

## Patrocinadores



CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO



# *Retrato da Leitura no Brasil*

# I – Introdução: *Metodologia*

# DESCRIÇÃO DO PROJETO

## Objetivo

- **Principal:** Identificar a penetração da leitura de livros no Brasil e o acesso a livros
- **Secundários:**
  - a) Levantar o perfil do leitor de livros
  - b) Coletar as preferências do leitor brasileiro
  - c) Identificar as barreiras para o crescimento da leitura de livros no Brasil
  - d) Levantar o perfil do comprador de livros no Brasil

# DESCRIÇÃO DO PROJETO

## Metodologia

### ➤ Qualitativa

Os dados coletados foram utilizados para a formulação do questionário e para aprimorar áreas de abordagem

### ➤ Quantitativa

Os dados levantados são representativos do universo estudado, com uma margem de erro de 2,9% para os resultados básicos nacionais e de 5% para os resultados da cidade de São Paulo

*O nível de significância para os resultados apresentados neste estudo é de 95%*

## DESCRIÇÃO DO PROJETO

### Universo estudado

**População residente\* no Brasil alfabetizada  
com idade igual ou superior a 14 anos**



**Público brasileiro estimado\*\* de 86 milhões  
de pessoas em 2000**

\* Pop. com 15 ou mais anos com pelos menos 3 anos de instrução completa, exclui idade não declarada

\*\* Estimativa baseada no crescimento populacional 1996-2000 ( 7,9%)

## DESCRIÇÃO DO PROJETO

### Técnica de Amostragem

Foi utilizada a **Amostragem Probabilística** que dá a todo residente acima de 14 anos a possibilidade de ser entrevistado

### Identificação e seleção do entrevistado

Realizada em diversas fases

**1<sup>a</sup> Fase** – Sorteio dos Municípios

**2<sup>a</sup> Fase** – Sorteio dos quarteirões pesquisados nos Municípios

**3<sup>a</sup> Fase** – Sorteio da residência

**4<sup>a</sup> Fase** – Sorteio do entrevistado

- Foram identificados e listados todos os residentes no domicílio
- Foram qualificados quanto a saber ler e escrever
- Foi sorteado aleatoriamente um residente para ser entrevistado

# INTRODUÇÃO

## Amostra

→ Foram realizadas 130 entrevistas por cidade

➤ Exceção: São Paulo = 433 entrevistas



Maior mercado  
editorial brasileiro

# INTRODUÇÃO

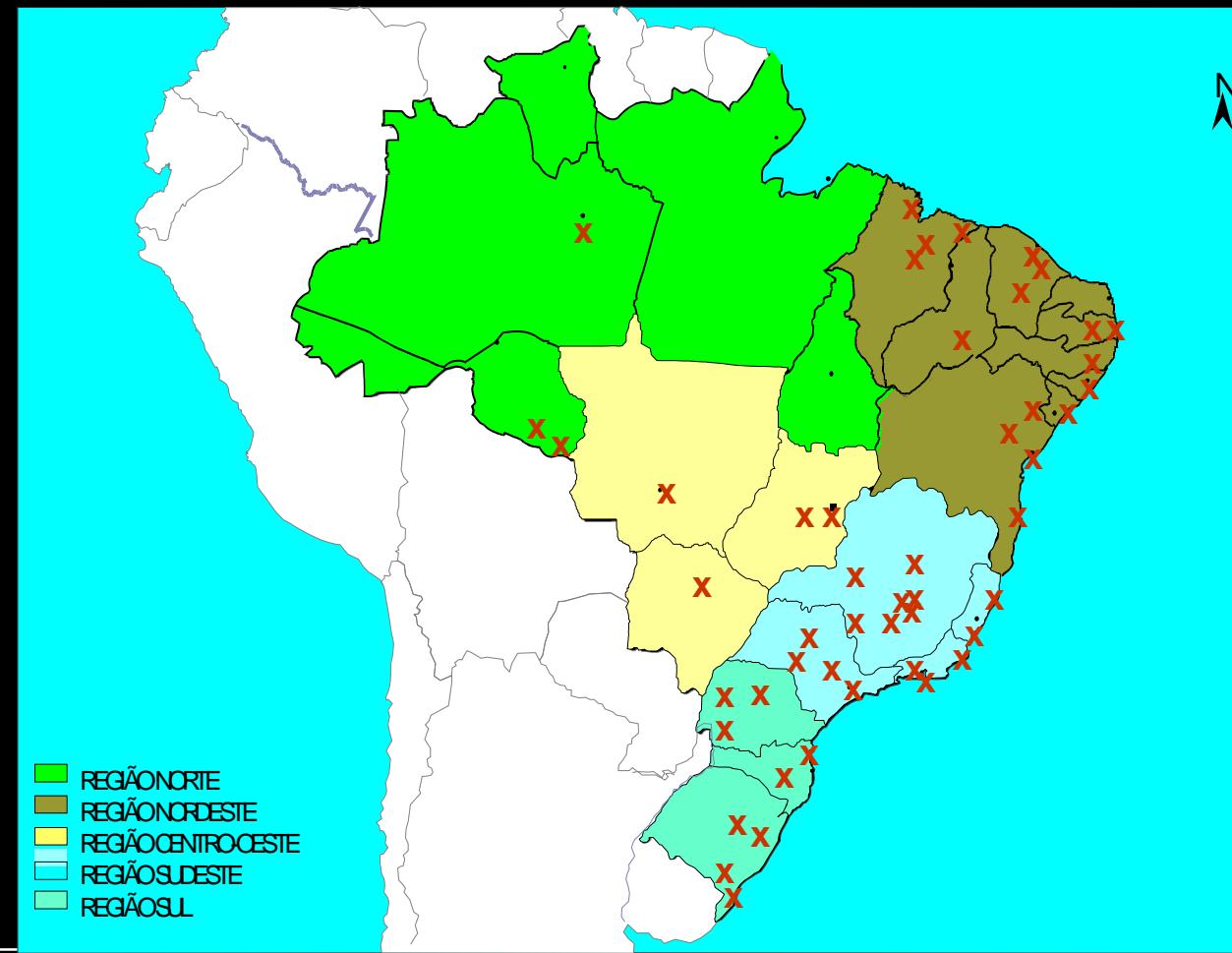
## Considerações

- O universo pesquisado do estudo refere-se às pessoas com 14 ou mais anos. Portanto, nesta pesquisa, os dados de leitura de Literatura Infanto-Juvenil e Didáticos não correspondem à realidade de todo o mercado
- Não serão apresentados os dados da região Norte em função do número de entrevistas realizadas, que não permitem a representação estatística da mesma. Os dados da região Norte estão inclusos nos resultados do Brasil

## PERFIL DA AMOSTRA - BRASIL

Distribuição geográfica

→ Amostra com grande cobertura geográfica



## PERFIL DA AMOSTRA - BRASIL

**Localização  
geográfica: Cidades**

Foram realizadas entrevistas  
em quase 50 cidades

**Ocorrências no campo aumentaram o número de  
cidades de 40 para 46 cidades pesquisadas**

Arcos – MG	Cristal- RS	Lages – SC	Rio Grande - RS
Bananal - RJ	Cuiabá – MT	Lagoa Santa – MG	Rio Grande da Serra – SP
Barros Cassal – RS	Fortaleza – CE	Macaparana- PE	Salvador – BA
Baturité – CE	Gov. Mangabeira – BA	Manaus – AM	São José Rio Preto – SP
Bauru –SP	Guarabira – PB	Mombança – CE	São Lourenço – RS
Belo Horizonte – MG	Guarapari-ES	Morros – MA	São Mateus- ES
Brasília –DF	Horizonte – CE	N. Sra do Socorro – SE	São Paulo - SP
Campos – RJ	Ilhéus – BA	Ocara - CE	Sarandi - PR
Cascavel – PR	Ipeúna – SP	Parnaíba - PI	Tucano – BA
Cerejeiras - RO	Itabaiana –SE	Pérola D'Oeste - PR	Uberlândia – MG
Coroatá – MA	Jaraguá – Go	Porto Alegre – RS	
Corumbiara – RO	Joinvilhe – SC	Rio de Janeiro – RJ	

# INTRODUÇÃO

## Data das entrevistas

- 10 de Dezembro a 25 de Janeiro de 2001

## Realização

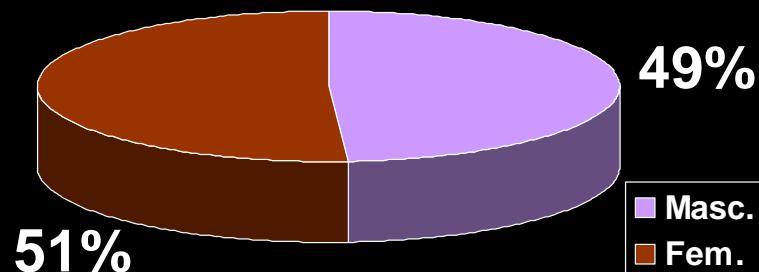
- A. Franceschini Análises de Mercado  
Av. Vereador José Diniz , 3.300, 17º andar – cj 1707  
CEP 04604-006 – São Paulo – SP – Brasil – (11) 5561-1350  
[www.franceschini.com.br](http://www.franceschini.com.br) - [marketing@franceschini.com.br](mailto:marketing@franceschini.com.br)

## PERFIL DA AMOSTRA - BRASIL

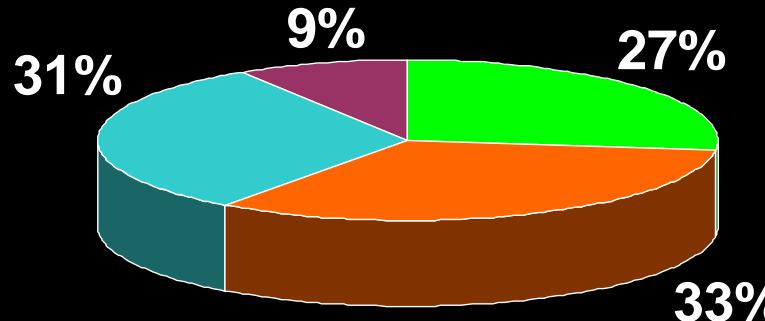
### Amostra

→ Representa 86\* milhões de adultos brasileiros alfabetizados:  
42 milhões de homens e 44 milhões de mulheres

#### SEXO (ponderado)

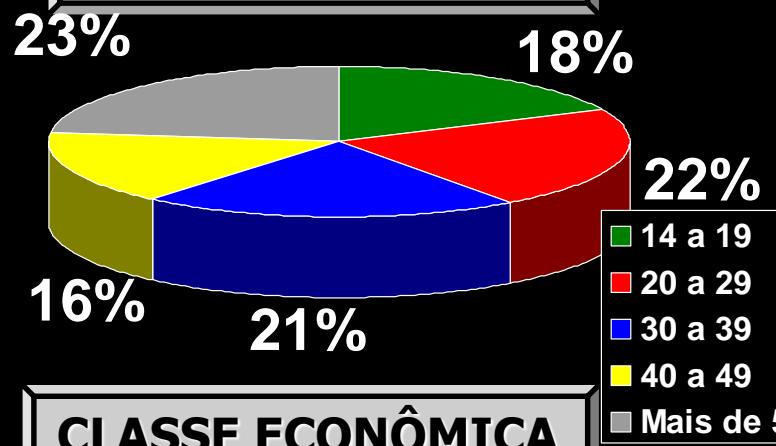


#### ESCOLARIDADE

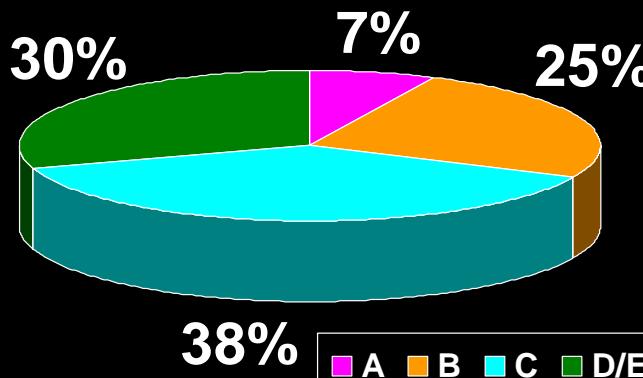


■ 1ª a 4ª série ■ 5ª a 8ª série ■ Ensino Médio ■ Superior

#### IDADE



#### CLASSE ECONÔMICA



■ A ■ B ■ C ■ D/E

## PERFIL DA AMOSTRA - BRASIL

### Classe Econômica



68 % da população pesquisada ( C/D/E) possui uma renda familiar mensal máxima de R\$ 1064

#### *Renda Familiar por Classe Social*

Classe Social	Faixa de Renda ( R\$)	Renda Média ( R\$)	Renda Média ( R\$)
A1	5555 ou +	5894	4.818
A2	2944 a 5554	3743	
B1	1771 a 2943	2444	2029
B2	1065 a 1770	1614	
C	497 a 1064	844	844
D	263 a 496	435	435
E	Até 262	229	229

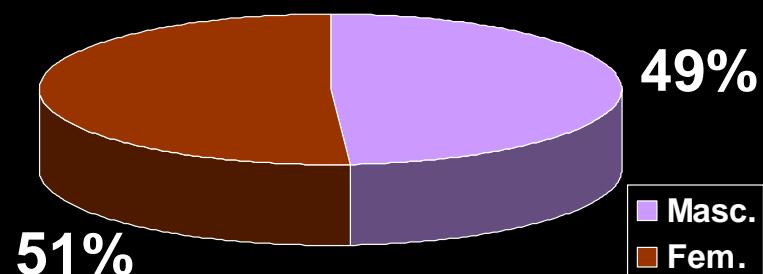
Fonte : Anep / População total das Grandes Metrópoles

## PERFIL DA AMOSTRA – SÃO PAULO

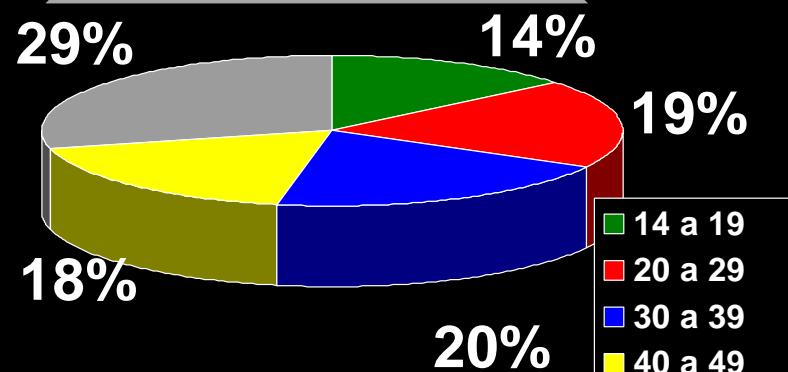
### Amostra

→ Representa 6,7 milhões de adultos paulistanos alfabetizados: 3,3 milhões de homens e 3,4 milhões de mulheres

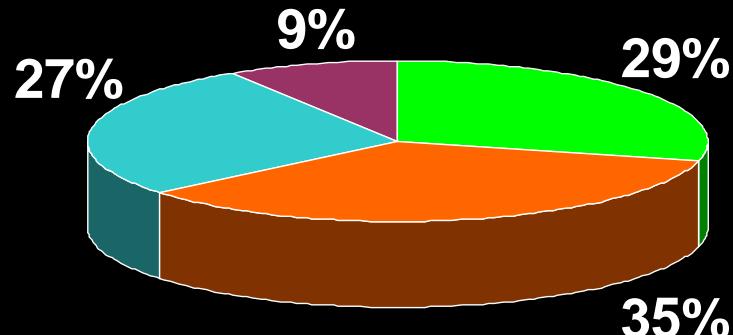
#### SEXO



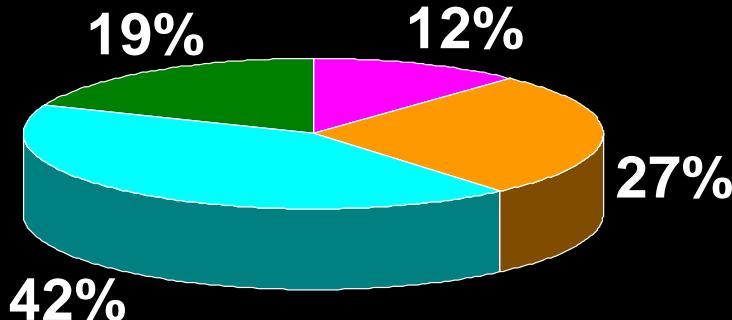
#### IDADE



#### ESCOLARIDADE



#### CLASSE ECONÔMICA



■ 1ª a 4ª série ■ 5ª a 8ª série ■ Ensino Médio ■ Superior

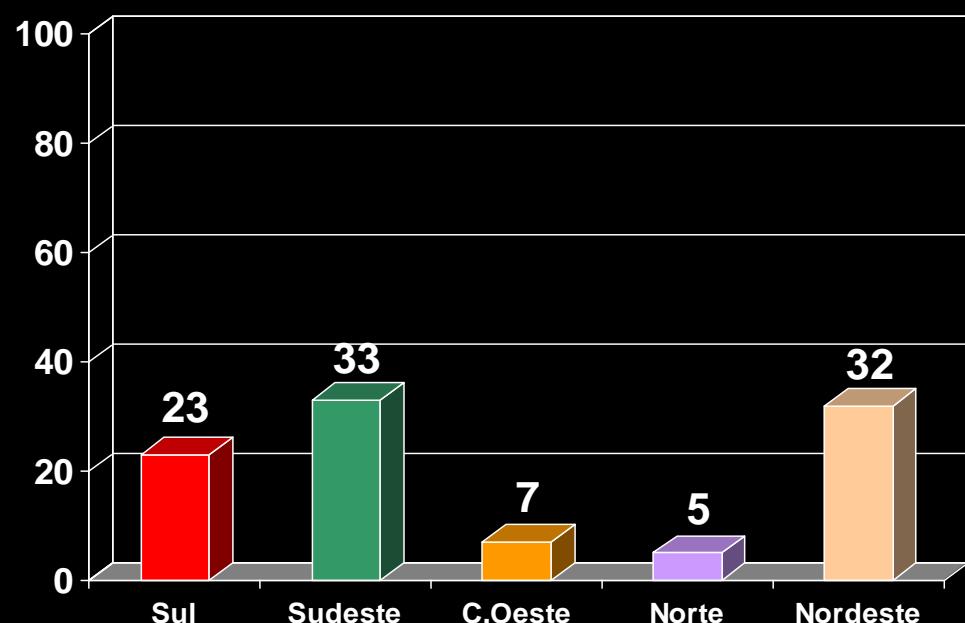
■ A ■ B ■ C ■ D/E

## PERFIL DA AMOSTRA - BRASIL

### Localização Geográfica Região

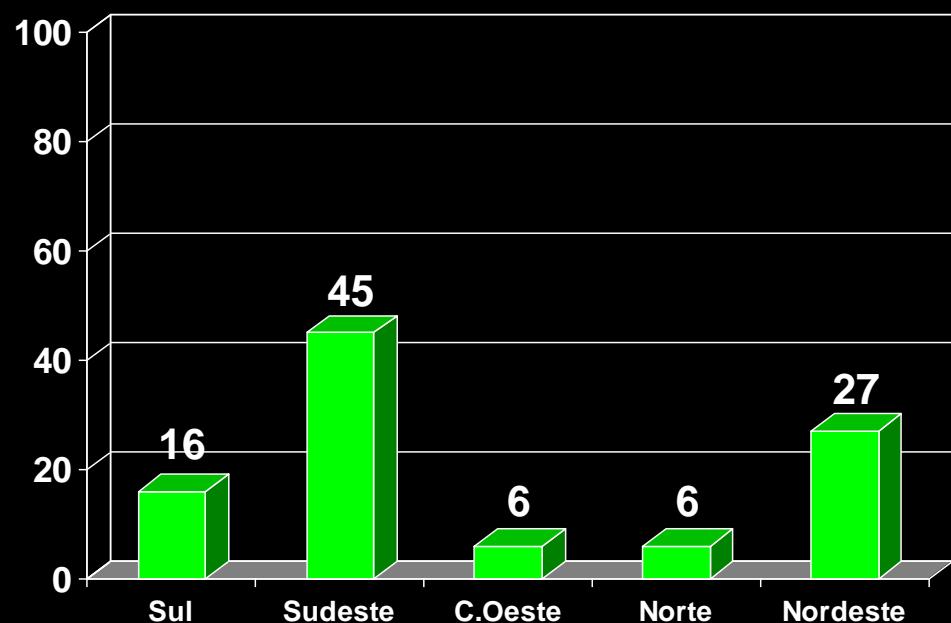
A amostra contempla diferenças populacionais nas várias regiões do País

% ***Amostra***



Base : 5503 entrevistados

% ***Distribuição Populacional por Região***



Distribuição da população com 15 ou mais anos  
Censo IBGE de 1996

## PERFIL DA AMOSTRA - BRASIL

### Localização Geográfica Região



Metade da população estudada  
está na região sudeste

Região	População** em 2000 (em mil pessoas)
<b>Sudeste</b>	<b>42.330</b>
<b>Nordeste</b>	<b>17.990</b>
<b>Sul</b>	<b>14.770</b>
<b>C.Oeste</b>	<b>5.920</b>
<b>Norte</b>	<b>4.990</b>
<b>Total</b>	<b>86.000</b>

- Dados da população com 15 ou mais anos e três anos de instrução - Censo IBGE de 1996

## *XIV – Mercado Comprador*

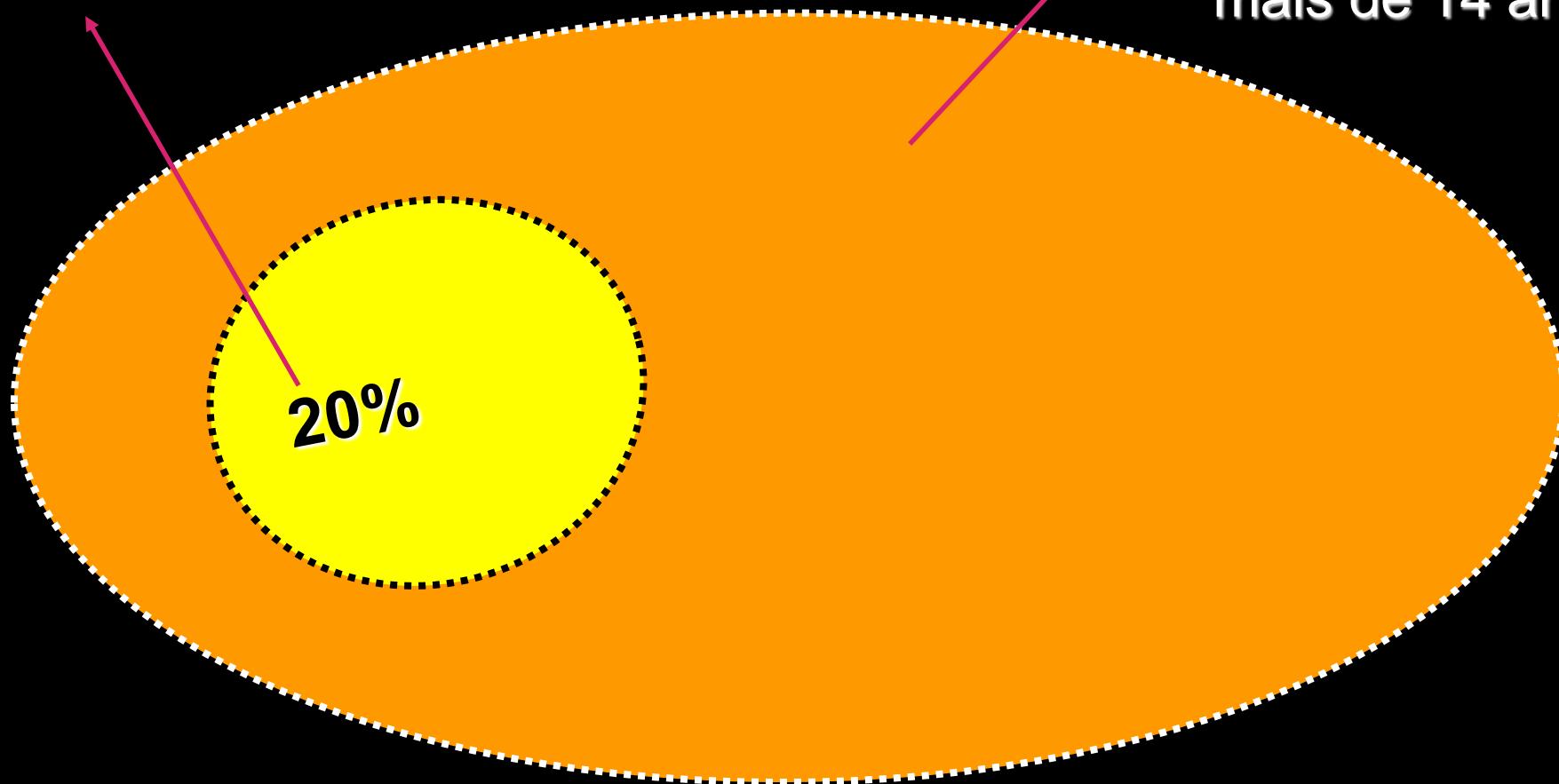


# Comprador

## “Quem é”

## COMPRAS DE LIVRO NO BRASIL

*Compradores*



## PENETRAÇÃO DE COMPRAS DE LIVROS

### Mercado Comprador

→ Representa atualmente **20%** da população brasileira alfabetizada com 14 ou mais anos



Estimados em 17,2 milhões de pessoas alfabetizadas\* acima de 14 anos que compraram pelo menos um livro em 2000

Em São Paulo **22%** da população alfabetizada é compradora de livros, estimados aproximadamente em 1,5 milhões de compradores

\* 3 anos de instrução completa

## PENETRAÇÃO DE COMPRAS DE LIVROS

### Gêneros Adquiridos

Os Não-didáticos apresentam maior penetração de compra, já que os programas governamentais distribuem boa parte dos livros escolares

#### Penetração de Compradores segundo Categoria de Livros



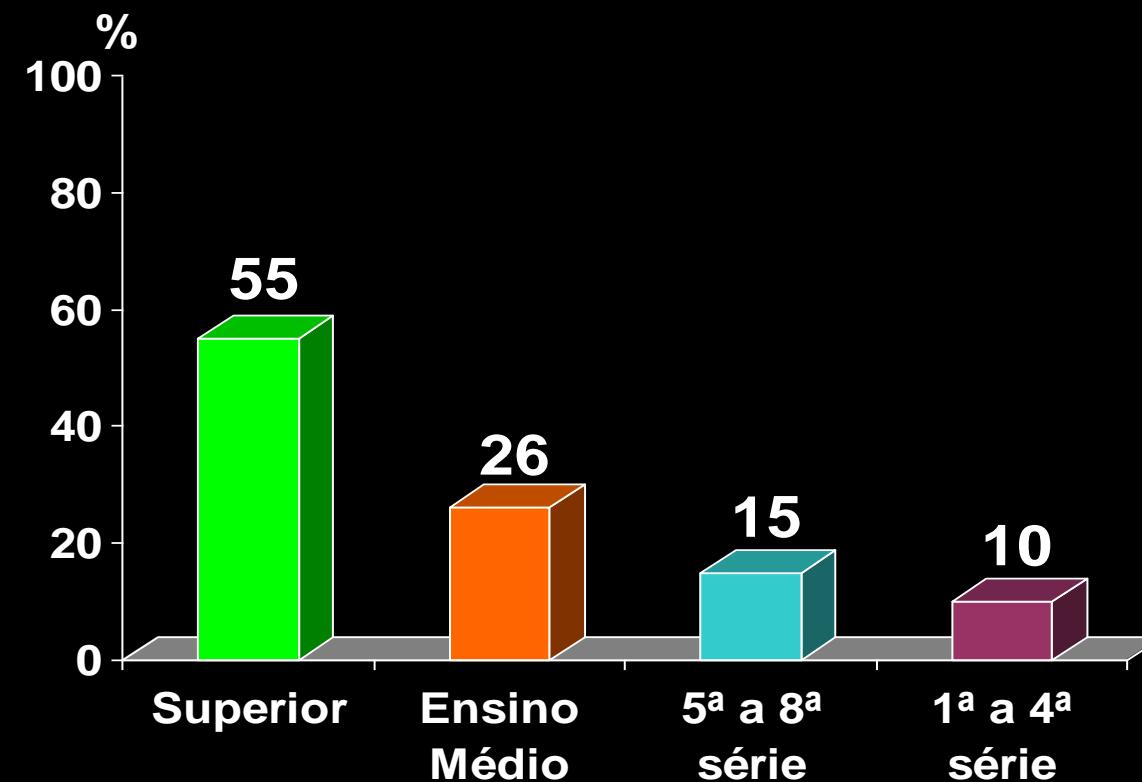
Base Real / Ponderada :  
5503 / 8018 entrevistados

# PENETRAÇÃO DE COMPRAS DE LIVROS

**Escolaridade**

→ Fator determinante para a compra de livros

Penetração de Comprador por Escolaridade - Brasil

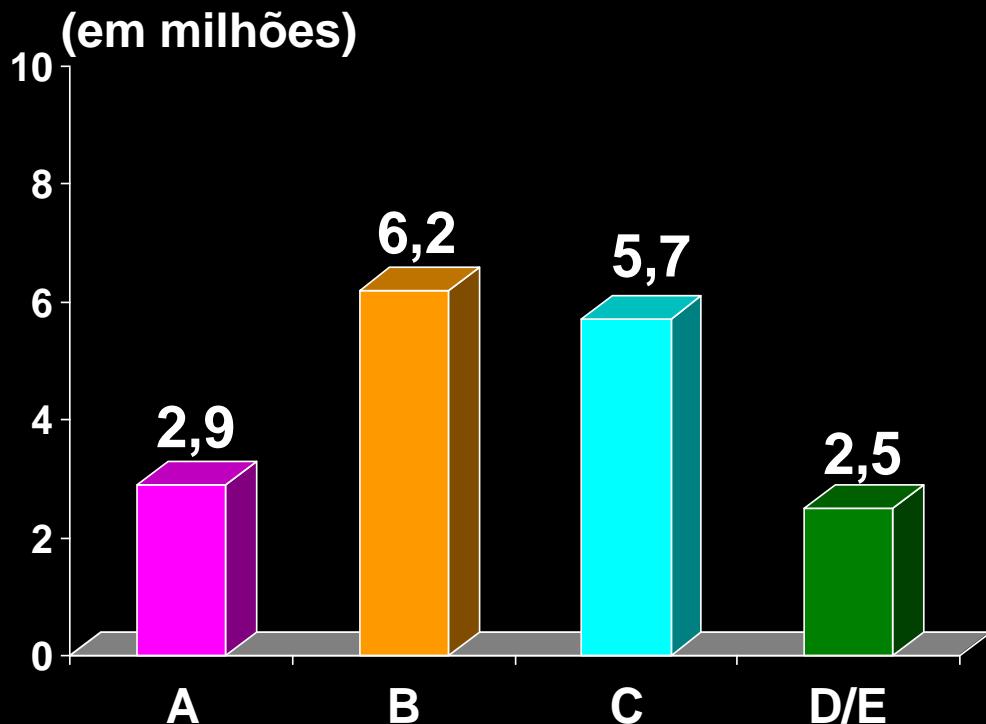
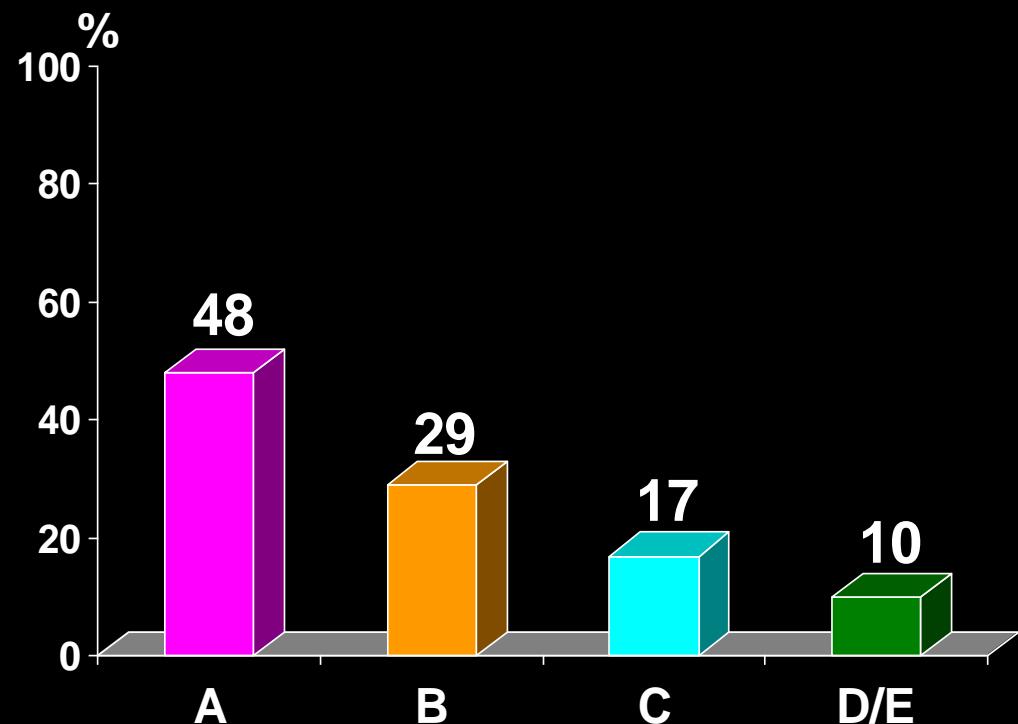


Base Real / Ponderada :  
5503 / 8018 entrevistados

## PENETRAÇÃO DE COMPRAS DE LIVROS

### Classe Econômica

→ A presença de compradores cresce nos estratos de renda mais elevada, porém 2/3 dos compradores são de classes B/C



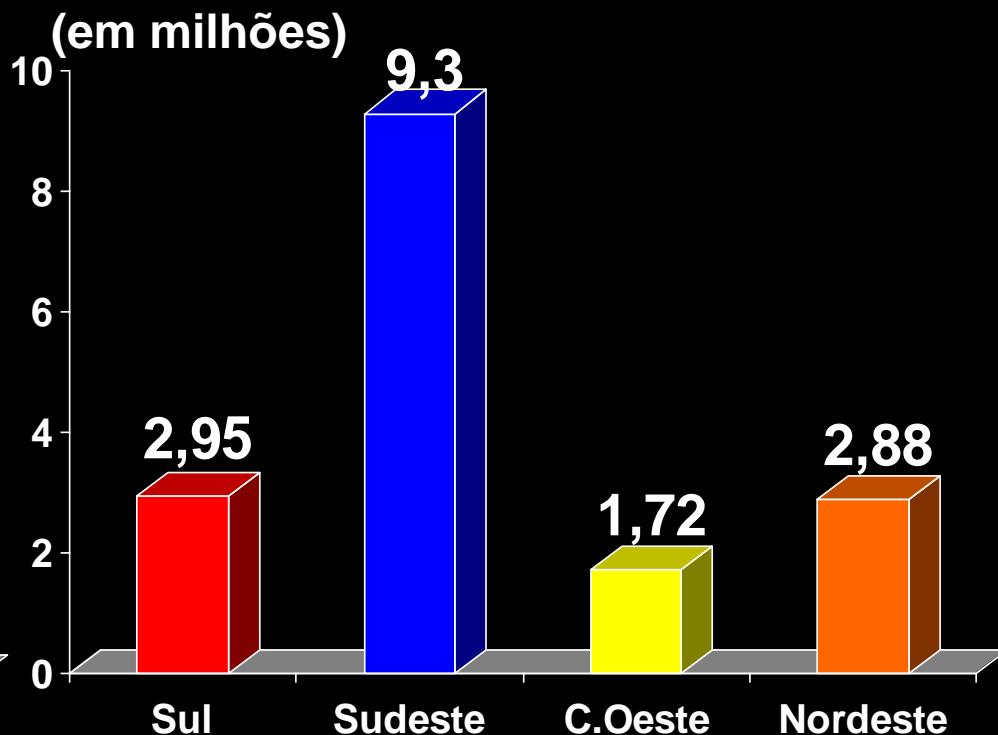
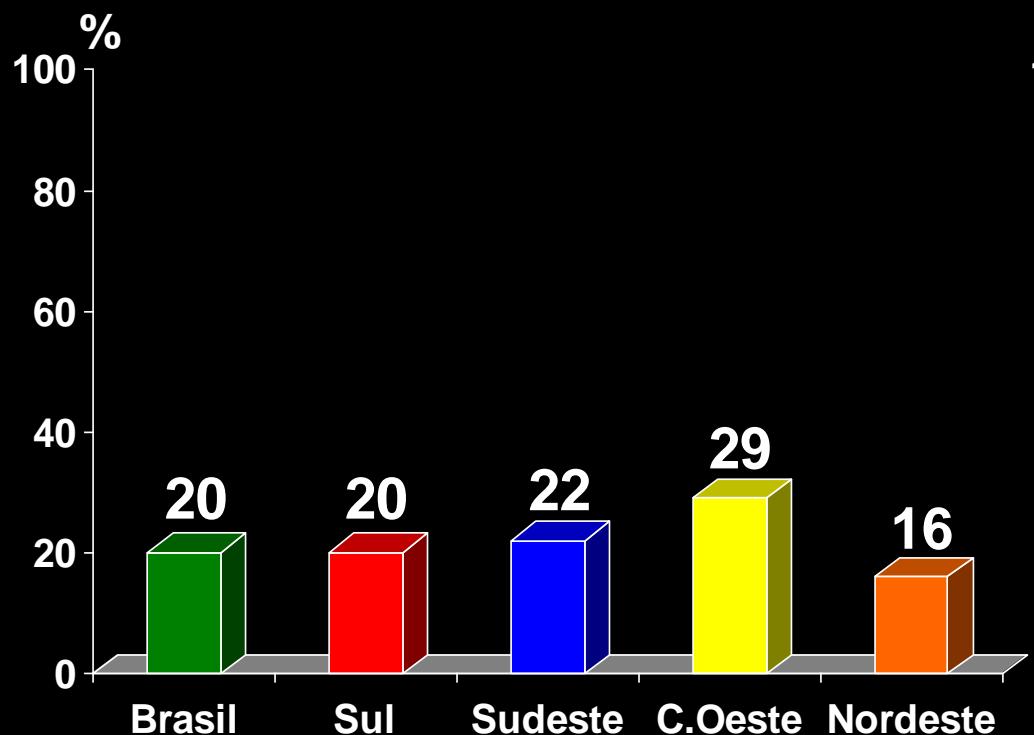
Base Real / Ponderada :5503 / 8018 entrevistados

## PENETRAÇÃO DE COMPRAS DE LIVROS

Região

→ Centro-Oeste apresenta maior índice de compras

mas a região Sudeste tem mais da metade dos compradores



Base Real / Ponderada :5503 / 8018 entrevistados

## PERFIL DO COMPRADOR

### Perfil do Comprador de Livros

- 60% dos compradores têm mais de 30 anos sem distinção por sexo
- 53% são moradores da Região Sudeste
- Mais da metade são de cidades grandes e metrópoles

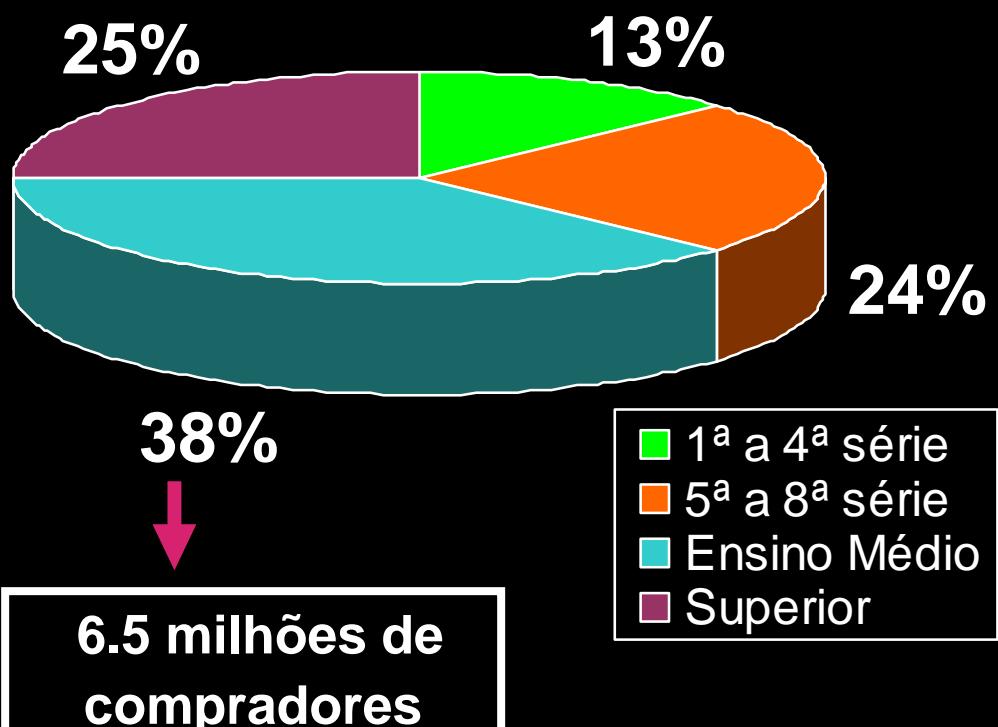


**55% dos compradores em 144 cidades**

## PERFIL DO COMPRADOR

### Escolaridade

→ O comprador modal possui ou cursa ensino médio



Estimado em mais ou menos 31% da população brasileira alfabetizada

26,6 milhões de pessoas com ensino médio são potenciais compradores de livros

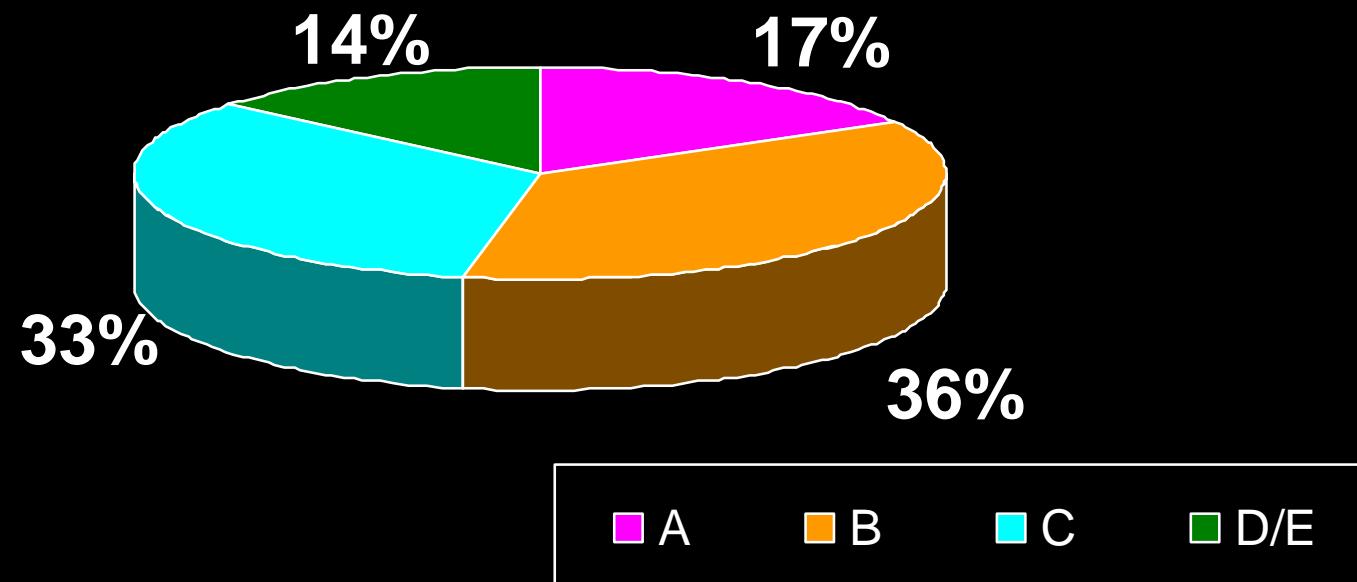
## PERFIL DO COMPRADOR

**Classe  
Econômica**



O comprador típico pertence às classes B e C: somam 12 milhões de compradores

Participação de Compradores por Classe Econômica



Base Real / Ponderado : 1473 / 1642 compradores de livros nos últimos 12 meses

## DINÂMICA DE COMPRAS

### Compra de Livros

➤ Pequena parcela da população  
lembra-se de ter adquirido  
livros nos últimos 12 meses

20%

Compra média declarada

5,92 livros  
ao ano

Apenas 1,21 livros por adulto alfabetizado



## DINÂMICA DE COMPRAS – DIDÁTICOS

### Compra de Livros Didáticos

- **Categoria de livros mais adquirida no Brasil nos últimos 12 meses**
- **Na cidade de São Paulo, o gênero religioso (23%) é o mais citado entre os gêneros comprados, seguido pelo didático (19%)**

28% dos compradores de livros declararam adquirir em 2000



Grande força da religião e das igrejas na capital paulistana

## DINÂMICA DE COMPRAS – DIDÁTICOS

### Livro Didático

- Igualmente comprado por homens e mulheres
- Mais comprado por estudantes ( 40% X 27% de outros)
- Compradores que possuem 5<sup>a</sup> a 8<sup>a</sup> série ou ensino médio adquirem mais o gênero didático do que os compradores com outros níveis de escolaridade  
( 32% X 27% - 1<sup>a</sup> a 4<sup>a</sup> série ) e 32% X 15% - Superior)
- Gênero mais presente entre os compradores do Nordeste  
( 33% X 28% - Brasil )
- Também é o gênero mais presente entre os compradores das cidades até 10 mil adultos alfabetizados - 4830 municípios em 1996  
( 33% X 25% - Cidades maiores)



Implica grandes esforços de distribuição

## DINÂMICA DE COMPRAS – DIDÁTICOS

**Livraria é o principal canal de vendas dos didáticos  
mas são utilizadas alternativas**

Local de compra do último livro didático	São Paulo %	Brasil %
Livraria	64	54
Livraria da escola	21	22
Banca/ loja de livros usados	8	1
Vendedor / Porta em porta	3	12
Papelaria	3	*
Internet	1	1
Editora	0	3
Em clubes como o Círculo do livro/ Time Life com entrega pelo correio	0	2

## DINÂMICA DE COMPRAS – DIDÁTICOS

-Continuação-

Local de compra do último livro didático	São Paulo %	Brasil %
Através de professores / escola	0	2
Banca de Jornal	0	1
Igreja	0	1
Outros( Feira do livro/ vídeo locadora/ amigos/superm)	0	2
<b>Base Real : Compradores</b>	<b>59</b>	<b>726</b>
<b>Base Ponderada : Compradores</b>	<b>70</b>	<b>836</b>

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

Local de compra



**$\frac{3}{4}$  dos livros didáticos são comprados em livrarias em geral**

*Local de compra do último livro didático por sexo – Brasil*

	Total %	Masc. %	Fem. %
Livraria	54	58	49
Livraria da escola	22	22	22
Vendedor / Porta em porta	12	8	16
Editora	3	3	3
Em clubes como o Círculo do livro/ Time Life com entrega pelo correio	2	2	3
Através de professores / escola	2	1	2
Banca/ loja de livros usados	1	1	2

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

-Continuação-

	Total %	Masc. %	Fem. %
Internet	1	1	1
Banca de Jornal	1	1	1
Igreja	1	1	*
Papelaria	*	1	*
Outros( Feira do livro/ vídeo locadora/ amigos/supermercado)	2	2	1
<i>Base Real: Compradores</i>	<b>726</b>	<b>266</b>	<b>460</b>
<i>Base Ponderada: Compradores</i>	<b>836</b>	<b>415</b>	<b>421</b>

## DINÂMICA DE COMPRAS DIDÁTICOS- SP

Local de compra



Dinâmica diferenciada de Brasil, com mulheres utilizando mais livraria do que os homens

Local de compra do último livro didático por sexo – São Paulo

	Total %	Masc. %	Fem. %
Livraria	64	57	74
Livraria da escola	21	27	11
Banca/ loja de livros usados	8	7	9
Papelaria	3	4	3
Vendedor / Porta em porta	3	5	0
Internet	1	0	3
Em clubes como o Círculo do livro/ Time Life com entrega pelo correio/ Editora/ Banca de Jornal / Igreja/Feira de livro/ Amigos/ Supermercados	0	0	0
<i>Base Real: Entrevistados</i>	59	32	27
<i>Base Ponderada: Entrevistados</i>	70	43	27

Nº de casos insuficiente para análise por idade, classe e escolaridade

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

### Local de Compra



Forte presença de vendedor porta a porta junto a compradores com ensino fundamental

Local de compra do último livro didático por escolaridade – Brasil

	Total %	1ª a 4ª %	5ª a 8ª %	Médio %	Superior %
Livraria	54	61	52	50	58
Livraria da escola	22	11	26	21	23
Vendedor / Porta em porta	12	19	18	12	5
Editora	3	3	0	2	5
Em clubes como o Círculo do livro/ Time Life com entrega pelo correio	2	1	1	4	1
Através de professores / escola	2	0	*	3	1

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

-Continuação-

	Total %	1ª a 4ª %	5ª a 8ª %	Médio %	Superior %
<b>Banca/ loja de livros usados</b>	1	0	1	3	1
<b>Internet</b>	1	0	0	1	3
<b>Banca de Jornal</b>	1	2	1	2	*
<b>Igreja</b>	1	2	0	1	0
<b>Papelaria</b>	*	0	*	1	1
<b>Outros( Feira do livro/ vídeo locadora/ amigos/superm)</b>	2	1	1	1	2
<b>Base Real / Ponderada : Compradores</b>	<b>726/836</b>	<b>59/77</b>	<b>160/199</b>	<b>287/330</b>	<b>209/219</b>

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

### Local de Compra



Vendedor porta a porta supera livraria de escola junto ao comprador mais pobre

Local de compra do último livro didático por classe econômica – Brasil

	Total %	A %	B %	C %	D/E %
Livraria	54	74	63	45	34
Livraria da escola	22	17	21	25	24
Vendedor / Porta em porta	12	1	6	16	26
Editora	3	1	2	4	2
Em clubes como o Círculo do livro/ Time Life com entrega pelo correio	2	3	2	2	2
Através de professores / escola	2	0	1	2	4

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

-Continuação-

	Total %	A %	B %	C %	D/E %
<b>Banca/ loja de livros usados</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Internet</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	*	<b>0</b>
<b>Banca de Jornal</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Igreja</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
<b>Papelaria</b>	*	1	*	*	1
<b>Outros( Feira do livro/ vídeo locadora/ amigos/superm)</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Base Real / Ponderada : Compradores</b>	<b>726/836</b>	<b>107/113</b>	<b>260/300</b>	<b>248/285</b>	<b>111/138</b>

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

Local de Compra



Nordeste tem dinâmica distinta com maior força do porta a porta e menor força da livraria

Local de compra do último livro didático por região – Brasil

	Total %	Sul %	Sudeste %	C.Oeste %	Nordeste %
Livraria	54	50	65	62	43
Livraria da escola	22	25	20	20	23
Vendedor / Porta em porta	12	13	6	7	20
Editora	3	2	*	3	5
Em clubes como o Círculo do livro/ Time Life com entrega pelo correio	2	5	1	0	3
Através de professores / escola	2	0	1	3	1

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

-Continuação-

	Total %	Sul %	Sudeste %	C.Oeste %	Nordeste %
<b>Banca/ loja de livros usados</b>	1	2	1	1	2
<b>Internet</b>	1	1	1	3	1
<b>Banca de Jornal</b>	1	2	1	1	1
<b>Igreja</b>	1	0	1	0	1
<b>Papelaria</b>	*	0	1	1	1
<b>Outros( Feira do livro/ vídeo locadora/ amigos/superm)</b>	2	1	2	1	1
<b>Base Real: Compradores</b>	726	144	265	95	171
<b>Base Ponderada: Compradores</b>	836	176	277	121	212

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

### Local de Compra

As livrarias são mais fortes nas cidades com mais de 100.000 adultos alfabetizados

Local de compra do último livro didático por categoria de cidade – Brasil

	Total %	Pequenina %	Pequena %	Média %	Grande %	Metrópole %
Livraria	54	34	47	33	68	62
Livraria da escola	22	31	24	14	16	22
Vendedor / Porta em porta	12	19	13	44	6	7
Editora	3	5	2	0	2	2
Em clubes como o Círculo do livro/ Time Life com entrega pelo correio	2	5	3	0	1	1
Através de professores / escola	2	3	3	6	1	*

## DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

-Continuação-

	Total %	Pequenina %	Pequena %	Média %	Grande %	Metrópole %
<b>Banca/ loja de livros usados</b>	1	1	3	4	1	1
<b>Internet</b>	1	0	3	0	1	1
<b>Banca de Jornal</b>	1	*	3	0	2	1
<b>Igreja</b>	1	*	0	0	1	0
<b>Papelaria</b>	*	1	0	0	1	1
<b>Outros( Feira do livro/ vídeo locadora/ ...)</b>	2	2	1	0	1	3
<i>Base Real: Compradores</i>	<b>726</b>	<b>165</b>	<b>98</b>	<b>33</b>	<b>195</b>	<b>235</b>
<i>Base Ponderada: Compradores</i>	<b>836</b>	<b>191</b>	<b>119</b>	<b>41</b>	<b>259</b>	<b>227</b>

## DINÂMICA DE COMPRAS – NÃO-DIDÁTICOS

### Local de Compra

→ Pessoas muito pobres buscam canais alternativos à livraria

LOCAL DE COMPRA DO ÚLTIMO LIVRO	Total %	A %	B %	C %	D/E %
Livraria	57	73	62	53	34
Banca de Jornal	8	2	10	10	11
Igreja	8	3	5	8	15
Vendedor / Porta em porta	7	1	5	9	19
Banca/ loja de livros usados	5	6	4	6	5
Marketing Direto como Círculo do livro/ Time Life com entrega pelo correio	3	3	3	2	4
Livraria da Escola	3	2	2	5	3

## DINÂMICA DE COMPRAS – NÃO-DIDÁTICOS

-Continuação-

LOCAL DE COMPRA ÚLTIMO LIVRO	Total %	A %	B %	C %	D/E %
Feira do livro	3	6	3	3	1
Supermercado	2	*	2	1	3
Internet	2	4	1	1	1
Outros (Editora/amigos/professor/papelaria)	3	0	3	3	4
Base Real: Compradores	1120	172	405	369	174
Base Ponderada: Compradores	1216	175	431	411	198

## DINÂMICA DE COMPRAS – NÃO-DIDÁTICOS

Local de Compra

→ Quanto menor a cidade maior o uso do vendedor porta a porta

LOCAL DE COMPRA ÚLTIMO LIVRO	Brasil %	Peque nina %	Peque na %	Média %	Grande %	Metró pole %
Livraria	57	49	49	43	60	63
Banca de Jornal	8	6	11	10	10	9
Igreja	8	10	7	23	5	4
Vendedor / Porta em porta	7	16	13	11	4	3
Banca/ loja de livros usados	5	4	3	0	3	9
Marketing Direto como Círculo do livro/ Time Life com entrega pelo correio	3	3	4	3	4	1
Livraria da Escola	3	7	1	4	3	1

## DINÂMICA DE COMPRAS – NÃO-DIDÁTICOS

LOCAL DE COMPRA ÚLTIMO LIVRO	Brasil %	Peque nina %	Peque na %	Média %	Grande %	Metró pole %
Feira do Livro	3	2	2	0	4	4
Supermercado	2	*	1	3	3	2
Internet	2	*	1	0	2	3
Outros (Editora/Amigos/Professor/Papelaria)	3	2	7	3	2	2
Base Real: Compradores	1120	248	154	49	300	369
Base Ponderada: Compradores	1216	282	174	58	364	338

## RAZÃO DE COMPRAS – NÃO-DIDÁTICOS

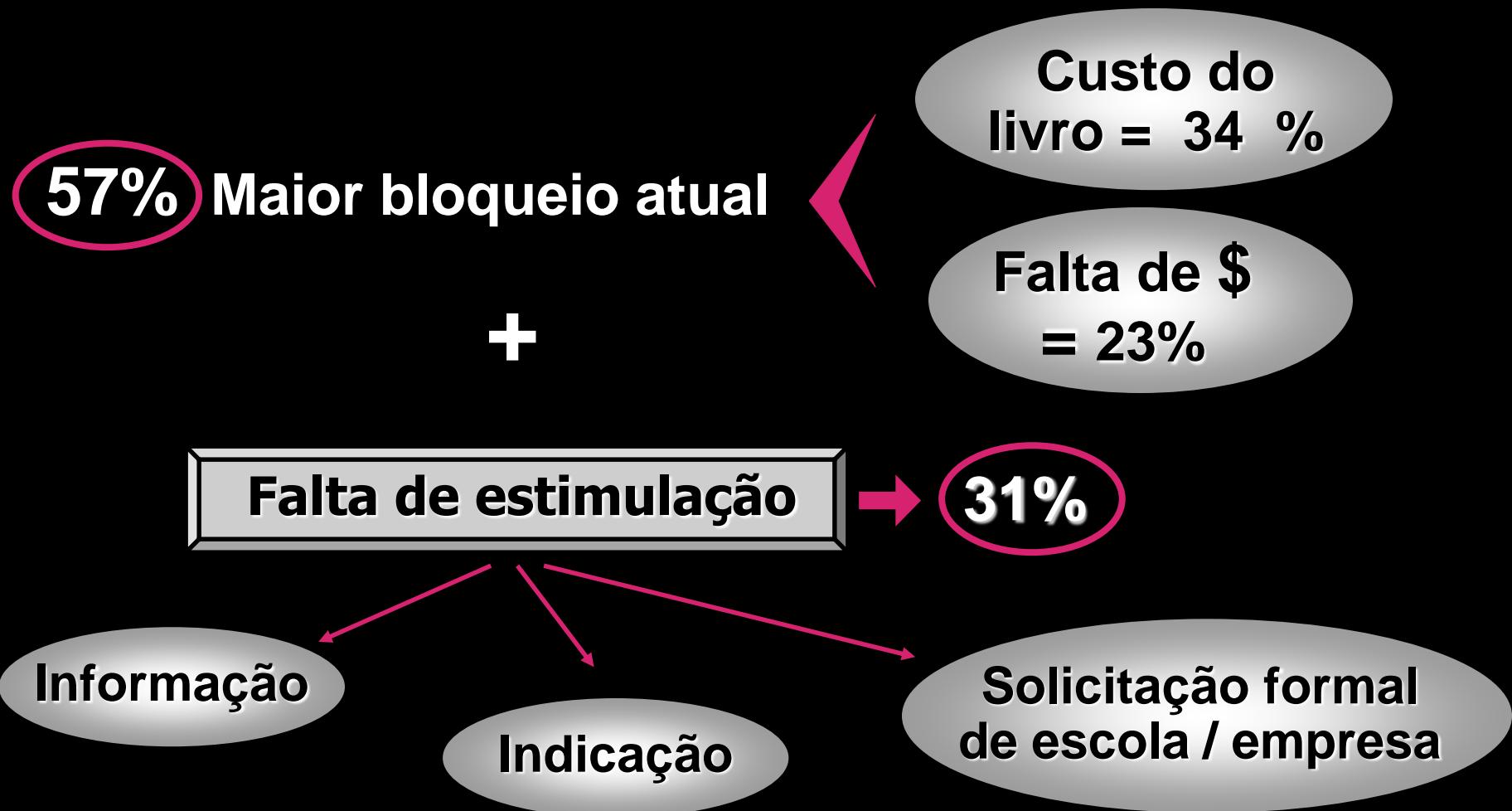
### Razão de Compra

→ Homem busca informação e ascensão profissional e mulher busca mais “paz interior” e presentear

COMPRA DO LIVRO NÃO DIDÁTICO	TOTAL %	MASC. %	FEM. %
Obtenção de conhecimento	30	38	25
Ter momentos de distração e lazer	22	20	23
Evoluir espiritualmente	17	13	20
Dar de presente	14	10	15
Para evoluir profissionalmente	8	10	6
Estar atualizado	8	11	5
Interesse pelo título/ assunto	4	5	4
Buscar aprimoramento pessoal	4	3	5
Outros	3	2	4
<b><i>Base Real: Compradores</i></b>	<b>726</b>	<b>266</b>	<b>460</b>
<b><i>Base Ponderada: Compradores</i></b>	<b>836</b>	<b>415</b>	<b>421</b>

## DINÂMICA DE COMPRAS

### Bloqueios para Maior Aquisição de Livros



## ACESSO A LIVROS

### Posse de Livros Didáticos e Não-Didáticos

Apresenta dinâmica idêntica à distribuição de renda no País, onde poucos têm muito e muitos têm pouco

População adulta alfabetizada

Volumes de exemplares existentes nas residências



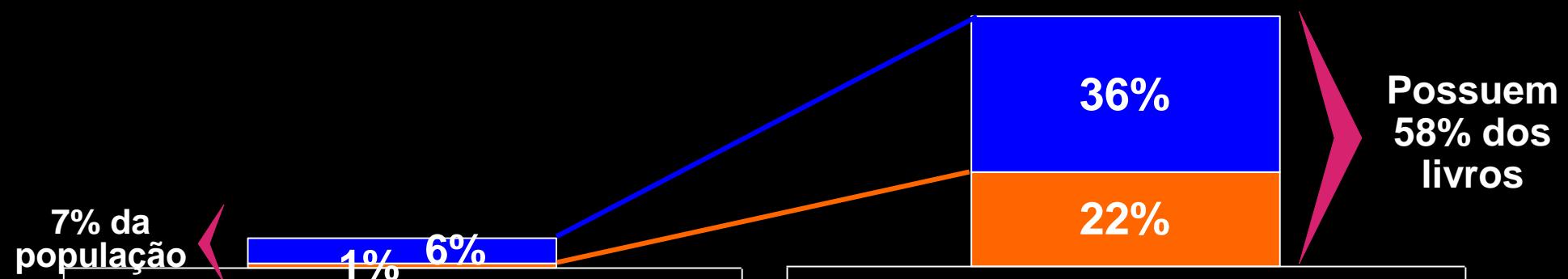
## ACESSO A LIVROS

### Posse de Livros Didáticos e Não-Didáticos

Apresenta dinâmica idêntica à distribuição de renda no País, onde poucos têm muito e muitos têm pouco

População adulta alfabetizada

Volumes de exemplares existentes nas residências



Base : Pesquisa Franceschini

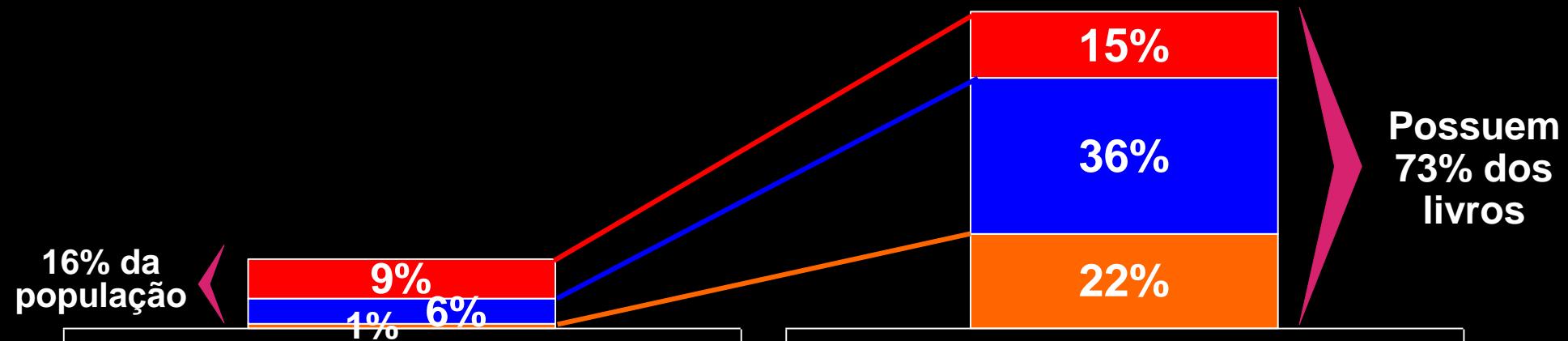
## ACESSO A LIVROS

### Posse de Livros Didáticos e Não-Didáticos

Apresenta dinâmica idêntica à distribuição de renda no País, onde poucos têm muito e muitos têm pouco

População adulta alfabetizada

Volumes de exemplares existentes nas residências



Base : Pesquisa Franceschini

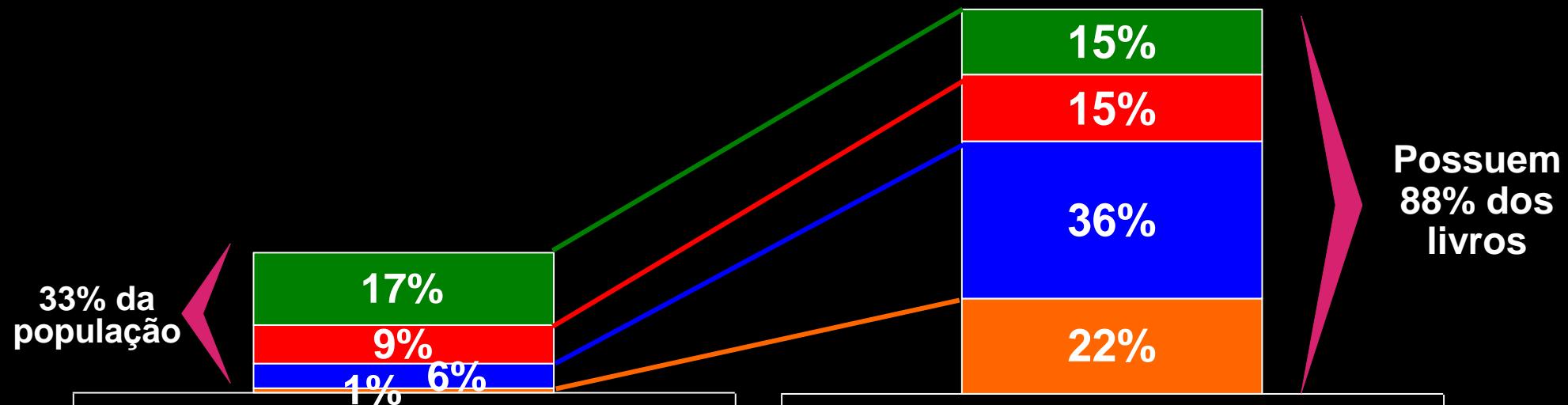
## ACESSO A LIVROS

### Posse de Livros Didáticos e Não-Didáticos

Apresenta dinâmica idêntica à distribuição de renda no País, onde poucos têm muito e muitos têm pouco

População adulta alfabetizada

Volumes de exemplares existentes nas residências



Base : Pesquisa Franceschini

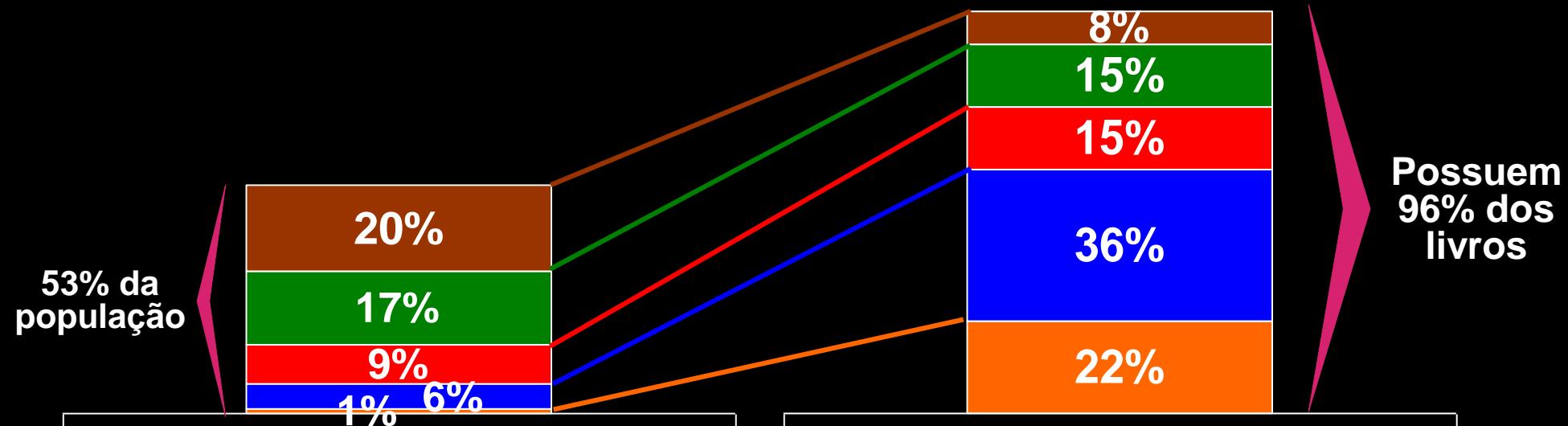
## ACESSO A LIVROS

### Posse de Livros Didáticos e Não-Didáticos

Apresenta dinâmica idêntica à distribuição de renda no País, onde poucos têm muito e muitos têm pouco

População adulta alfabetizada

Volumes de exemplares existentes nas residências



## ACESSO A LIVROS

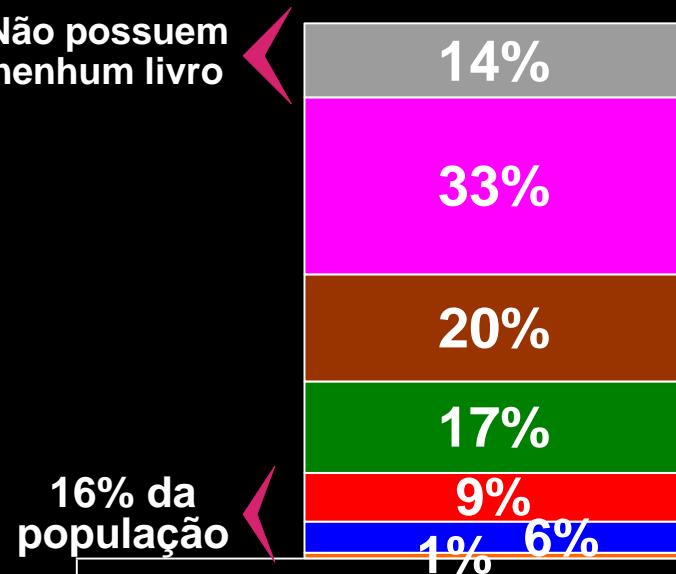
### Posse de Livros Didáticos e Não-Didáticos

Apresenta dinâmica idêntica à distribuição de renda no País, onde poucos têm muito e muitos têm pouco

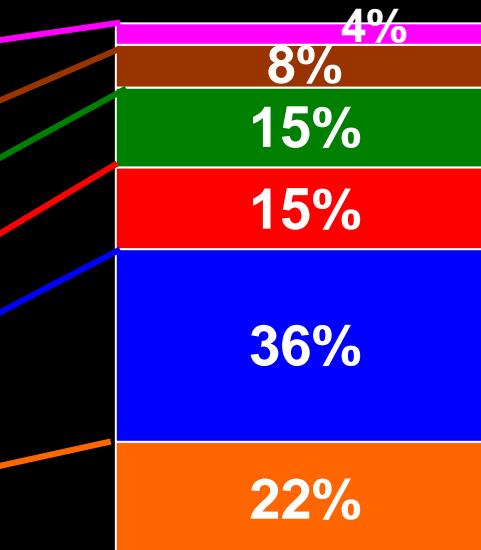
População adulta alfabetizada

Volumes de exemplares existentes nas residências

Não possuem  
nenhum livro

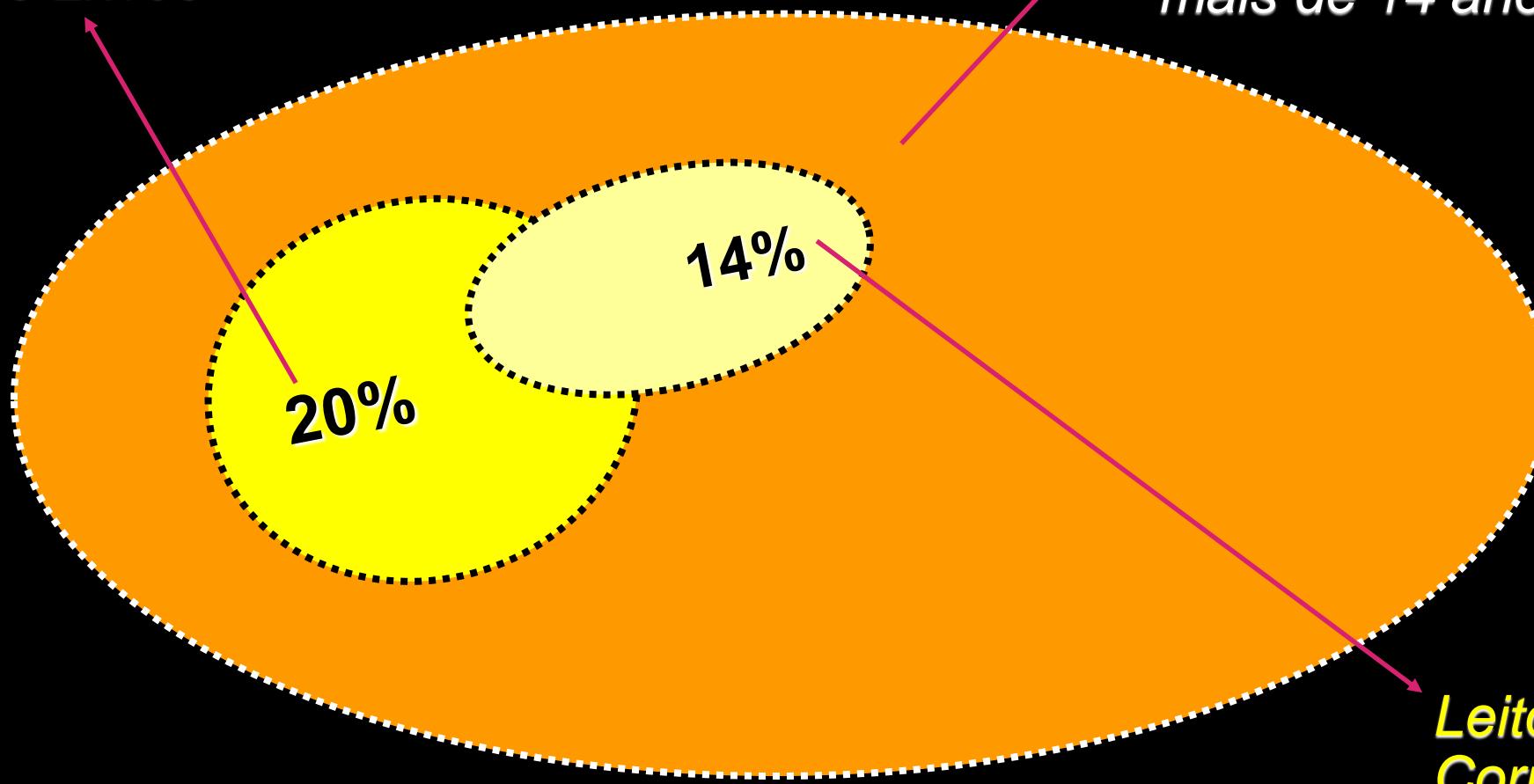


Possuem  
73% dos  
livros



## LEITURA DE LIVROS NO BRASIL

*Compradores  
de Livros*



*Leitor  
Corrente*

## LEITURA DE LIVROS NO BRASIL

### Leitor Corrente



Apenas **14%** liam pelo menos um título no dia da entrevista



Estimativa de 12 milhões de leitores

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

### Leitura Atual

A cada dez leitores correntes (atuais) três estão lendo algum livro de literatura adulta

### Gêneros Lidos – Brasil

BRASIL	%	Pop. Est. Em Mil
Literatura Adulta	29	3.500
Religião	20	2.400
Bíblia (apenas)	18	2.160
Filosofia e Psicologia	19	2.290
Ciências Sociais	11	1.200
Ciências Aplicadas	7	843
Generalidades	6	602

Forte presença  
de auto-ajuda

38% ou  
4,6 milhões  
estão lendo  
livros  
religiosos  
em geral

1,3 gêneros lidos  
em média por  
leitor

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

# GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

## Leitura Atual

### Gêneros Lidos – Brasil

-Continuação-

BRASIL	%	Pop. Est. Em Mil
Geografia e História	6	602
Literatura Infanto-Juvenil	4	480
Línguas	3	360
Ciências Puras	4	480
Artes, Lazer e Desportos	1	120
Educação Básica	1	120
Não Identificado	16	2.000

Livros que estão  
sendo lidos fora  
da escola



1,3 gêneros lidos  
em média por  
leitor

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

Sexo

→ Comportamento distinto segundo o sexo

### Gêneros Lidos por Sexo – Brasil

GÊNEROS LIDOS	Masc. %*	Fem. %*
Literatura Adulta	32	26
Religião	15	24
Bíblia (apenas)	16	21
Filosofia e Psicologia	18	19
Ciências Sociais	14	8
Ciências Aplicadas	10	4
Generalidades	8	4

Quase metade das leitoras estão lendo algum livro religioso

Inclusão de terror, aventura, biografias em literatura leva a maior leitura do gênero por homens

\*Inferior a 1%

\*Porcentagem do total de leitores

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

-Continuação-

GÊNEROS LIDOS	Masc. %*	Fem. %*
Geografia e História	9	3
Literatura Infanto-Juvenil	3	4
Línguas	3	4
Ciências Puras	4	3
Artes, Lazer e Desportos	2	1
Educação Básica	1	0,4
Não Identificado	16	15

Quase metade das leitoras estão lendo livros religiosos

Inclusão de terror, aventura, biografias em literatura leva a maior leitura do gênero por homens

\*Inferior a 1%

\*Porcentagem do total de leitores

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

Idade

→ Religião e Literatura apresentam dinâmicas opostas quanto à leitura.

Gêneros Lidos por Idade – Brasil

GÊNEROS LIDOS	14 a 19 *	20 a 29 *	30 a 39 *	+ de 40 *
Religião	13	15	21	28
Bíblia (apenas)	7	15	19	26
Literatura Adulta	43	31	26	21
Filosofia e Psicologia	13	15	24	21
Ciências Sociais	7	19	11	5
Ciências Aplicadas	7	7	6	6
Generalidades	4	6	9	4

\*Porcentagem do total de leitores

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

### Idade

-Continuação-

GÊNEROS LIDOS	14 a 19 *	20 a 29 *	30 a 39 *	+ de 40 *
Geografia e História	13	5	4	3
Literatura Infanto-Juvenil	9	3	3	2
Línguas	7	5	2	1
Ciências Puras	5	5	3	2
Artes, Lazer e Desportos	2	2	1	1
Educação Básica	1	0	0,3	1
Não Identificado	16	14	13	17

\*Porcentagem do total de leitores

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

### Escolaridade

→ Os níveis mais altos de escolaridade privilegiam a Literatura e as Ciências em detrimento do Religioso

Gêneros Lidos por Escolaridade – Brasil

GÊNEROS LIDOS	Superior *	Médio *	5 <sup>a</sup> a 8 <sup>a</sup> *	1 <sup>a</sup> a 4 <sup>a</sup> *
Religião	15	19	22	28
Bíblia (apenas)	6	14	23	45
Literatura Adulta	36	32	27	8
Filosofia e Psicologia	30	18	16	5
Ciências Sociais	25	6	5	4
Ciências Aplicadas	13	5	5	3
Generalidades	7	6	4	3

\*Porcentagem do total de leitores

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

-Continuação-

GÊNEROS LIDOS	Superior *	Médio *	5 <sup>a</sup> a 8 <sup>a</sup> *	1 <sup>a</sup> a 4 <sup>a</sup> *
Geografia e História	4	5	10	2
Literatura Infanto-Juvenil	2	4	6	4
Línguas	4	3	6	1
Ciências Puras	5	3	5	1
Artes, Lazer e Desportos	2	1	1	0
Educação Básica	0,3	1	2	1
Não Identificado	20	17	12	12

\*Porcentagem do total de leitores

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

Classe Econômica



Quanto mais baixo o estrato econômico maior é a penetração de leitura da bíblia

Gêneros Lidos por Classe Econômica – Brasil

GÊNEROS LIDOS	A *	B *	C *	D/E *
Religião	18	19	22	18
Bíblia (apenas)	3	11	18	36
Literatura Adulta	40	37	24	19
Filosofia e Psicologia	35	23	17	9
Ciências Sociais	22	9	11	6
Ciências Aplicadas	18	7	4	5
Generalidades	8	7	4	4

Quanto mais alto o estrato econômico maior a penetração de literatura adulta e livros de formação científica

\*Porcentagem do total de leitores

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

-Continuação-

GÊNEROS LIDOS	A *	B *	C *	D/E *
Geografia e História	7	3	7	6
Literatura Infanto-Juvenil	3	3	5	4
Línguas	5	2	3	4
Ciências Puras	9	1	5	2
Artes, Lazer e Desportos	1	1	2	1
Educação Básica	0	0	0,4	2
Não Identificado	24	17	15	11

\*Porcentagem do total de leitores

Base Real / Ponderada : 1241/1152 entrevistados que leram algum livro nos últimos 30 dias

## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

### Leitor Corrente dos Gêneros



## GÊNEROS DE LEITURA CORRENTE

### Leitor Corrente dos Gêneros

- Literatura
- Ciências Sociais e Aplicadas
- Filosofia e Psicologia



**Movimento  
inverso do  
Gênero Religioso**

- 
- Lidos principalmente:**
- ✓ Público masculino
  - ✓ Escolaridade e estratos econômicos mais altos
  - ✓ Nas grandes metrópoles

## ACESSO AO LIVRO

### Acesso ao Livro Lido

A metade dos livros da leitura corrente foram comprados



Bibliotecas → 8%  
Dado pela Escola → 4%



**Em cidades com menos de 100 mil adultos há maior incidência desses canais**

- **bibliotecas = 9 % X 6% em cidades maiores**
- **dado pela escola = 6 % X 1% em cidades maiores**

## ACESSO AO LIVRO

Baixa Posse de Livros



Baixo poder aquisitivo  
da maioria dos leitores

➤ Poucas alternativas de leitura dentro de casa

Busca de opções para acesso a livros

- ✓ Presente / ganhou da escola
- ✓ Emprestado de amigo/parente
- ✓ Emprestado de biblioteca

Necessidade de criar programas  
que facilitem o acesso a livros

Ampliação do número de bibliotecas

## RETRATO DA LEITURA NO BRASIL

Compradores  
de Livros

População  
alfabetizada com  
mais de 14 anos

20%

14%

30%

Leitor Efetivo nos  
últimos 3 meses

Leitor Corrente

## PENETRAÇÃO DE LEITURA EFETIVA DE LIVROS

**Leitor Efetivo**



**Leu pelo menos um livro nos últimos 3 meses**



- **30%** da população alfabetizada no Brasil com mais de 14 anos → **26 milhões de leitores no País**
- **SP** → **36%** → **2,4 milhões de leitores**
- **14%** da população alfabetizada no Brasil com mais de 14 anos declara não ter hábito de ler nada → **12 milhões de alfabetizados no País**

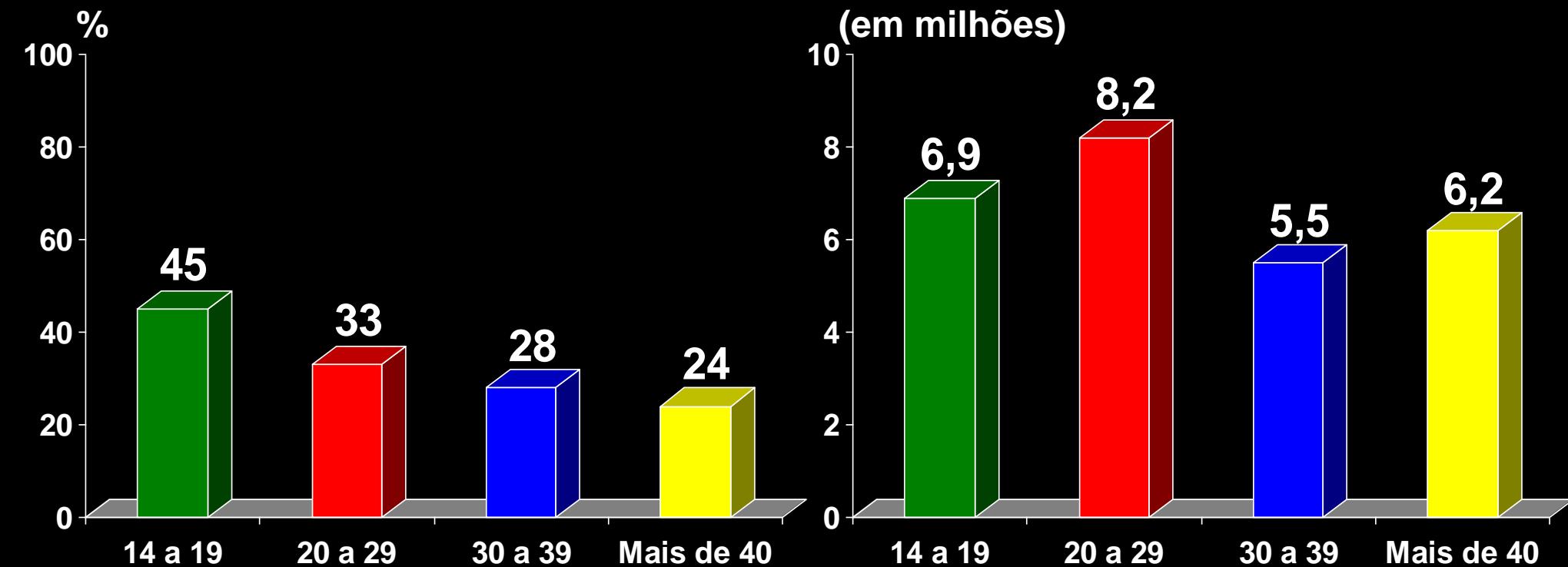
## PENETRAÇÃO DE LEITURA EFETIVA DE LIVROS

Idade

Há maior penetração na fase escolar, devido ao maior contato com livros e ao estímulo a leitura



há um grande mercado em cada faixa etária



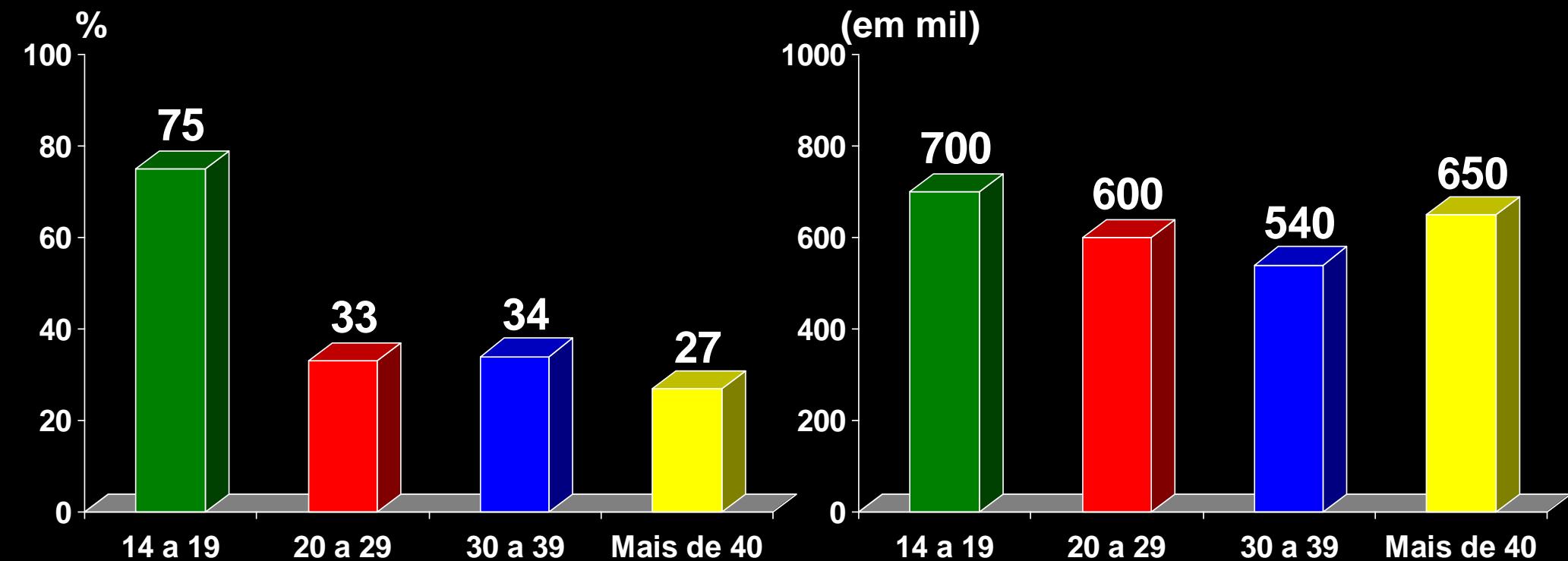
Base Real / Ponderada :5503 / 8018 entrevistados

## PENETRAÇÃO EFETIVA DA LEITURA DE LIVROS - SP

**Idade**

→ O acesso a livros é maior na fase  
escolar de São Paulo

Penetração de Leitores por Idade – São Paulo

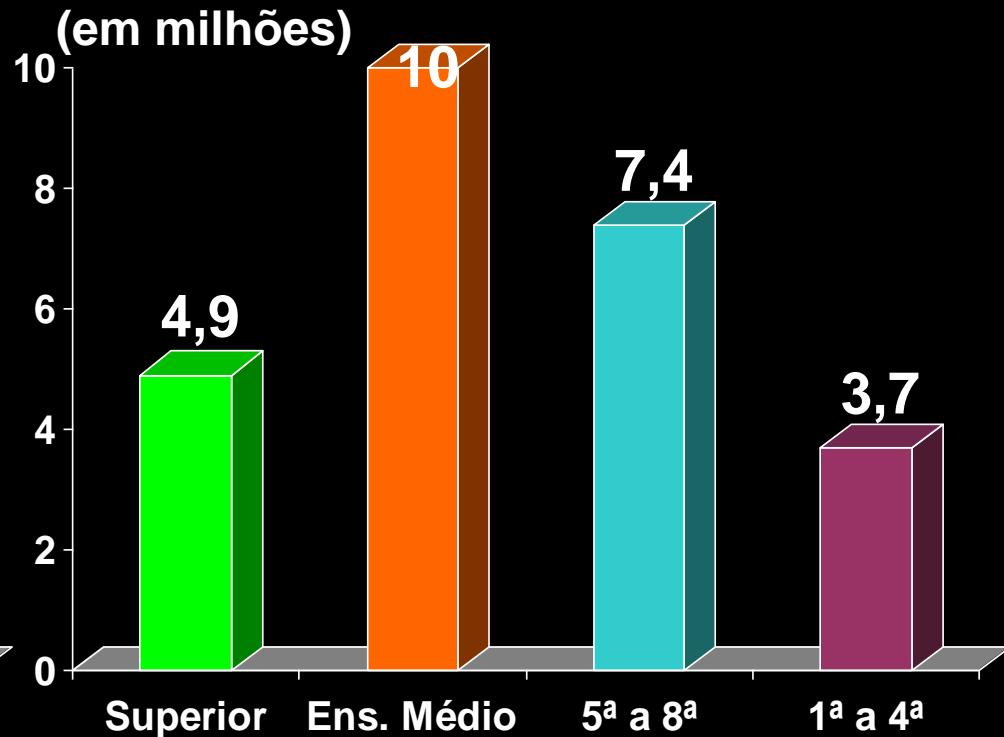
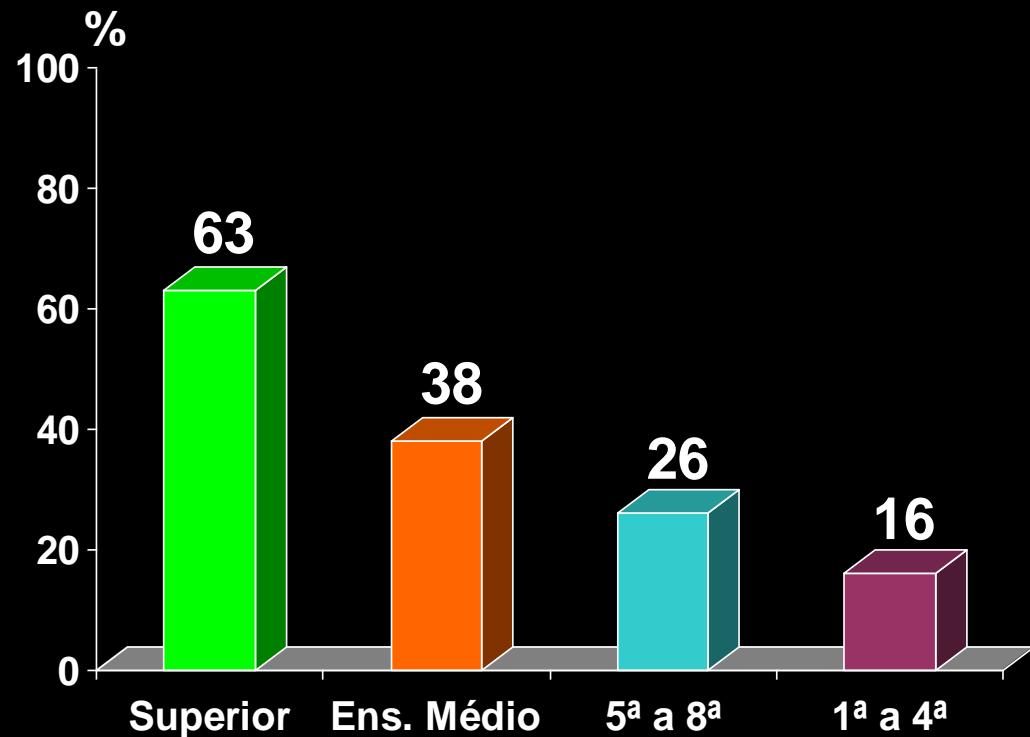


Base Real / Ponderada :433 / 651 entrevistados

## PENETRAÇÃO EFETIVA DA LEITURA DE LIVROS

**Escolaridade**

→ É decisiva a influência do grau de instrução na leitura e o público com ensino médio é o maior mercado leitor



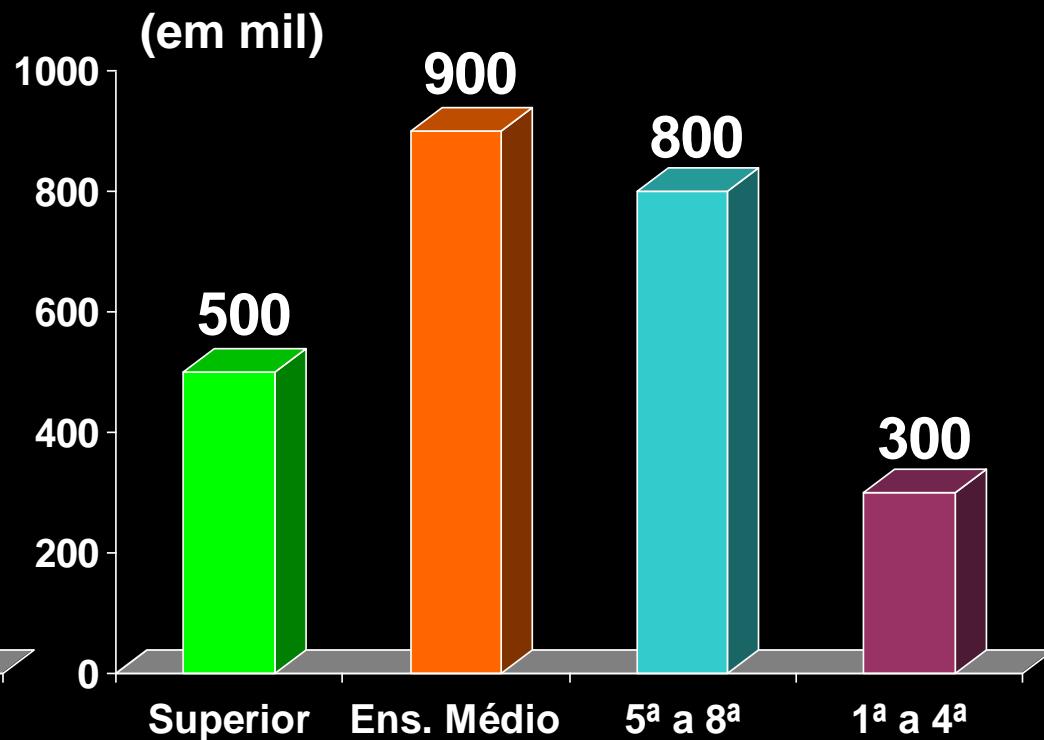
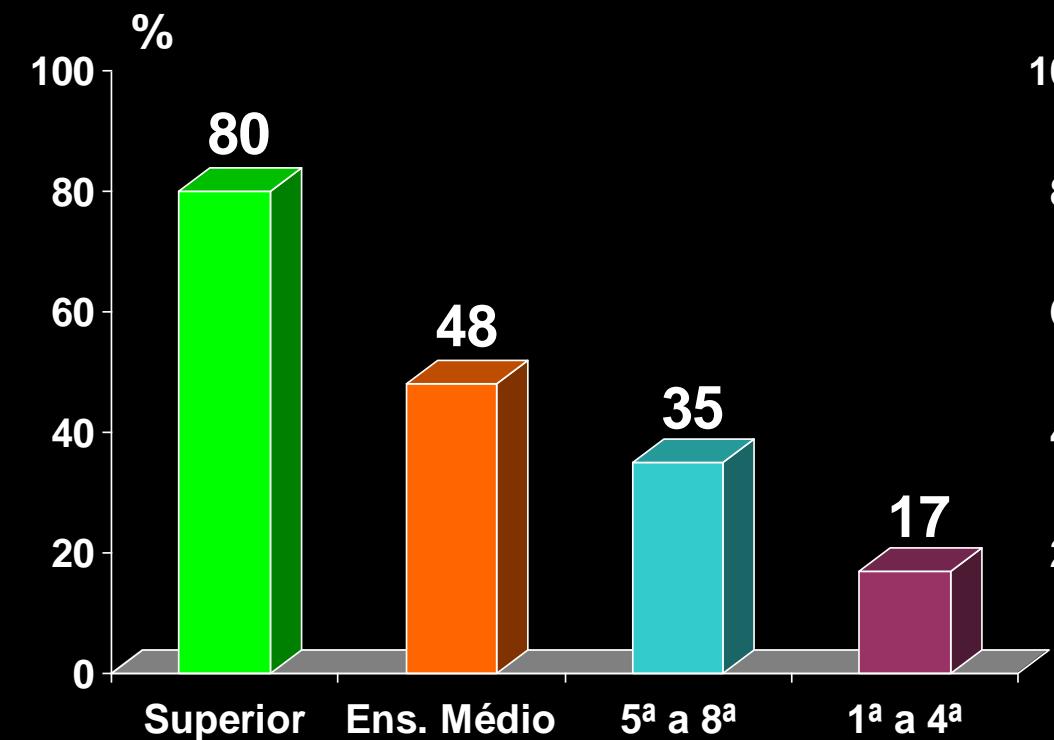
Base Real / Ponderada :5503 / 8018 entrevistados

## PENETRAÇÃO EFETIVA DA LEITURA DE LIVROS - SP

**Escolaridade**

→ Maior a escolaridade, maior a apreciação  
da leitura de livros pelo paulistano

Penetração da Leitura por Escolaridade – São Paulo



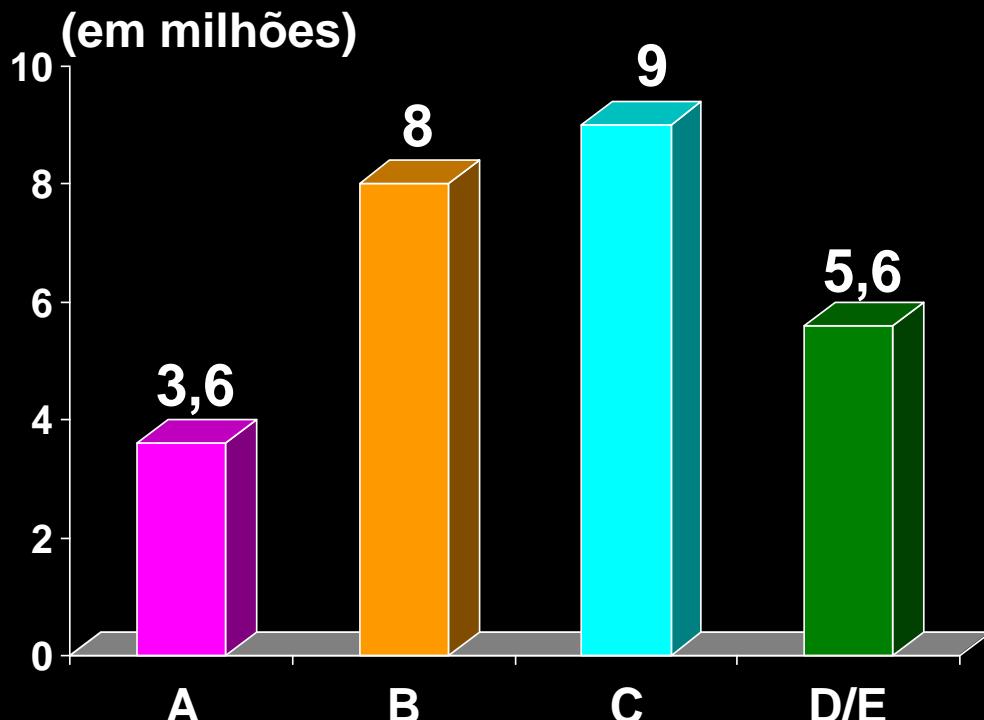
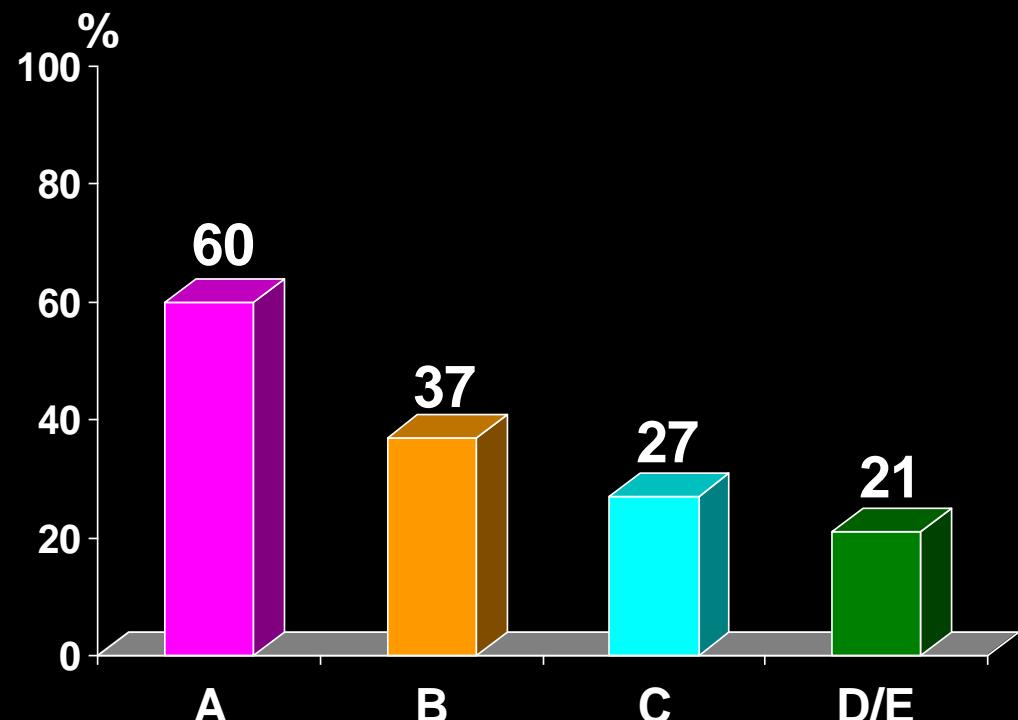
Base Real / Ponderada :433 / 651 entrevistados

# PENETRAÇÃO EFETIVA DA LEITURA DE LIVROS

**Classe Econômica**

A presença de leitores cresce nos estratos de renda mais elevada

Penetração da Leitura por Classe Econômica - Brasil



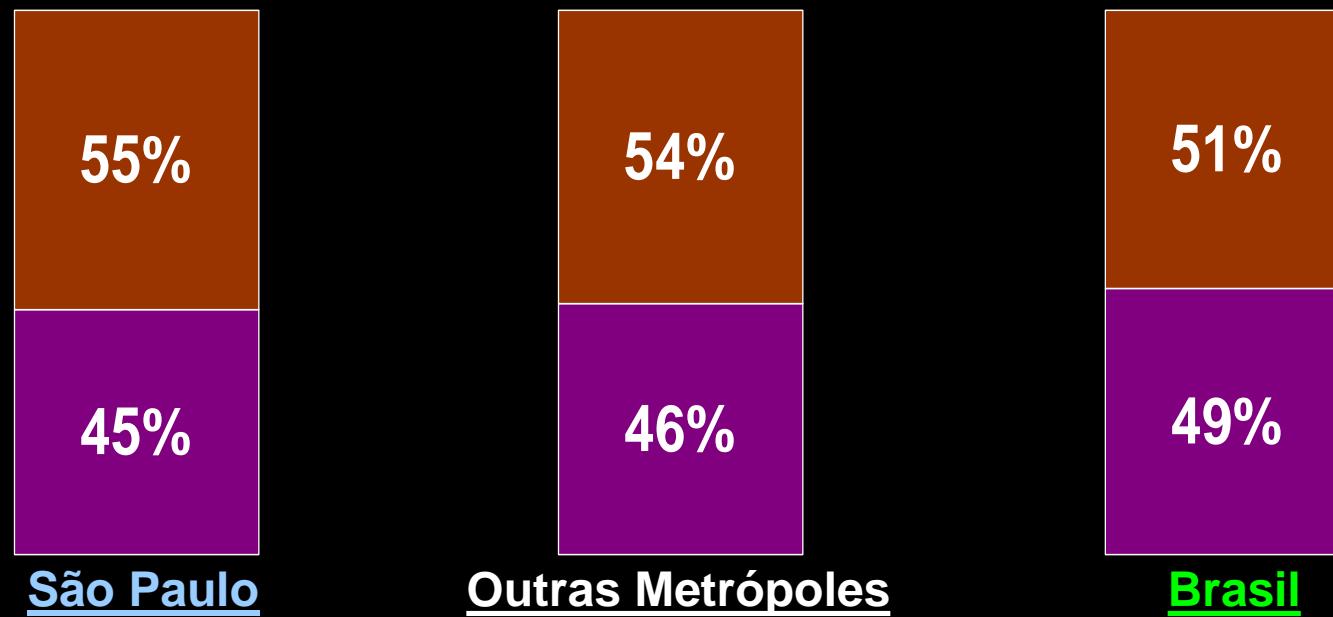
Base Real / Ponderada :5503 / 8018 entrevistados

## PERFIL DO LEITOR

Sexo

→ Há maior presença de leitores homens nas metrópoles

### Perfil do Leitor por Sexo – São Paulo



Base Real / Ponderada : 2591/2425 no Brasil  
Entrevistados que leram algum livro nos últimos 3 meses

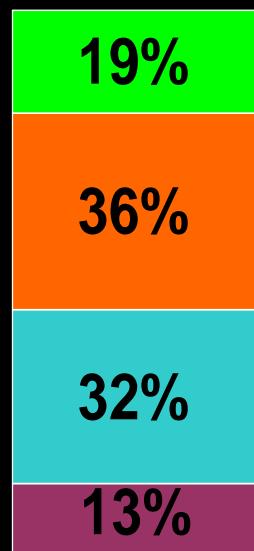
Masculino  
Feminino

## PERFIL DO LEITOR

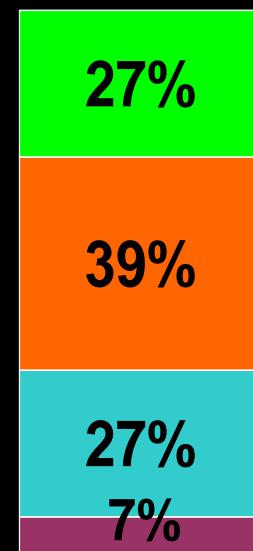
### Escolaridade

Leitor de outras metrópoles possui perfil diferenciado do paulistano e do brasileiro, apresentando uma escolaridade mais elevada

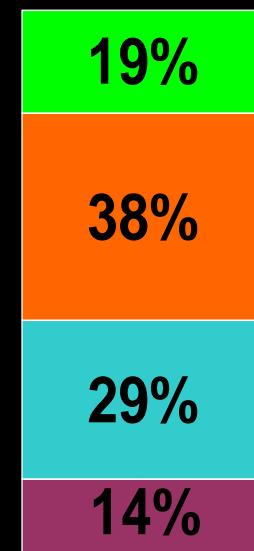
#### Perfil do Leitor por Escolaridade – São Paulo



São Paulo



Outras Metrópoles



Brasil

Base Real / Ponderada : 2591/2425 no Brasil  
Entrevistados que leram algum livro nos últimos 3 meses

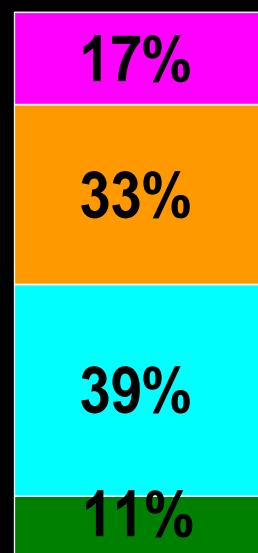
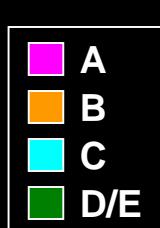
## PERFIL DO LEITOR

Classe Econômica

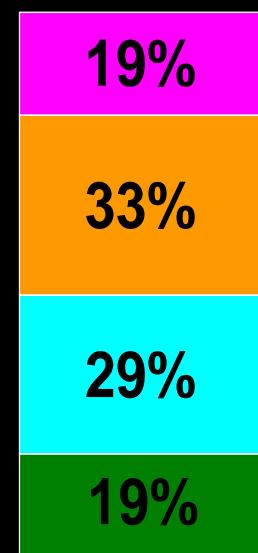


Classes com melhor poder aquisitivo têm maior presença entre os leitores das metrópoles

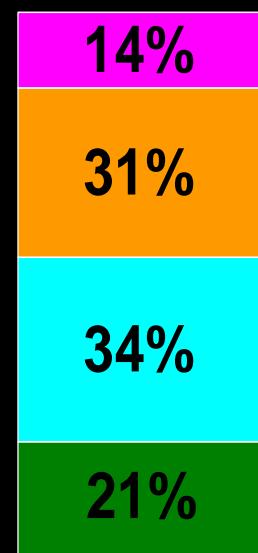
Perfil do Leitor por Classe Econômica



São Paulo



Outras Metrópoles



Brasil

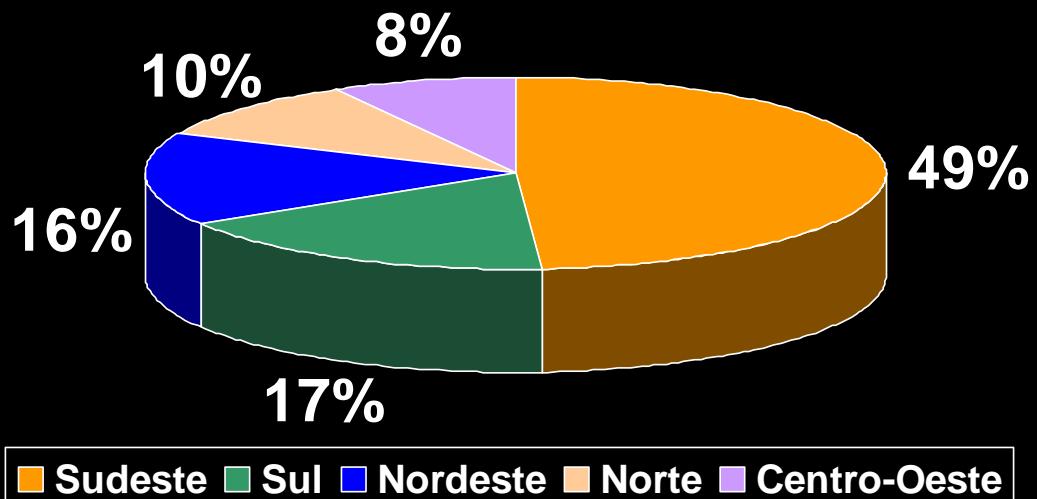
Base Real / Ponderada : 2591/2425 no Brasil  
Entrevistados que leram algum livro nos últimos 3 meses

## PERFIL DO LEITOR

Região

→ Metade dos leitores está na Região Sudeste

Participação de Leitores por Região - Brasil



Região	População Leitora Estimada* em 2000 em mil pessoas
Sudeste	12.580
Sul	4.390
Nordeste	4.140
Norte	2.530
Centro-Oeste	2.160
Brasil	26.000

Base Real / Ponderada : 2591/2425

Entrevistados que leram algum livro nos últimos 3 meses

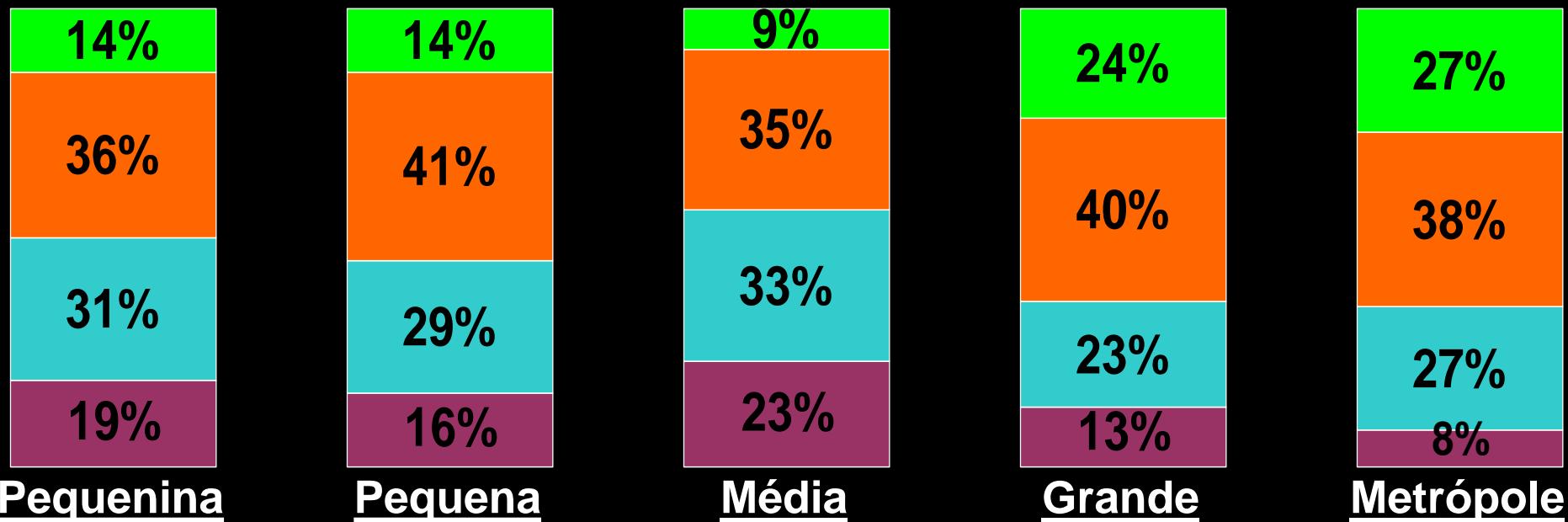
\* Estimada sobre dados IBGE 1996

## PERFIL DO LEITOR

### Escolaridade

→ Cidades com mais de 100 mil adultos alfabetizados têm leitores com maior escolaridade

Participação de Leitores por Categoria de Cidade



Base Real / Ponderada : 2591/2425  
Entrevistados que leram algum livro nos últimos 3 meses

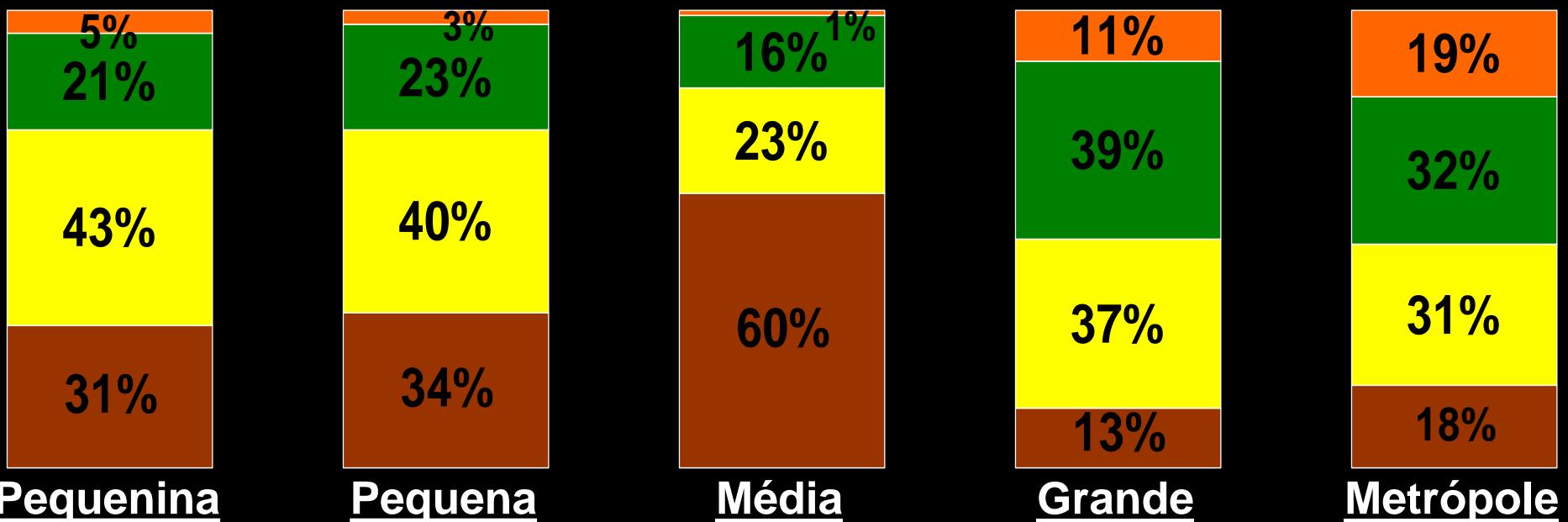
- Superior
- Ensino médio
- 5º a 8º série
- 1º a 4º série

## PERFIL DO LEITOR

### Classe Social

Leitores nas cidades com até 100 mil adultos alfabetizados são na maioria das classes pobres (C/D/E)

#### Participação de Leitores por Categoria de Cidade



Base Real / Ponderada : 2591/2425

Entrevistados que leram algum livro nos últimos 3 meses

■ A ■ B ■ C ■ D/E

## APRECIADORES

**Apreciação da Leitura**

→ **Tem 2 fortes componentes**

**Total dependência de  
escolaridade**

**Forte dependência do  
poder aquisitivo**

**Podem ser minimizados**

**Programas governamentais para  
aumento da escolaridade da população  
e do tempo de permanência na escola**



**Ações de melhoria no  
padrão educacional**

**Programas que  
melhorem o acesso aos  
livros pela população**

## RETRATO DA LEITURA NO BRASIL

Compradores  
de Livros

População  
alfabetizada com  
mais de 14 anos

Costumam ler

20%

14%

62%

30%

Leitor Efetivo nos  
últimos 3 meses

Leitor Corrente

## LEITURA HABITUAL

62%

**dos brasileiros alfabetizados  
com mais de 14 anos declaram  
que “costumam ler livros”**

X

30%

**efetivamente leram nos  
últimos 3 meses**

## LEITURA HABITUAL

62%

dos brasileiros alfabetizados  
com mais de 14 anos declaram  
que “costumam ler livros”

Apenas 30% leram algum livro nos  
últimos três meses efetivamente

Mercado potencial para ser  
estimulado e captado pela  
indústria editorial

27 milhões  
de leitores  
potenciais

## LEITURA HABITUAL

### Leitura Habitual de Livros

62%

Menor que a leitura habitual de jornal 68%  
e revistas 75%



➤ Maior índice nas metrópoles ➔

- ✓ Exigência do mercado
- ✓ Maior disponibilidade
- ✓ Presença de população com maior nível educacional

➤ Forte índice nas menores cidades

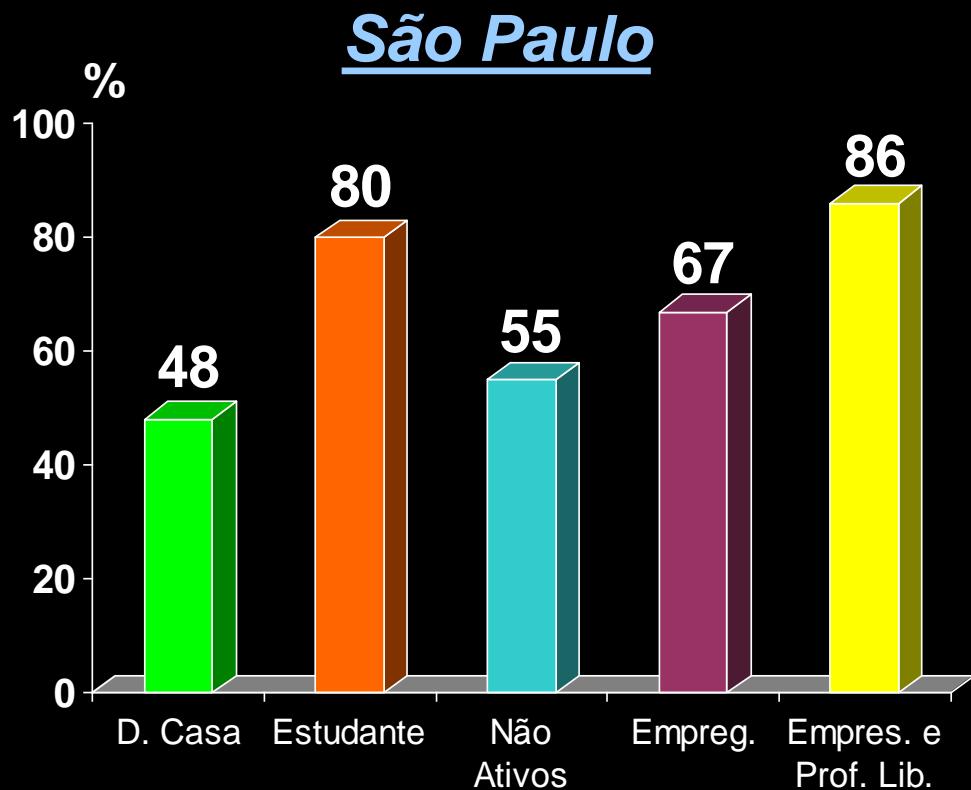
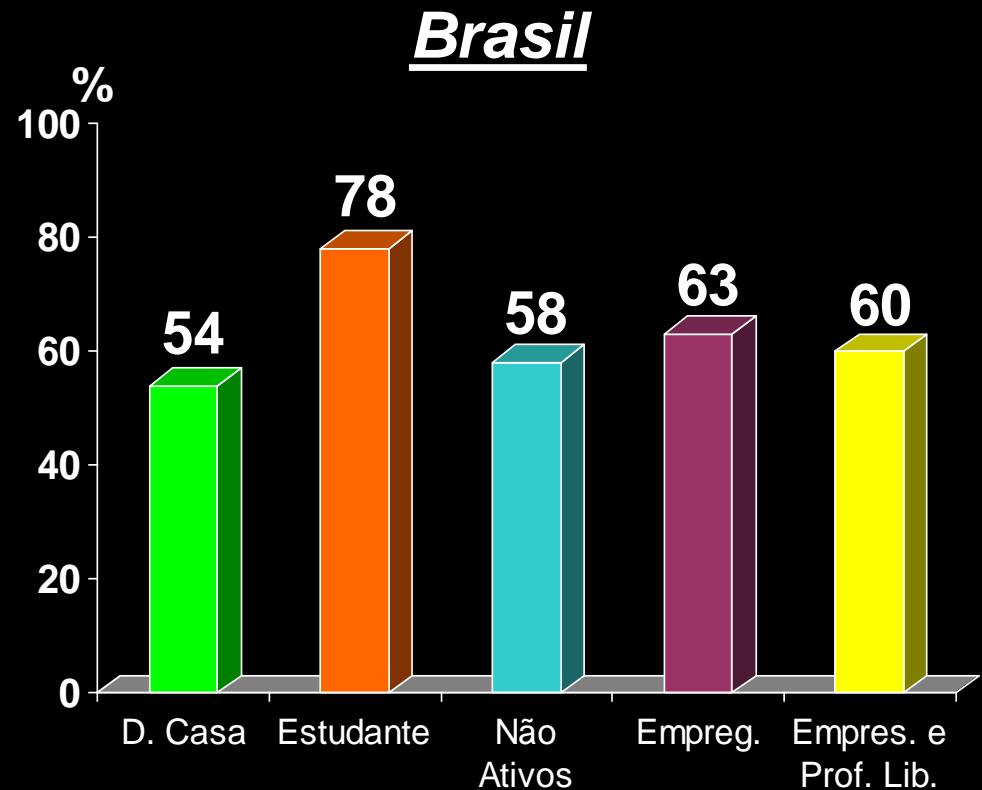
Forte presença do gênero religioso

## PENETRAÇÃO DE LEITURA HABITUAL

Ocupação

→ São mais lidos por estudantes no geral e por empresários e profissionais liberais em São Paulo

Leitura de Livros por Ocupação do Brasil – “Você costuma ler...?”

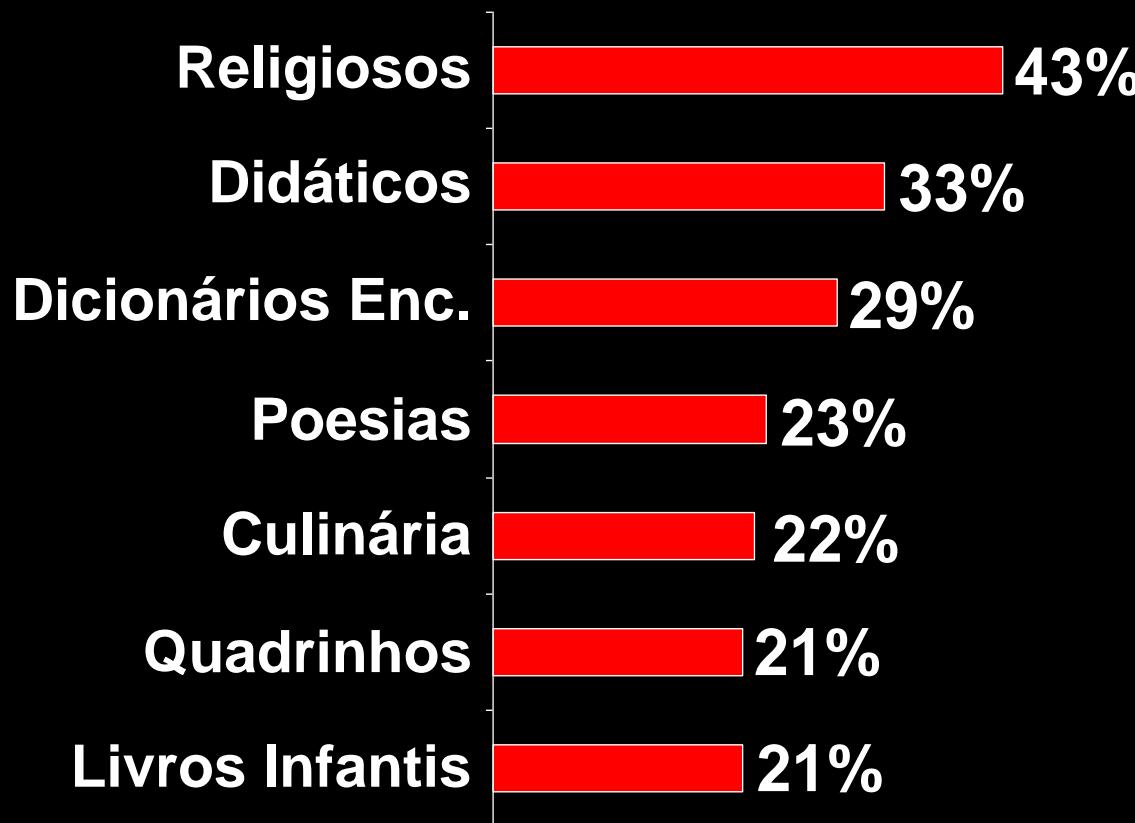


Base Real / Ponderada: 4076 / 5527 entrevistados

Base Real / Ponderada: 326 / 440 entrevistados

## LEITURA HABITUAL

### Categorias de leitura ou consulta nos últimos 12 meses



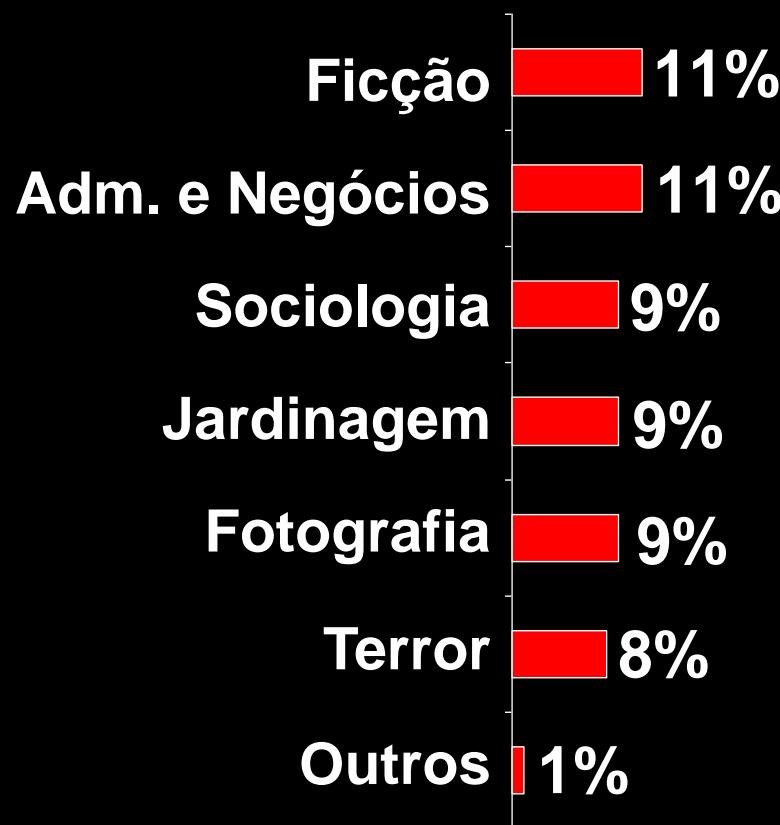
## LEITURA HABITUAL

### Categorias de leitura ou consulta nos últimos 12 meses



## LEITURA HABITUAL

### Categorias de leitura ou consulta nos últimos 12 meses



## LEITURA HABITUAL POR SEXO

### Diferentes interesses por sexo

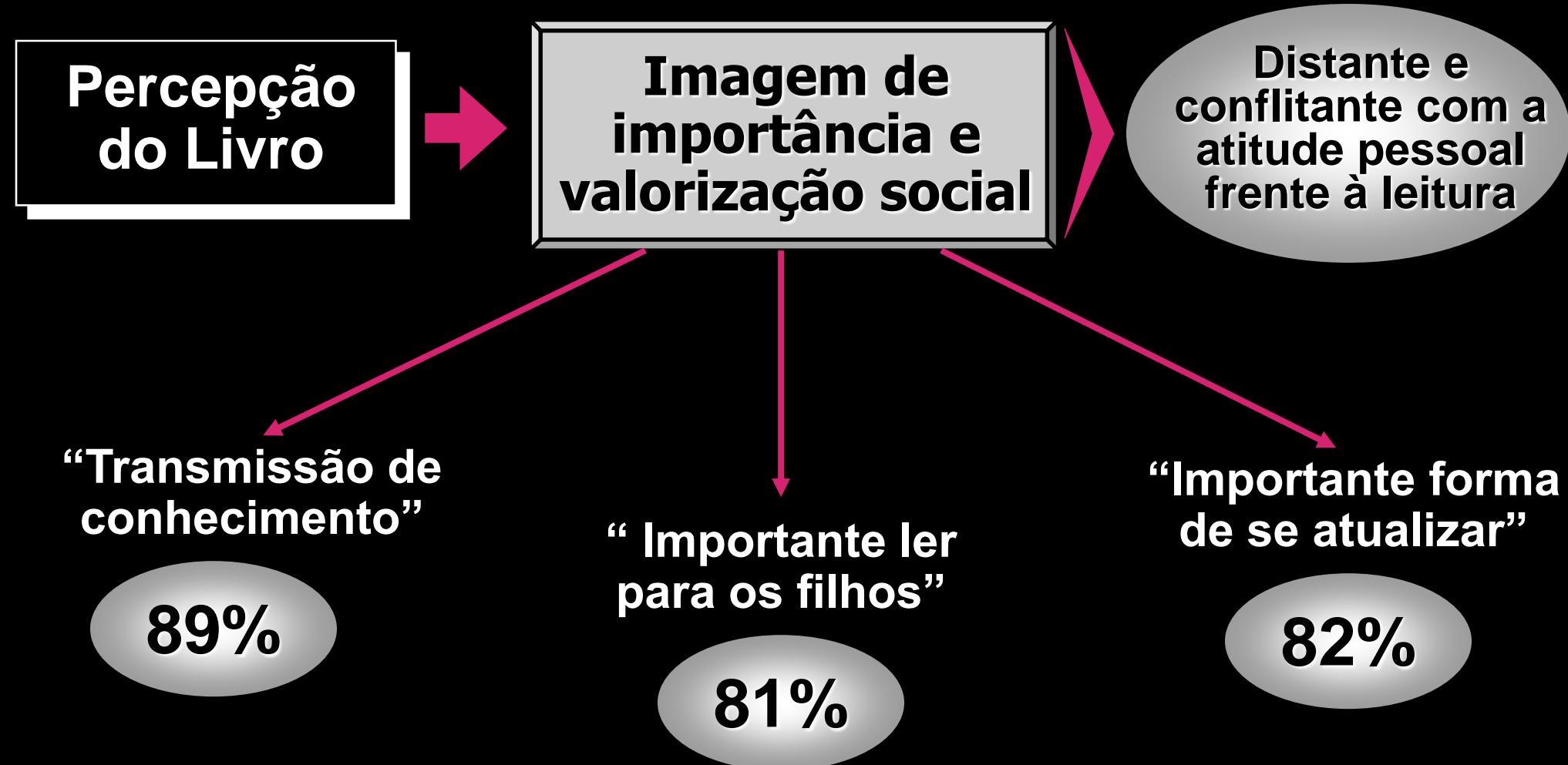
#### Homens

35%	Religiosos ( inclui bíblia)
34%	Quadrinhos
20%	Informática
19%	Aventura
19%	Poesia
17%	Auto-ajuda
16%	Biografia
16%	Infantis
15%	Romance Nac. e Int.
15%	Psicologia e Filosofia
15%	Adm. E Negócios
15%	Juvenil

#### Mulheres

50%	Religiosos ( inclui bíblia)
33%	Culinária
31%	Quadrinhos
27%	Infantis
26%	Poesia
24%	Romance Nac e Int.
21%	História de amor
19%	Juvenil
18%	Auto-Ajuda
17%	Biografia
16%	Aventura
15%	Informática
15%	Psicologia e filosofia
15%	Adm. e Negócio

## POSICIONAMENTO DO LIVRO



## POSICIONAMENTO DO LIVRO

**Imagen de  
importância  
do Livro**



**Não se converte em  
hábito efetivo de leitura**



**Aspectos de imagem  
que podem ser  
trabalhados**

- Modernidade
- Entretenimento e prazer

**Aspectos da estrutura  
educacional do país**

- “Dificuldade em  
guardar informação”

**32%**

## POSICIONAMENTO DO LIVRO

Imagen  
do Livro



Modernidade

69%

Declararam ter formas mais  
modernas de se atualizar

Estratos econômicos  
mais baixos

Comparam com rádio /  
TV / jornal e revistas

Estratos econômicos  
mais altos

Comparam com Internet /  
TV paga

## POSICIONAMENTO DO LIVRO

Imagem do  
do Livro

Entretenimento  
(25%)

Prazer  
(39%)

É nulo para os que  
são leitores  
obrigatórios

Ausência de prazer com a  
leitura se dá mesmo nos  
estratos mais altos:

“Só leio para o meu  
trabalho”

→ 26%

“Só leio pra estudar”

→ 28%

“Nunca peguei um livro  
espontaneamente”

→ 23%

Classe A → 33%

Instituição superior → 25%

## RETRATO DA LEITURA NO BRASIL

Compradores  
de Livros

População  
alfabetizada com  
mais de 14 anos

Costumam ler

20%

14%

62%

30%

Leitor Efetivo nos  
últimos 3 meses

Leitor Corrente

# CONCLUSÕES

## CONCLUSÕES

### Mercado Editorial



Nos estratos sociais mais elitizados (classe A e com instrução superior) têm-se os maiores índices de leitura e compra de livros



Dada a configuração da estrutura social brasileira os maiores contingentes de leitores e compradores de livros pertencem às classes B/C (média e média baixa) e com instrução média

**17 milhões compradores =**

12 milhões  
das classes  
B/C

**26 milhões leitores =**

17  
milhões das  
classes B/C

## CONCLUSÕES

### Barreiras ao incremento da leitura no estrato médio da população

#### ACESSO AO LIVRO

- Baixa presença das bibliotecas como forma de acesso ao livro 8%
- Baixo poder aquisitivo

#### COMUNICAÇÃO E MARKETING

- Estratégias para modernizar a imagem do livro e agregar traços de prazer à leitura
- Campanhas de propaganda para lançamentos de títulos

## CONCLUSÕES

**Grande  
desafio à  
indústria  
editorial**

### PREÇO DE CAPA

➤ Aproveitar melhor os amplos segmentos de baixa disponibilidade financeira

### EDITORIAL

➤ Explorar adequadamente o universo cultural mais restrito de público jovem e os de ensino médio

### PONTO DE VENDA

➤ Ampliar canais de distribuição e adequar os existentes

## CONCLUSÕES

Brasil



Apesar das desigualdades sociais possui  
um mercado editorial altamente atrativo



Estimado em 26 milhões  
de leitores adultos

Supera França  
em 11%

- 23,5 milhões  
( 49% dos adultos leram muitos  
livros ou mais ou menos em 1989)

Tem 8,5 vezes o número  
de leitores de Portugal

- 3 milhões  
( 37% dos adultos leram livros  
nos últimos 3 meses em 1995 )

## Patrocinadores



CÂMARA BRASILEIRA DO LIVRO

