y actividades proactivas para promover el acceso al libro, lo cual se conjuga con el aspecto cultural, en el que los pobladores de estos niveles socioculturales mayormente tienen otras preferencias adquisitivas antes que adquirir materiales (libros) o

servicios (ir al teatro) culturales. Quedando demostrada la primera hipótesis específica.

La cultura de la lectura en los niveles socio-económicos B y C está desvalorada por la falta de predisposición para asignar recursos económicos para fortalecer el hábito de la lectura, ya que la mayoría de estos pobladores prefieren asignar recursos a artículos no culturales (joyas, accesorios deportivos, ropa, cassettes, CD), en lo social las instituciones educativas y culturales han mediatizada su formación cultural con inactividad por fomentar la lectura y las deficiencias educativas que no permiten tener una adecuada cultura de la lectura, a ello se agrega el tiempo que dedica a aspectos de su interés personal (trabajo), actividades de entretenimiento de su preferencia (deporte, relaciones sociales, etc.). Quedando demostrada la segunda hipótesis específica.

RECOMENDACIONES

1. Para forjar la cultura de la lectura se debe fomentar la buena lectura desde el nivel de educación primaria, mediante la motivación, la creatividad y persuasión del bienestar hacia la lectura; despojándola del carácter impositivo, personal y hasta de castigo. A ello debe agregarse los grupos de lectura, e intercambio de pareceres.
2. La formación académica del docente y del bibliotecólogo debe permitirles actuar como proactivos agentes promotores de la lectura.
3. La accesibilidad al libro se puede lograr con la creación de fondos rotatorios entre los estudiantes para la adquisición de material de lectura, de manera que el material sea colectivo.
4. Fomentar en los estudiantes de todos los niveles y en la población en general la recurrencia a las bibliotecas, como medio de incentivar la lectura: esto es factible con los módulos itinerantes (bibliobuses) o a través de las bibliotecas municipales de los distritos.

5. Si se desea mejorar la participación cultural y el desarrollo de una sociedad a través de la lectura es necesario seguir investigando sobre el tema ya que el planteamiento de una política del libro y fomento de la lectura requieren de resultados de investigaciones sobre las mismas.

6. Desarrollar en la población la conciencia por el respeto al derecho de autor como medio para combatir la piratería literaria, por su parte las autoridades deben asumir su responsabilidad en el combate de la piratería.

7. Exigir la aprobación de la Ley del Libro que realmente fomente en la población: la cultura de la lectura y facilite el acceso al libro. Una ley que se constituya como un instrumento de desarrollo y progreso personal y social.

BIBLIOGRAFIA

1. AGUDO GUEVARA, Alvaro

1993 *Lectura, biblioteca y comunidad: tres ensayos;*
Santafé de Bogotá: CERLALC.

2. APOYO OPINION Y MERCADO

1999 *Actitudes hacia la prensa escrita: informe gerencial de marketing;* Lima: APOYO.

1999 *Niveles socioeconómicos en Lima Metropolitana: informe gerencial de Marketing;* Lima: APOYO.

3. BARRIOS GONZALES, Ruth A.

1990 *Lectura y adolescente: promoción de la lectura;*
Lima: CONCYTEC.

4. BOURDIEU, Pierre

1990 *Sociología y cultura;* México D.F.,: Grijalbo.

5. BUSHA, Charles / HARTER, Stephen

1990 *Métodos de investigación en bibliotecología: técnicas e interpretación;* México, D.F.,: UNAM

6. CASTRO V., Hugo

1986 *El hábito de lectura de los alumnos de quinto año de secundaria en el Valle del Mantaro;* Lima: UNMSM.

7. CERLALC (Centro Latinoamericano para el fomento del libro en América Latina y el Caribe)

1989 *El libro en el Perú: situación y perspectivas*; Bogotá: CERLALC.

8. CERLALC / UNESCO

1998 *El libro en América Latina y el Caribe: estadísticas de comercialización y producción en América Latina*; Lima: CERLALC.

9. CUANTO

1999 *Anuario estadístico. Perú en números 1999*; Lima: CUANTO.

10. CHIAVENATO, Idalberto

1999 *Introducción a la teoría general de la administración*; 5ª ed.; Santafé de Bogotá: McGraw Hill.

11. DELORS, Jacques

1996 *La educación encierra un tesoro*; Madrid: Santillana.

12. DESCO

1999 *Revista Quehacer*, N° 119 jul-ago; Lima: Desco.

13. DRUCKER, Peter

1994 *La sociedad post capitalista*; Bogotá: Norma.

14. GARGUREVICH REGAL, Juan [en línea]

1999 *Perú: cultura chicha y comunicación masiva;*
Tomado de: www.saladeprensa.org/art70.htm
[Fecha de consulta: septiembre de 1999]

15. GIDDENS, Anthony

1995 *Sociología;* Madrid: Alianza Editorial.

16. HEISE, María [et. al.]

1994 *Interculturalidad: un desafío;* Lima: CAAAP.

17. HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto [et. al.]

1997 *Metodología de la investigación;* Bogotá: McGraw Hill.

18. JITRIK, Noé

1990 *Lectura y cultura;* México, D. F.: UNAM.

19. JURADO VALENCIA, Fabio / BUSTAMANTE ZAMUDIO, Guillermo

1997 *Los procesos de lectura: hacia la producción interactiva de los sentidos;* Santafé de Bogotá: Magisterio.

20. KAST, Fremont / ROSENXWEIG, James

1993 *Administración en las organizaciones: enfoque de sistemas y de contingencias;* 4ª ed.; México, D.F. McGraw Hill.

21. LAZARO CARRETER, Fernando [et. al.]

1998 *La cultura del libro;* 2ª ed., Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez.

22. LIGHT, Donald / KELLER, Suzanne / CALHOUN, Craig

1995 *Sociología*; Madrid: Alianza Editorial.

23. LITON, Ralph

1983 *Cultura y personalidad*; México: Fondo de Cultura Económica.

24. MANGUEL, Alberto

1998 *Una historia de la lectura*; Madrid: Alianza Editorial-Fundación Germán Sánchez Rupiérrez.

25. MISA, Luis [en línea]

1999 *Cultura y negocio: el difícil equilibrio del libro*;
Tomado de: <http://www.lander.es/~lmisa/cultura.html>
[Fecha de consulta: noviembre de 1999]

26. MORAS PULG, PEDRO / CORREA CAJIGAL, Sonia

1993 *Acerca de los hábitos lectores en estudiantes y promotores de la lectura*; Ciudad de la Habana: Editorial Abril.

27. NAVARRO G, Tito R. [et al.]

1977 *Los medios de comunicación social y las preferencias y usos de la lectura en los alumnos de 5° año de secundaria diurna estatal. Zona de educación N° 3 Callao*; Callao: [s.e.]

28. NODARSE, J.J.

1975 *Elementos de sociología*; México, D. F.: Minerva Book.

29. NUNBERG, Geoffrey

1998 *El futuro del libro ¿Esto matará eso?*; Barcelona: Paidós.

30. PERU. Congreso de la República

1996 *Decreto Legislativo 822- Ley sobre el derecho de autor*; Lima abril 1996.

31. PERU. INEI [en línea]

1997 *Lima Metropolitana: perfil socio-demográfico*;
Tomado de: <http://www.inei.gob.pe/biblioinei/>
[Fecha de consulta: noviembre del 2000]

1997 *Conociendo Lima: guía estadística*, Lima: INEI

1999 *Encuesta Nacional de Hogares: percepción de la cultura en los hogares urbanos*;
Tomado de: <http://www.inei.gob.pe/biblioinei/>
[Fecha de consulta: julio del 2000]

2000 *Plano estratificado de Lima Metropolitana a nivel de manzanas según estratos socioeconómicos de los hogares*;
Escala 1: 60000

32. PETRUCCI, Armando [en línea]

1999 *Leer por leer: un porvenir para la lectura*;
Tomado de: <http://www.lander.es/~lmisa/histlect6.html>
[Fecha de consulta: noviembre de 1999]

33. PORTOCARRERO, Gonzalo (ed.)

1993 *Los nuevos limeños, sueños, fervores y caminos en el mundo popular*; Lima: Casa de Estudios Sociales SUR.

34. ROSENTAL / IUDIN

1973 *Diccionario filosófico*; Buenos Aires: Ediciones Universal.

35. ROSSI, Ino / O'HIGGINS, Edward

1981 *Teorías de la cultura y métodos antropológicos*; Barcelona: Anagrama.

36. SALAZAR, Silvana; PONCE, Dante

1999 *Hábitos de lectura*; Lima: Instituto Nacional de Lectura.

37. SANCHEZ LIHON, Danilo

1978 *El libro y la lectura en el Perú*; Lima: Mantaro-Grafital.

1986 *Promoción de la lectura*; Lima: INIDE.

38. SANDRONI, Laura Constancia

1992 *Lectura y medios de comunicación de masas*; Santafé de Bogotá: CERLALC.

39. SAVATER. Fernando [en línea]

1997 *El valor de la lectura*;
Tomado de: <http://www.lander.es/~lmisa/lectura.html>
[Fecha de consulta: noviembre de 1999]

40. SILLS, David

1978 *Enciclopedia Internacional de las ciencias sociales*;
Madrid; Ed. Aguilar.

41. SOBREVILLA, David

1998 *Filosofía de la cultura*; Madrid: Ed. Trotta.

42. SOPENA, RAMON, Editorial

1972 *Diccionario enciclopédico ilustrado de la lengua española*;
Barcelona: Ramón Sopena.

43. SPIEGEL, MURREY

1997 *Estadística*; Madrid: McGraw Hill.

44. THATAR ALVAREZ, Vladimiro

2000 *Teoría de la cultura*; Lima: Universidad Enrique Guzmán y Valle [Material de trabajo]

45. VILLANUEVA, Carmen

1997 *El problema del libro en el Perú: el punto de vista de las bibliotecas*; Lima: Fondo Editorial PUCP.

46. ZUÑIGA CASTILLO, Madeleine / ANSION MALLETT, Juan

1997 *Interculturalidad y educación en el Perú*;
Lima: Foro Educativo.

Sitios web consultados:

- APOYO Opinión y Mercado
<http://www.apoyo.com>
- Biblioteca Nacional del Perú
<http://www.binape.gob.pe>
- Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAC)
<http://www.cerlac.com>
- El Comercio (Diario)
<http://www.elcomercioperu.com.pe>
- Fundación Germán Sánchez Ruipérez
<http://www.fundaciongsr.es>
- International Federation of Library Association and Institution (IFLA)
<http://www.ifla.org>
- International Reading Association (IRA)
<http://www.reading.org>
- Perú. Instituto Nacional de Estadística e Informática
<http://www.inei.gob.pe>
- UNESCO
<http://www.unesco.org>



Accesibilidad al libro y la cultura de la lectura en el Distrito de San Juan de Lurigancho. Palacios Silva, Rosa Elena.

ANEXOS

(Revisar tesis en formato papel)