

Patrocinadores



# ***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

**1ª Fase** – Sorteio dos Municípios

**2ª Fase** – Sorteio dos bairros pesquisados nos Municípios

**3ª Fase** – Sorteio da residência

**4ª 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 | Guarapará-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     | Joinville – SC       | Rio de Janeiro – RJ    |                          |

## INTRODUÇÃO

### Data das entrevistas

- 10 de Dezembro a 25 de Janeiro de 2001

### Realização

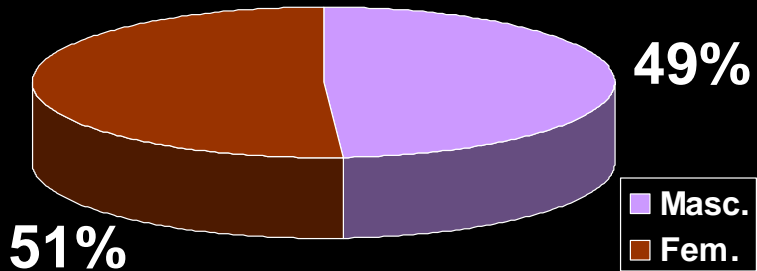
- A. Franceschini Análises de Mercado  
Av. Vereador José Diniz , 3.300, 17º andar – cj 1707  
CEP 04604-006 – São Paulo – SP – Brasil – (11) 5561-1350  
[www.franceschini.com.br](http://www.franceschini.com.br) - [marketing@franceschini.com.br](mailto:marketing@franceschini.com.br)

PERFIL DA AMOSTRA - BRASIL

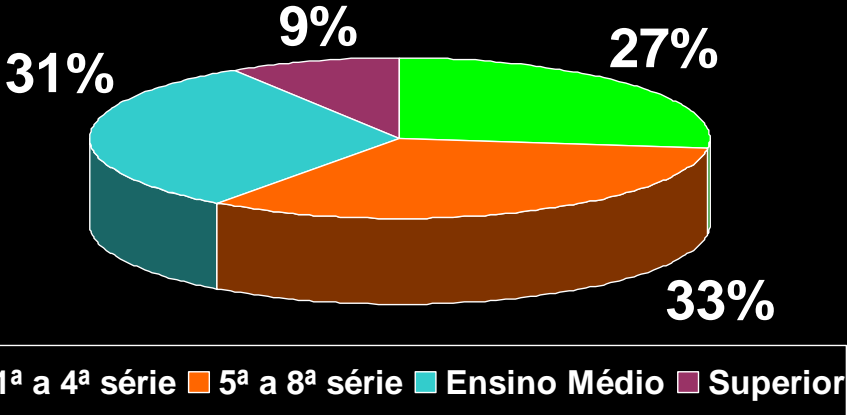
Amostra

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

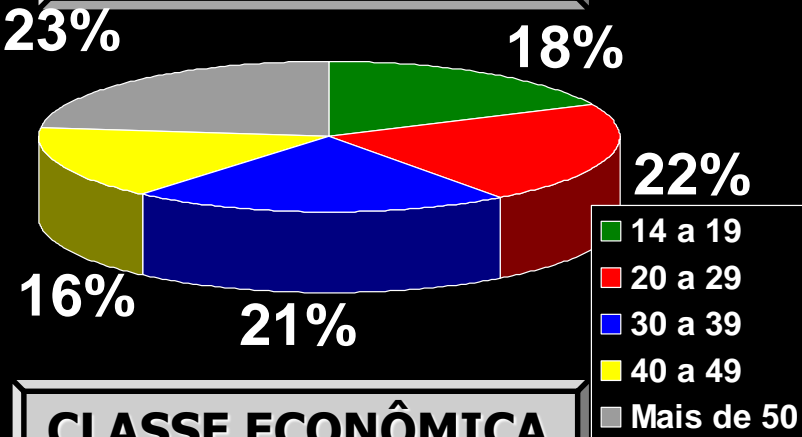
SEXO (ponderado)



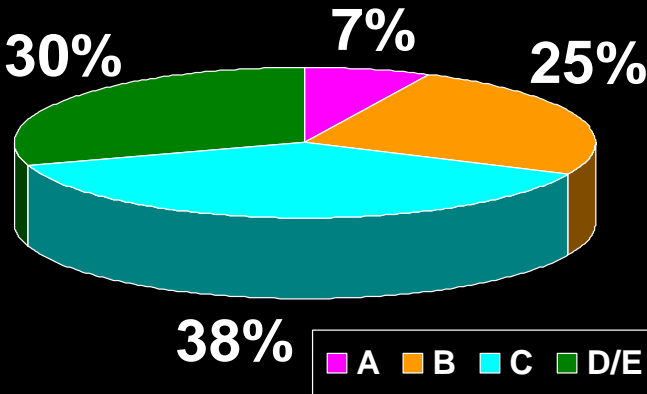
ESCOLARIDADE



IDADE



CLASSE ECONÔMICA



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                |

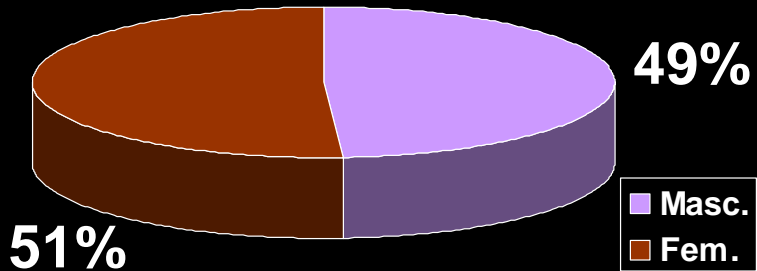
Fonte : Anep / População total das Grandes Metrópoles

# PERFIL DA AMOSTRA – SÃO PAULO

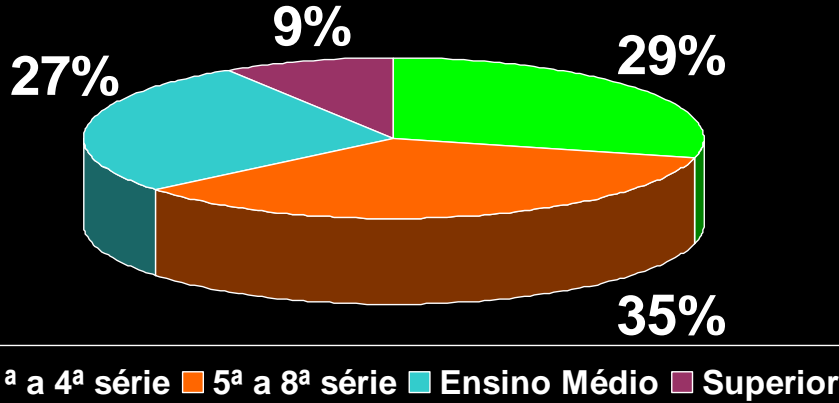
**Amostra**

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

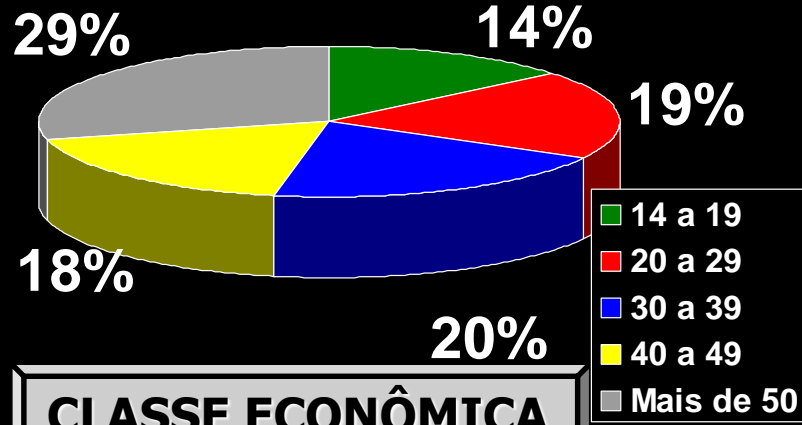
**SEXO**



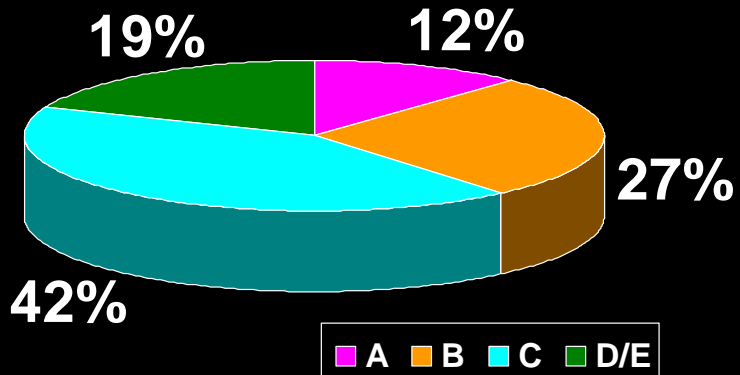
**ESCOLARIDADE**



**IDADE**



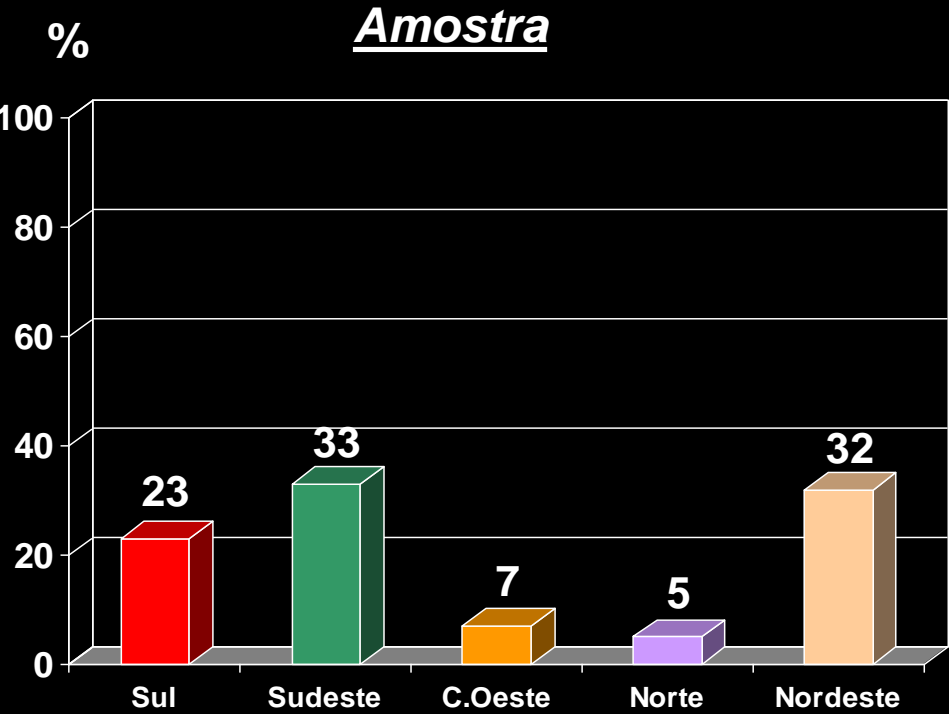
**CLASSE ECONÔMICA**



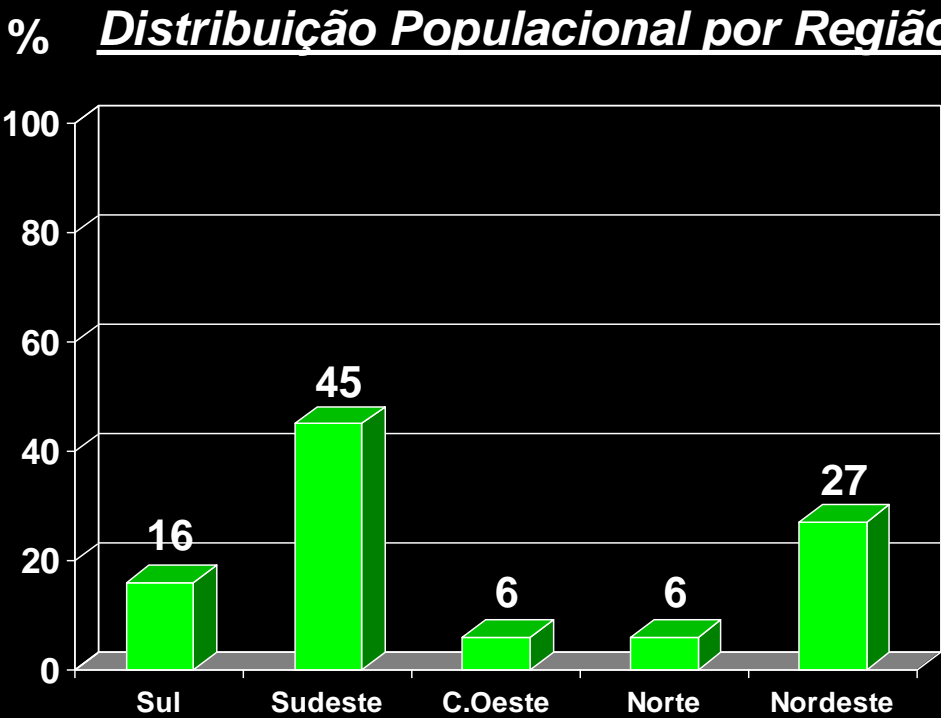
PERFIL DA AMOSTRA - BRASIL

Localização Geográfica  
Região

→ A amostra contempla diferenças populacionais nas várias regiões do País



Base : 5503 entrevistados



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<br>(em mil pessoas) |
|----------|---|
| Sudeste  | 42.330                                  |
| Nordeste | 17.990                                  |
| Sul      | 14.770                                  |
| C.Oeste  | 5.920                                   |
| Norte    | 4.990                                   |
| Total    | 86.000                                  |

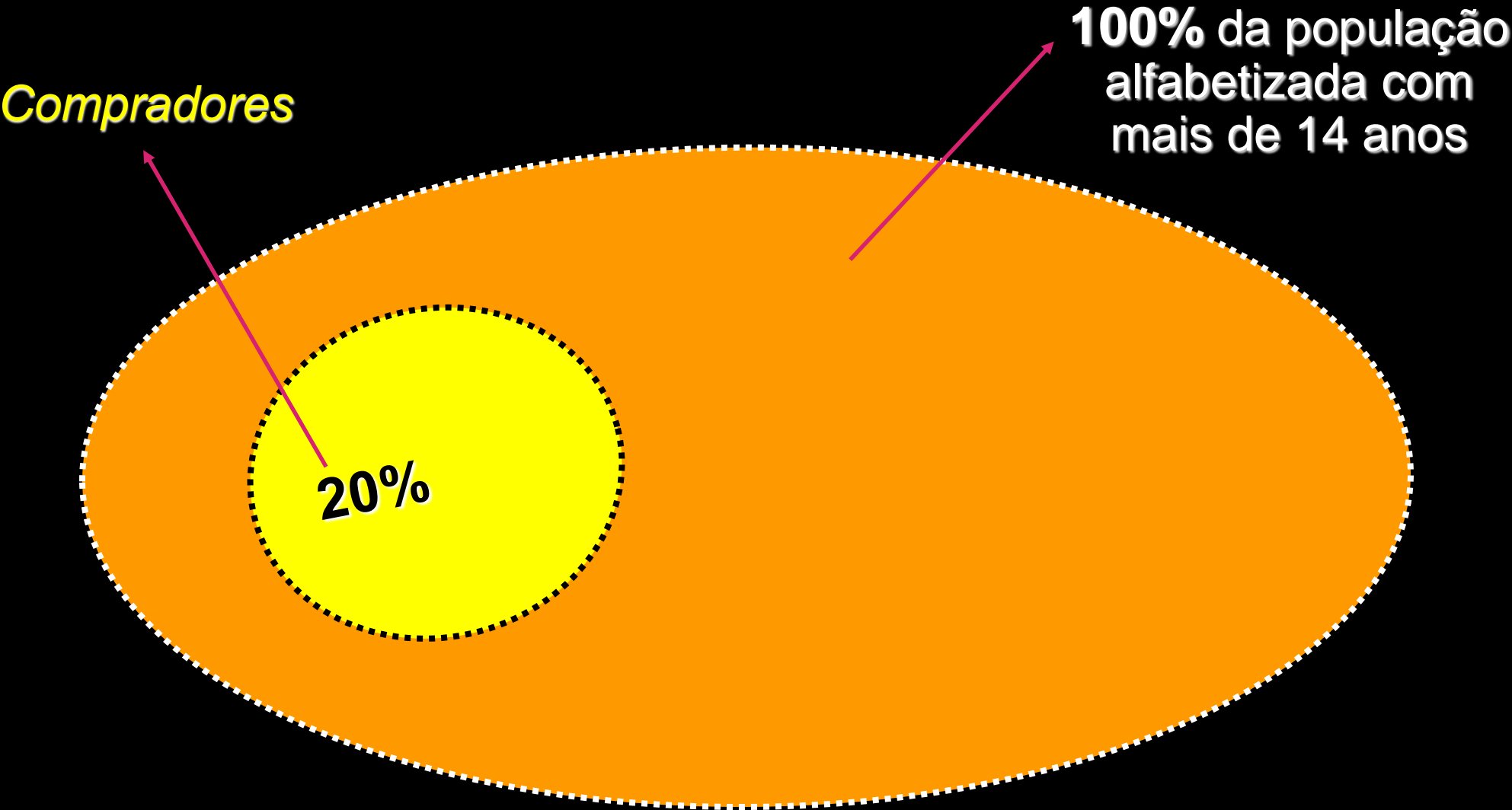
• Dados da população com 15 ou mais anos e três anos de instrução - Censo IBGE de 1996

## ***XIV – Mercado Comprador***



# Comprador *“Quem é”*

COMPRAS DE LIVRO NO BRASIL



## 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

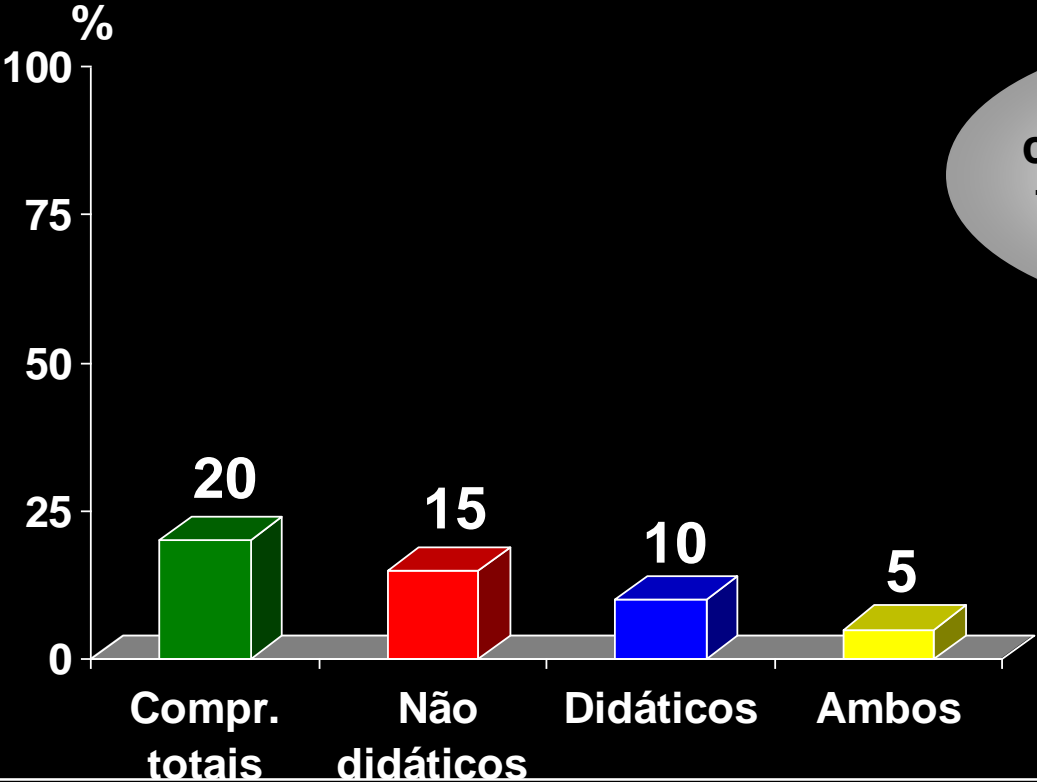
\* 3 anos de instrução completa

# 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



Metade dos que compram didáticos também compram não-didáticos

Base Real / Ponderada :  
5503 / 8018 entrevistados

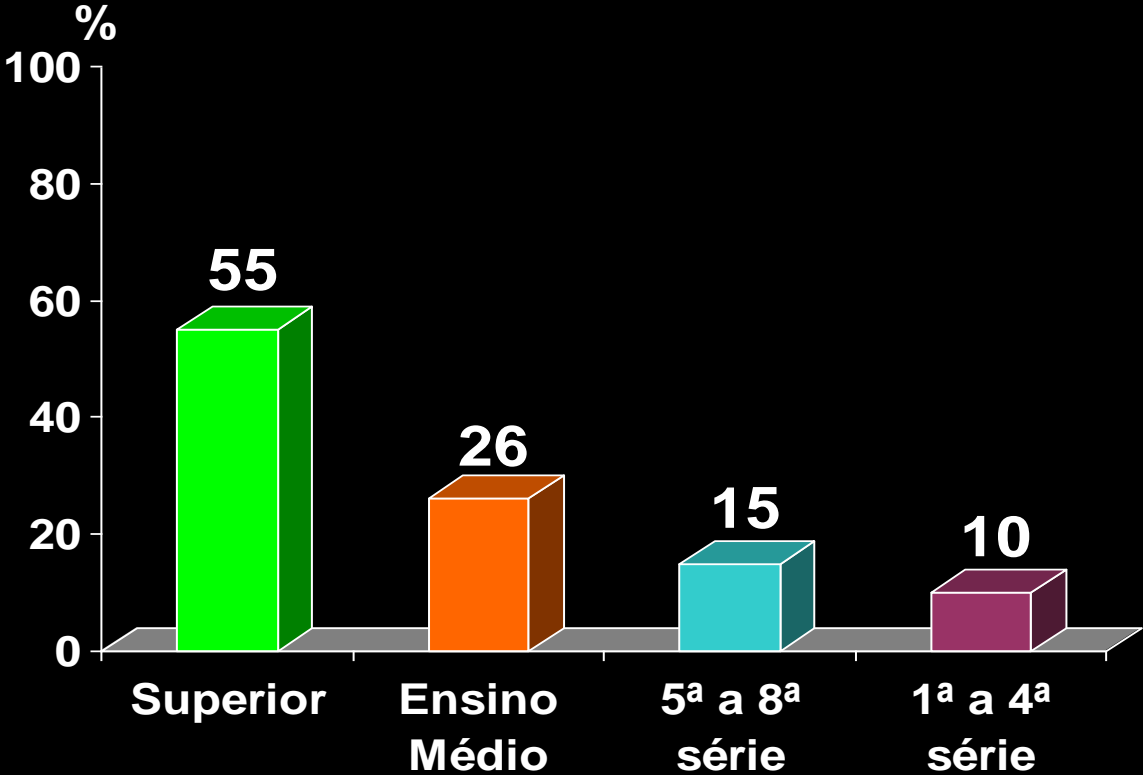
PENETRAÇÃO DE COMPRAS DE LIVROS

Escolaridade



Fator determinante para a compra de livros

Penetração de Comprador por Escolaridade - Brasil

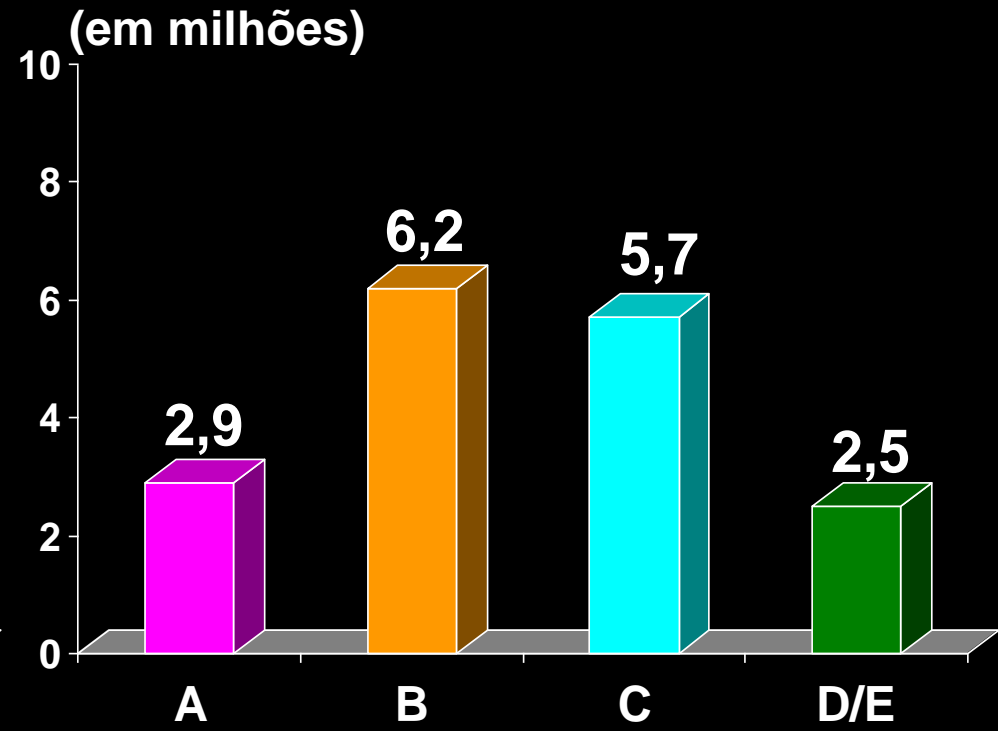
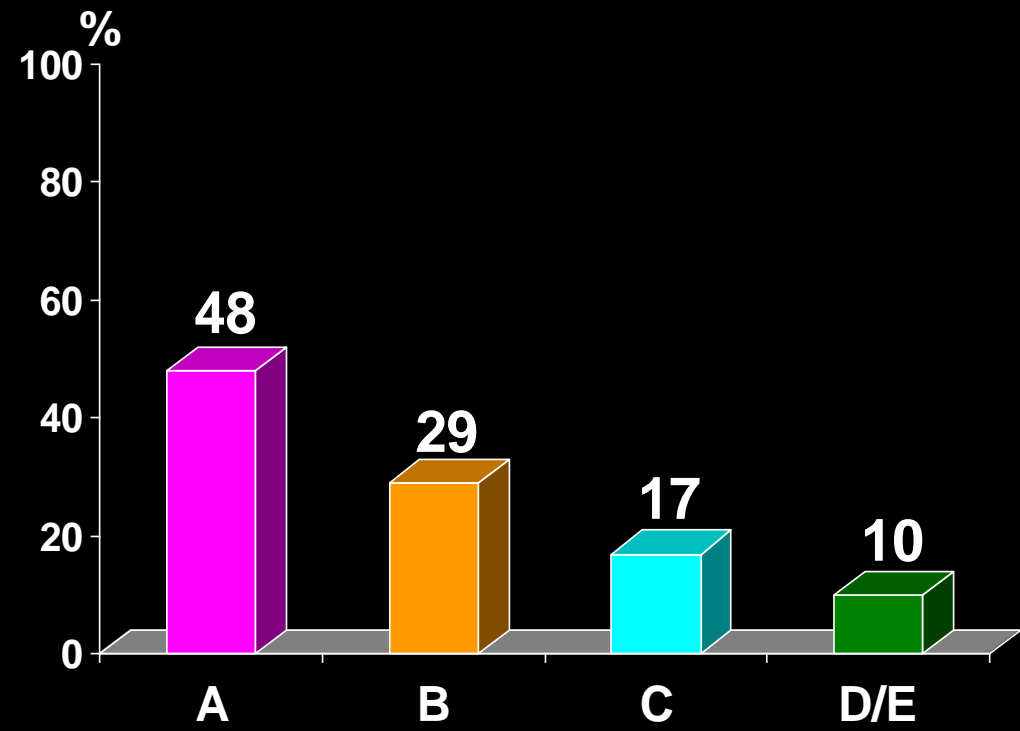


Base Real / Ponderada :  
5503 / 8018 entrevistados

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



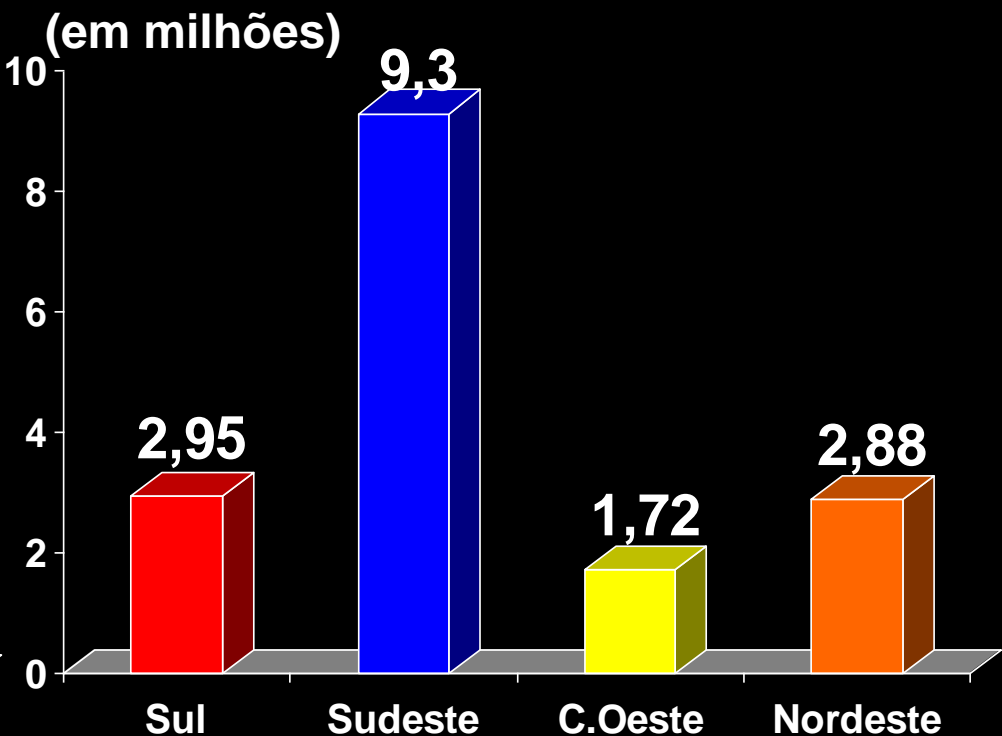
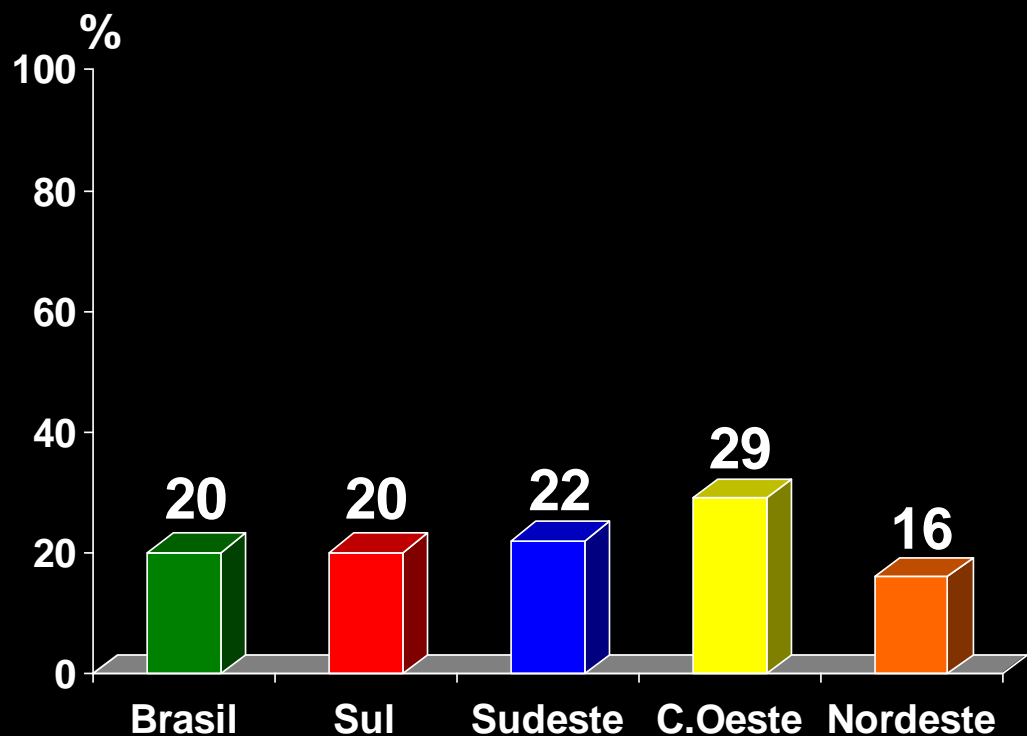
PENETRAÇÃO DE COMPRAS DE LIVROS

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

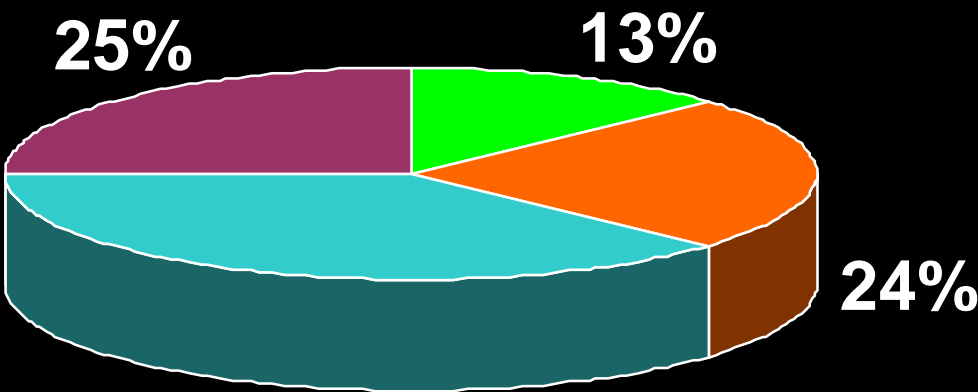
→ O comprador modal possui ou cursa ensino médio



Estimado em mais ou menos 31% da população brasileira alfabetizada



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



38%

6.5 milhões de compradores

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

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

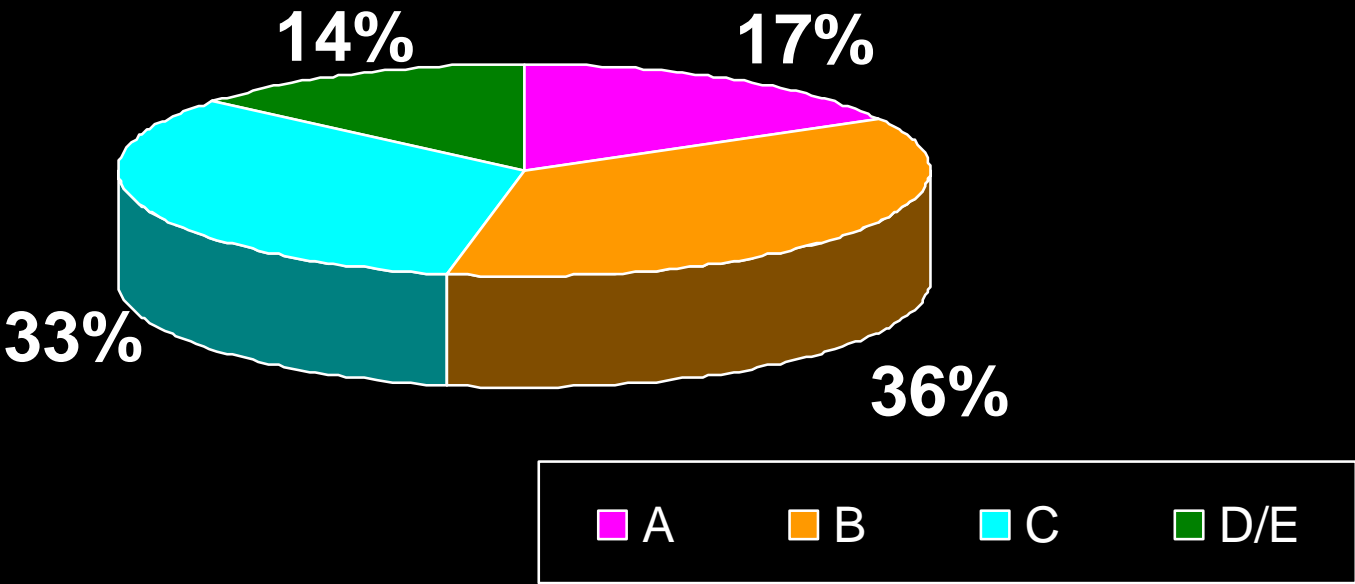
# PERFIL DO COMPRADOR

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**



**28% dos compradores de livros declararam adquirir em 2000**

- **Na cidade de São Paulo, o gênero religioso (23%) é o mais citado entre os gêneros comprados, seguido pelo didático (19%)**



**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 5ª a 8ª série ou ensino médio adquirem mais o gênero didático do que os compradores com outros níveis de escolaridade  
( 32% X 27% - 1ª a 4ª 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<br>% | Brasil<br>% |
|---|----------------|-------------|
| 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 Circulo do livro/ Time Life com entrega pelo correio | 0              | 2           |



DINÂMICA DE COMPRAS – DIDÁTICOS

-Continuação-

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

DINÂMICA DE COMPRAS - DIDÁTICOS

Local de compra



¾ 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 Circulo 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/<br>amigos/supermercado) | 2       | 2       | 1      |
| Base Real: Compradores  | 726     | 266     | 460    |
| Base Ponderada: Compradores                                     | 836     | 415     | 421    |

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 Circulo do livro/ Time Life com entrega pelo correio/ Editora/ Banca de Jornal / Igreja/Feira de livro/ Amigos/ Supermercados | 0       | 0       | 0      |
| Base Real: Entrevistados   | 59      | 32      | 27     |
| Base Ponderada: Entrevistados  | 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 Circulo do livro/<br>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 % |
|--|---------|-----------|-----------|---------|------------|
| Banca/ loja de livros usados                           | 1       | 0         | 1         | 3       | 1          |
| Internet   | 1       | 0         | 0         | 1       | 3          |
| Banca de Jornal  | 1       | 2         | 1         | 2       | *          |
| Igreja   | 1       | 2         | 0         | 1       | 0          |
| Papelaria  | *       | 0         | *         | 1       | 1          |
| Outros( Feira do livro/ vídeo locadora/ amigos/superm) | 2       | 1         | 1         | 1       | 2          |
| Base Real / Ponderada : Compradores                    | 726/836 | 59/77     | 160/199   | 287/330 | 209/219    |

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



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<br>% | Sul<br>% | Sudeste<br>% | C.Oeste<br>% | Nordeste<br>% |
|--|------------|----------|--------------|--------------|---------------|
| 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 Circulo do livro/<br>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<br>% | Sul<br>% | Sudeste<br>% | C.Oeste<br>% | Nordeste<br>% |
|---|------------|----------|--------------|--------------|---------------|
| Banca/ loja de livros usados                              | 1          | 2        | 1            | 1            | 2             |
| Internet  | 1          | 1        | 1            | 3            | 1             |
| Banca de Jornal   | 1          | 2        | 1            | 1            | 1             |
| Igreja  | 1          | 0        | 1            | 0            | 1             |
| Papelaria   | *          | 0        | 1            | 1            | 1             |
| Outros( Feira do livro/ vídeo locadora/<br>amigos/superm) | 2          | 1        | 2            | 1            | 1             |
| Base Real: Compradores                                    | 726        | 144      | 265          | 95           | 171           |
| Base Ponderada: Compradores                               | 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 Circulo do livro/<br>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<br>% | Pequenina<br>% | Pequena<br>% | Média<br>% | Grande<br>% | Metrópole<br>% |
|--|------------|----------------|--------------|------------|-------------|----------------|
| Banca/ loja de livros usados                 | 1          | 1              | 3            | 4          | 1           | 1              |
| Internet                                     | 1          | 0              | 3            | 0          | 1           | 1              |
| Banca de Jornal                              | 1          | *              | 3            | 0          | 2           | 1              |
| Igreja                                       | 1          | *              | 0            | 0          | 1           | 0              |
| Papelaria                                    | *          | 1              | 0            | 0          | 1           | 1              |
| Outros( Feira do livro/ vídeo locadora/ ...) | 2          | 2              | 1            | 0          | 1           | 3              |
| Base Real: Compradores                       | 726        | 165            | 98           | 33         | 195         | 235            |
| Base Ponderada: Compradores                  | 836        | 191            | 119          | 41         | 259         | 227            |

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 Circulo do livro/<br>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<br>nina<br>% | Peque<br>na<br>% | Média<br>% | Grande<br>% | Metró<br>pole<br>% |
|---|----------|--------------------|------------------|------------|-------------|--------------------|
| 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 Circulo do livro/<br>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<br>% | Peque<br>nina<br>% | Peque<br>na<br>% | Média<br>% | Grande<br>% | Metró<br>pole<br>% |
|---|-------------|--------------------|------------------|------------|-------------|--------------------|
| 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

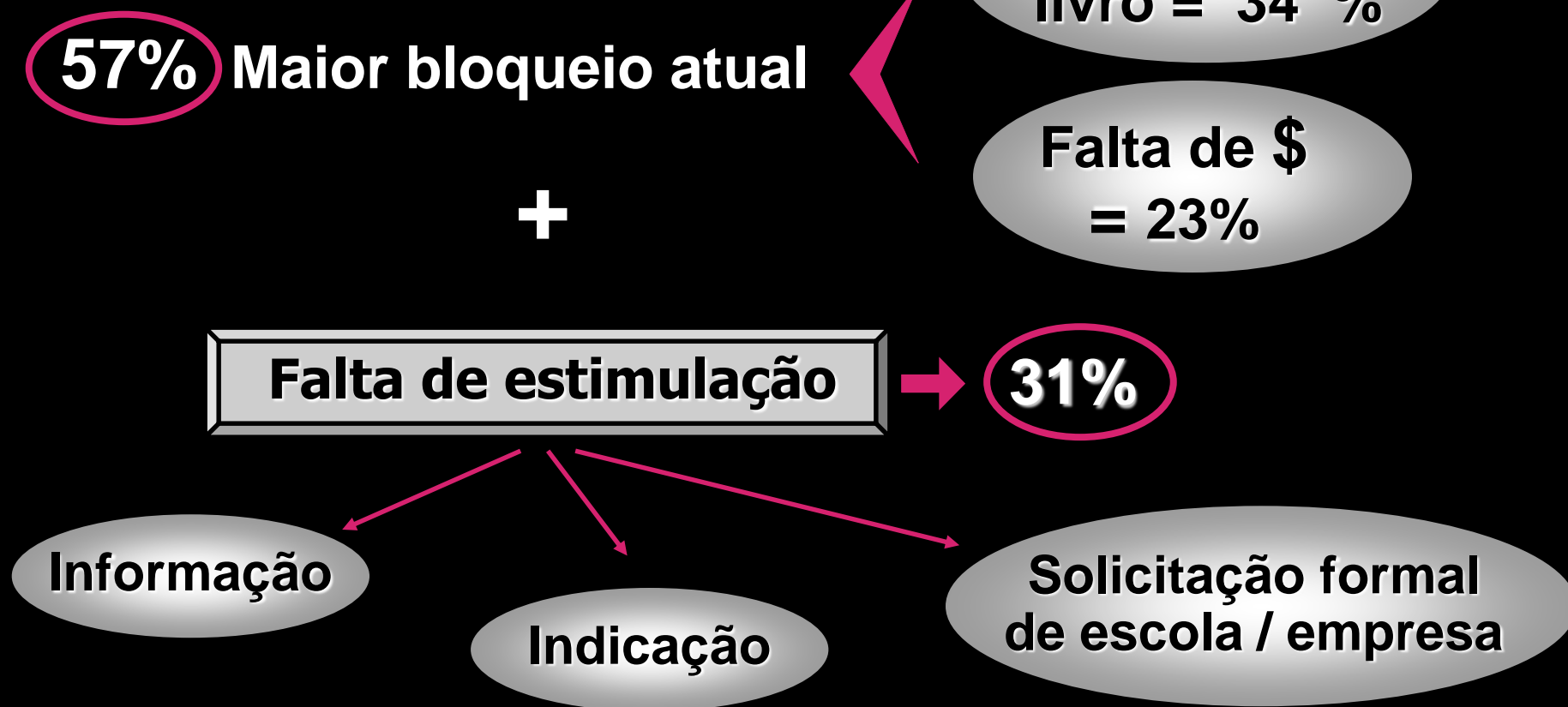
Razão de Compra

→ 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      |
| Base Real: Compradores            | 726     | 266     | 460    |
| Base Ponderada: Compradores       | 836     | 415     | 421    |

## DINÂMICA DE COMPRAS

### Bloqueios para Maior Aquisição de Livros



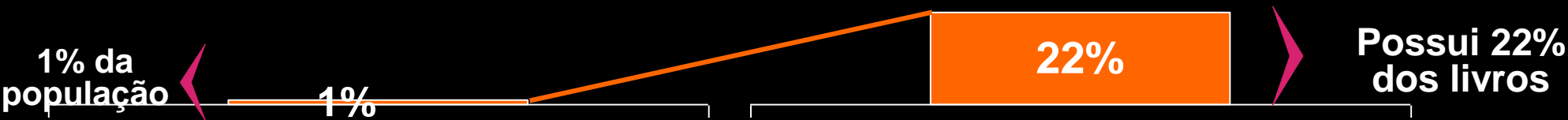
# ACESSO A LIVROS

**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**



Base : Pesquisa Franceschini

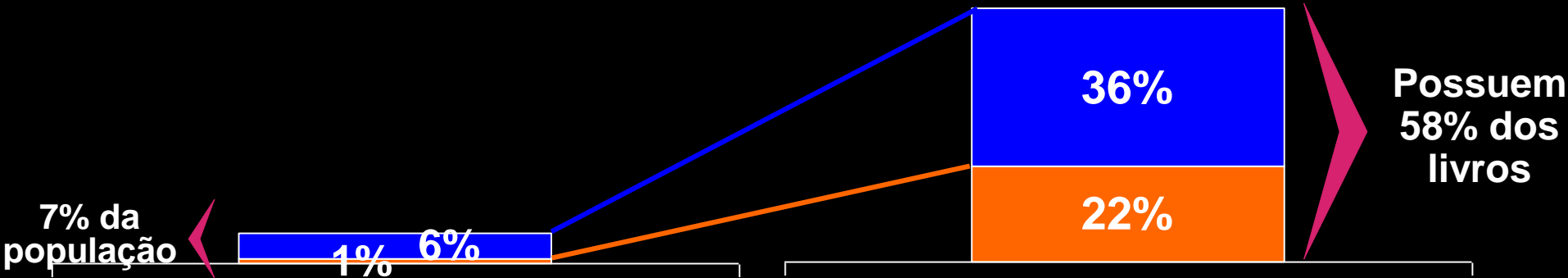
ACESSO A LIVROS

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

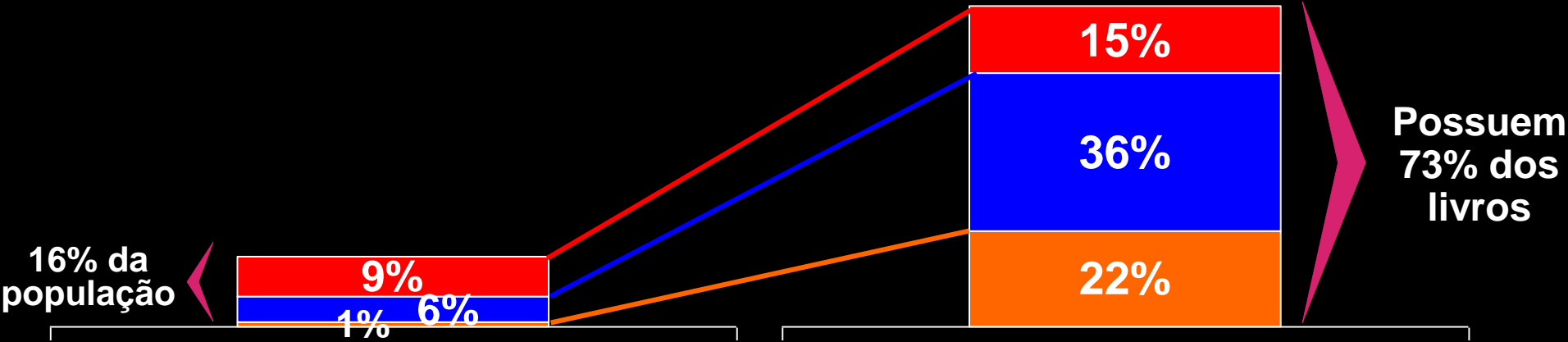
ACESSO A LIVROS

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



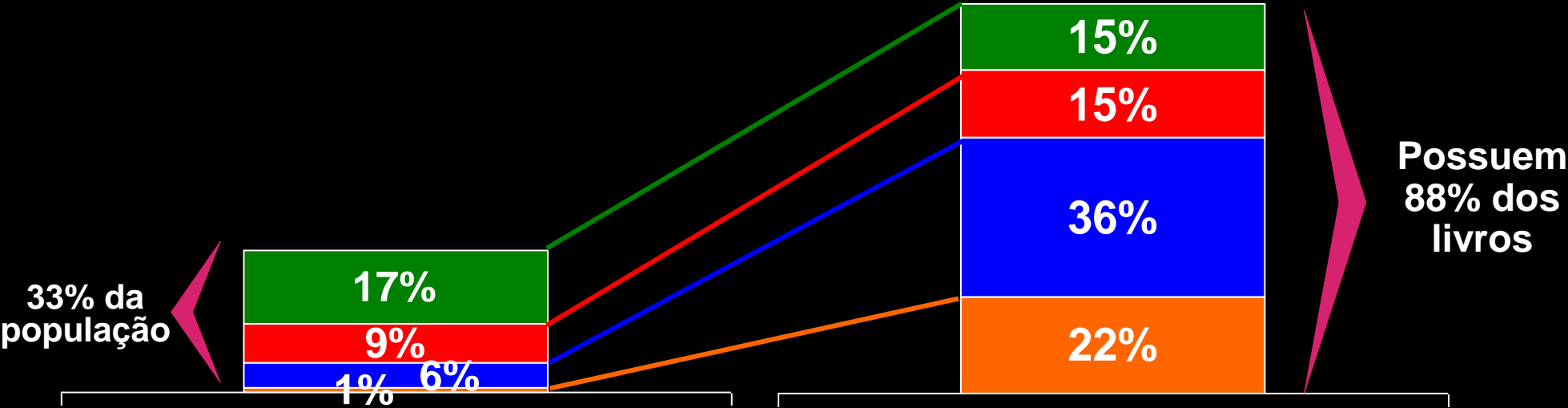
ACESSO A LIVROS

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



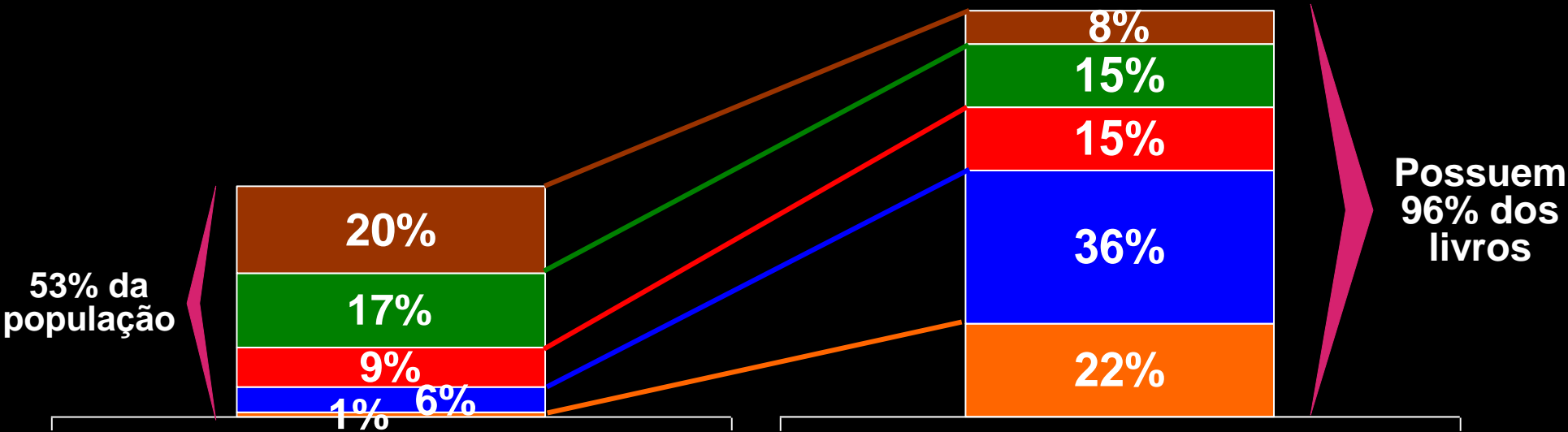
ACESSO A LIVROS

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



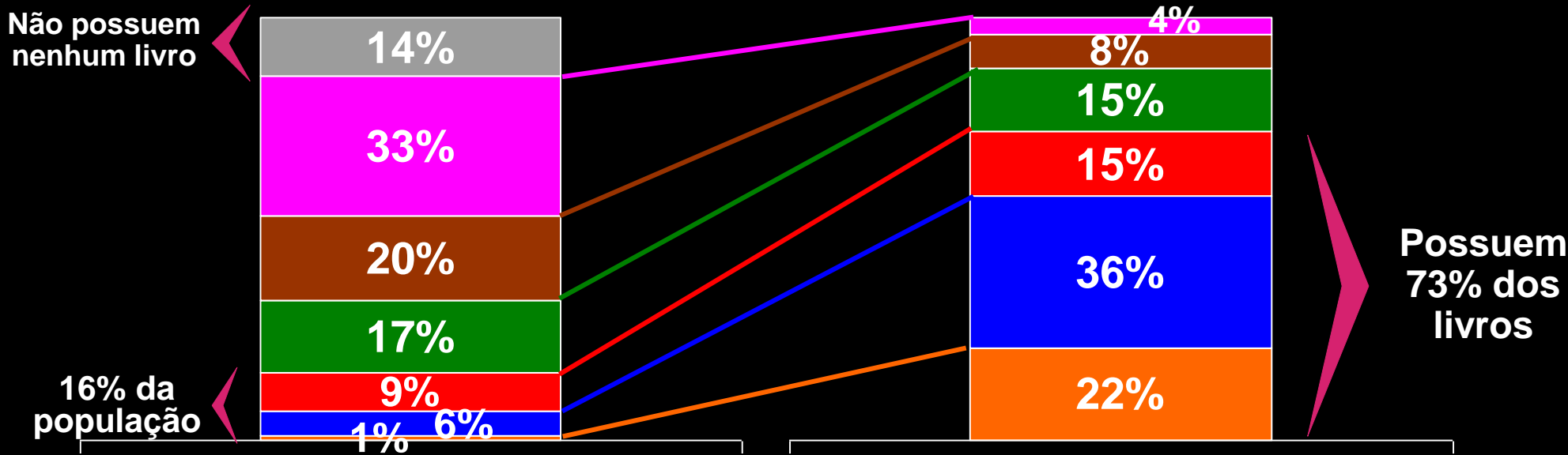
ACESSO A LIVROS

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

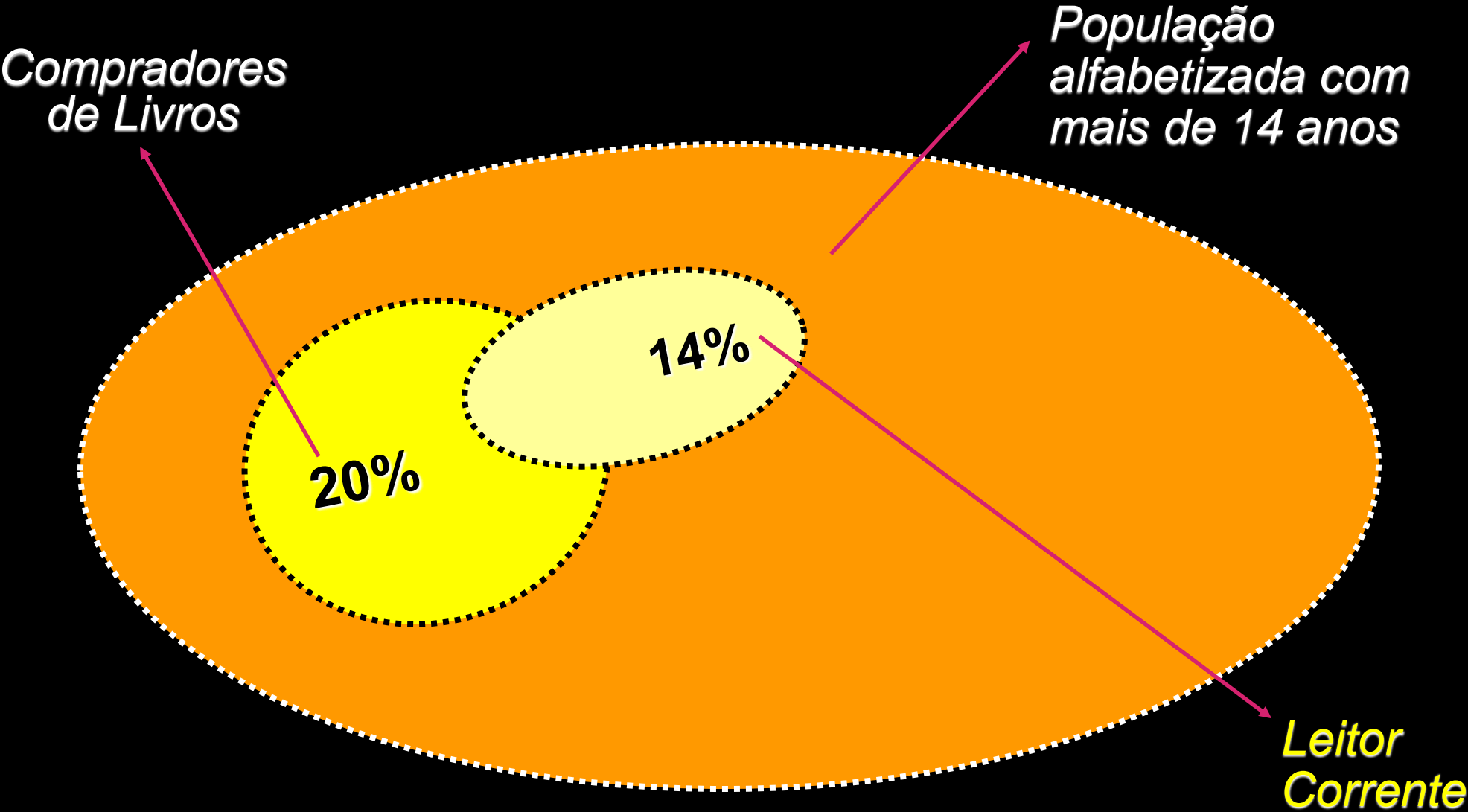
Volumes de exemplares existentes nas residências



Base : Pesquisa Franceschini



LEITURA DE LIVROS NO BRASIL



## 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.<br>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-

Livros que estão  
sendo lidos fora  
da escola



| BRASIL                     | %  | Pop. Est.<br>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               |

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 * | 5ª a 8ª * | 1ª a 4ª * |
|------------------------|------------|---------|-----------|-----------|
| 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 * | 5ª a 8ª * | 1ª a 4ª * |
|----------------------------|------------|---------|-----------|-----------|
| 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**

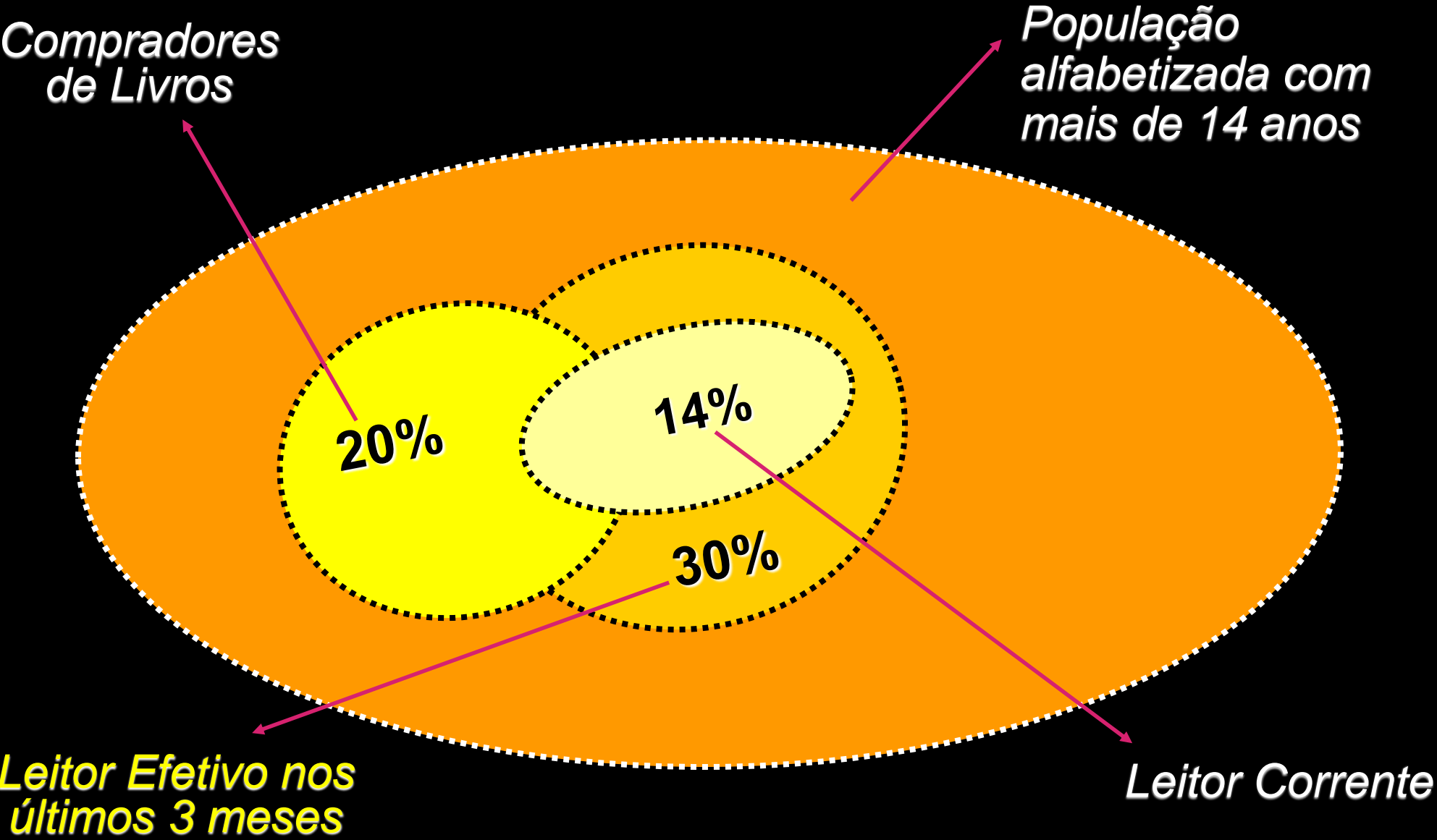
- ✓ Presente / ganhou da escola
- ✓ Emprestado de amigo/parente
- ✓ Emprestado de biblioteca

Necessidade de criar programas que facilitem o acesso a livros

**Ampliação do número de bibliotecas**



RETRATO DA LEITURA NO BRASIL



## 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**

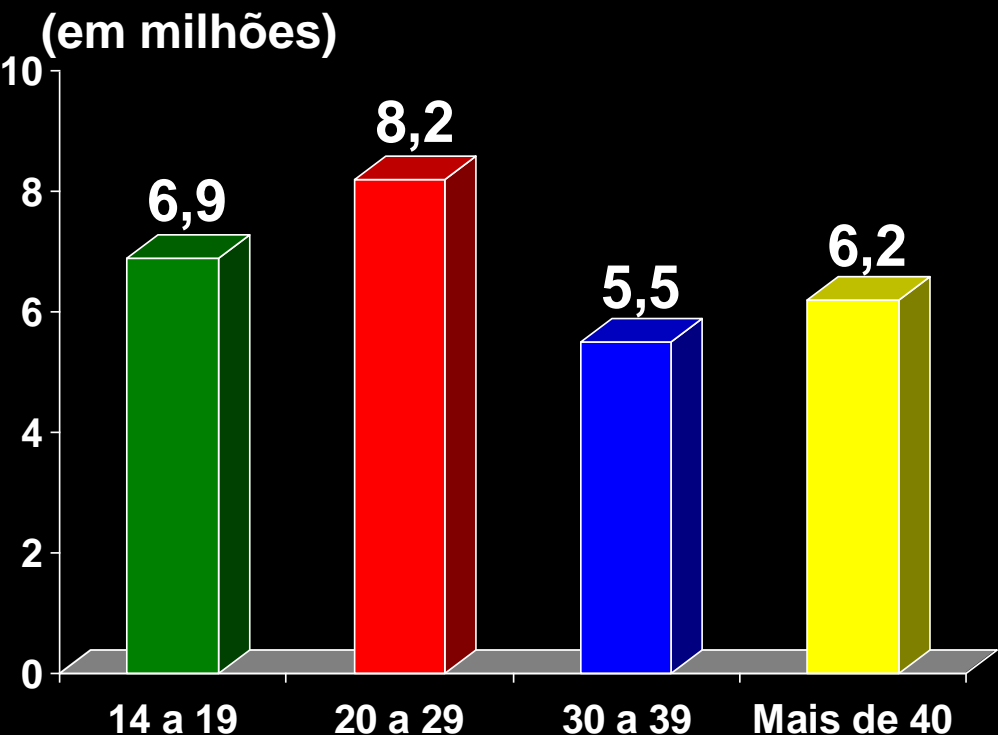
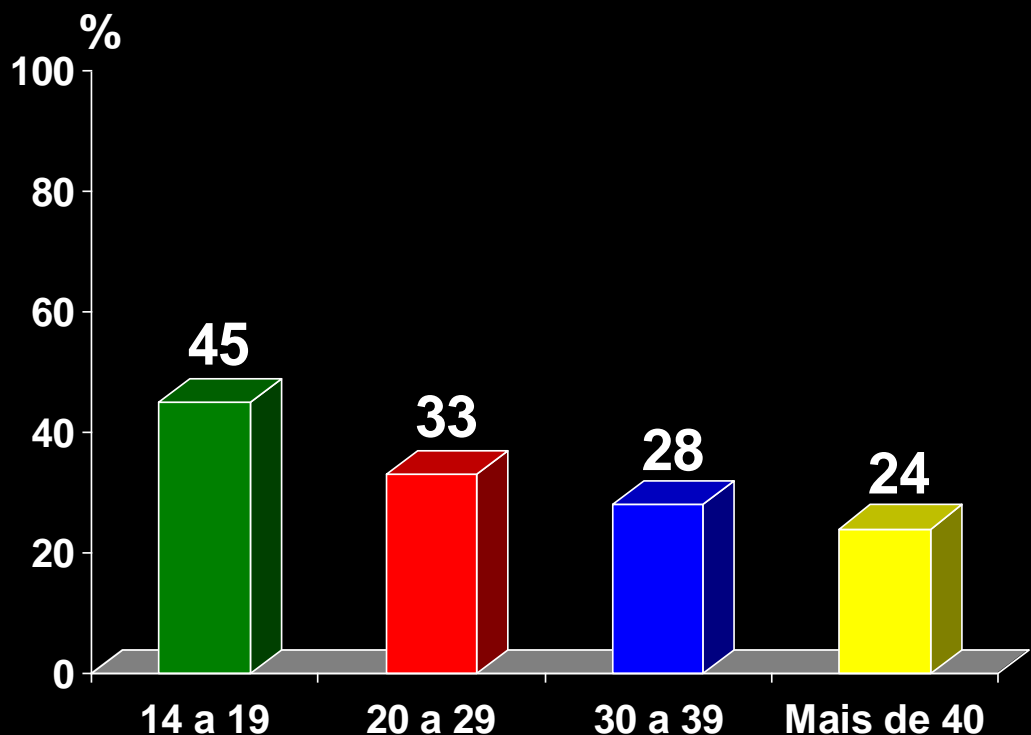
# PENETRAÇÃO DE LEITURA EFETIVA DE LIVROS

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



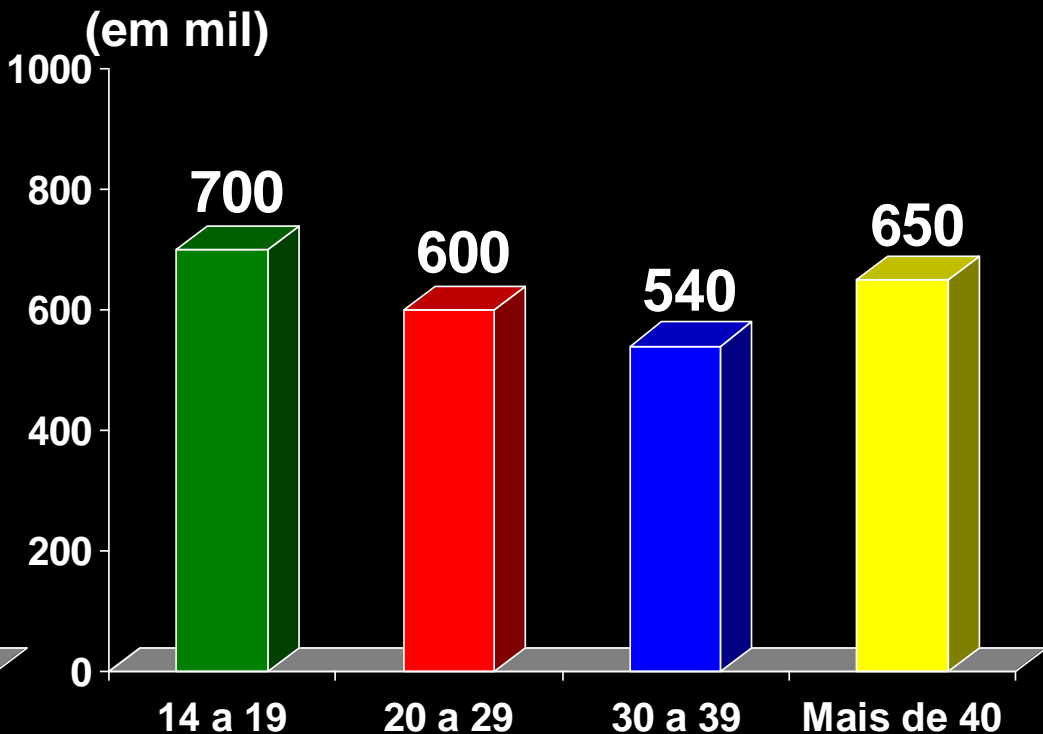
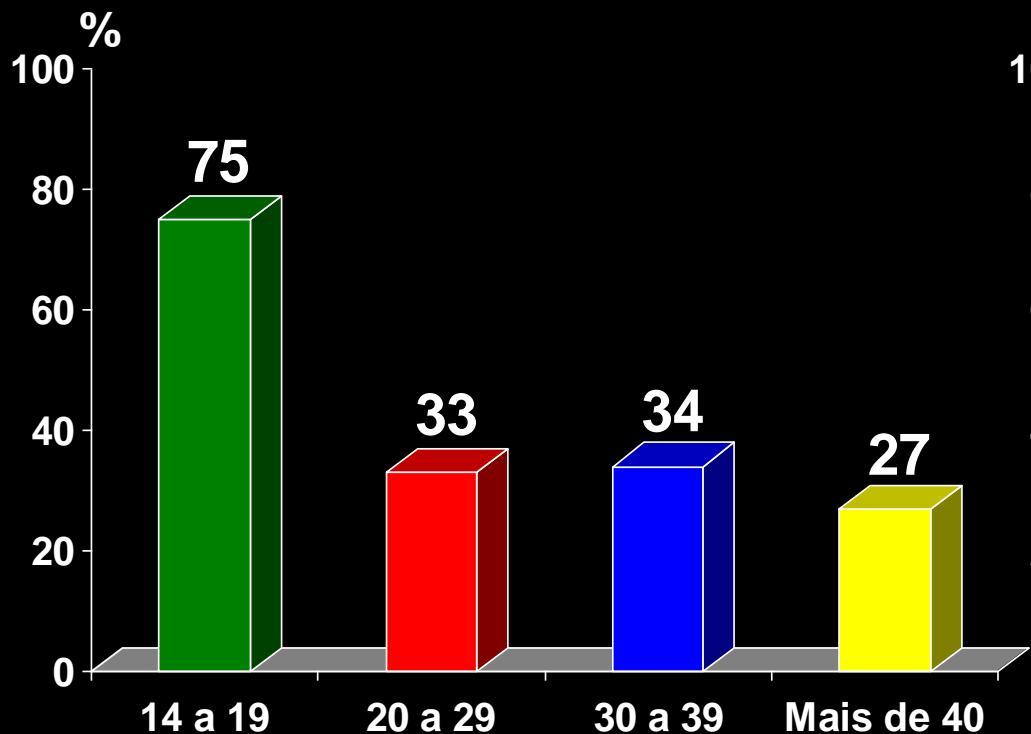
Base Real / Ponderada :5503 / 8018 entrevistados

# 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

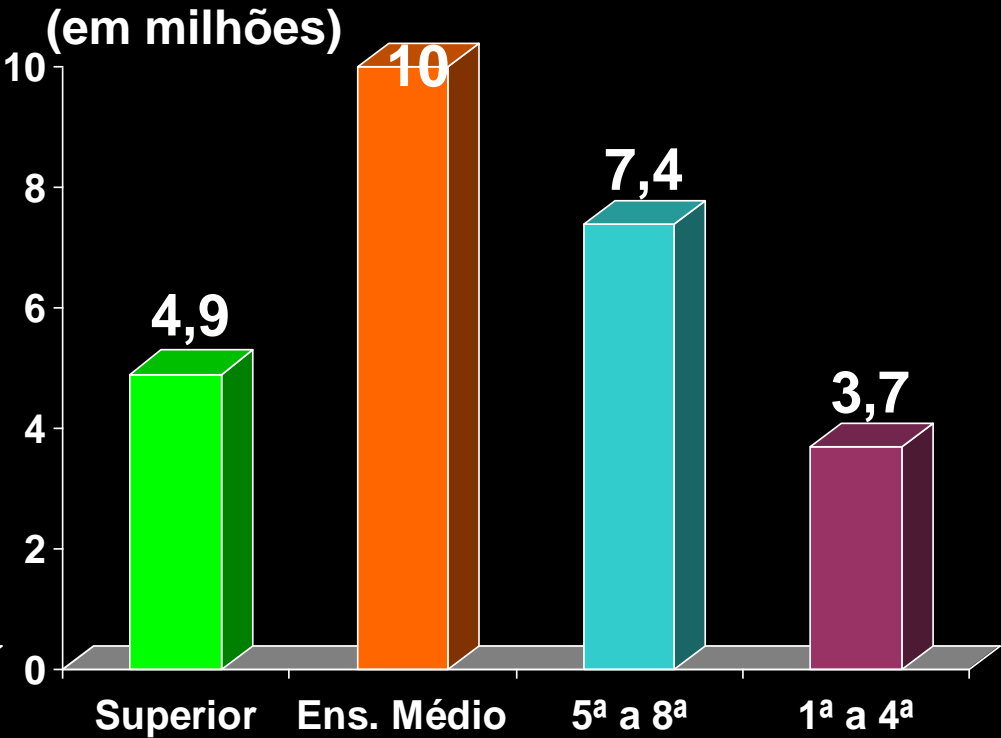
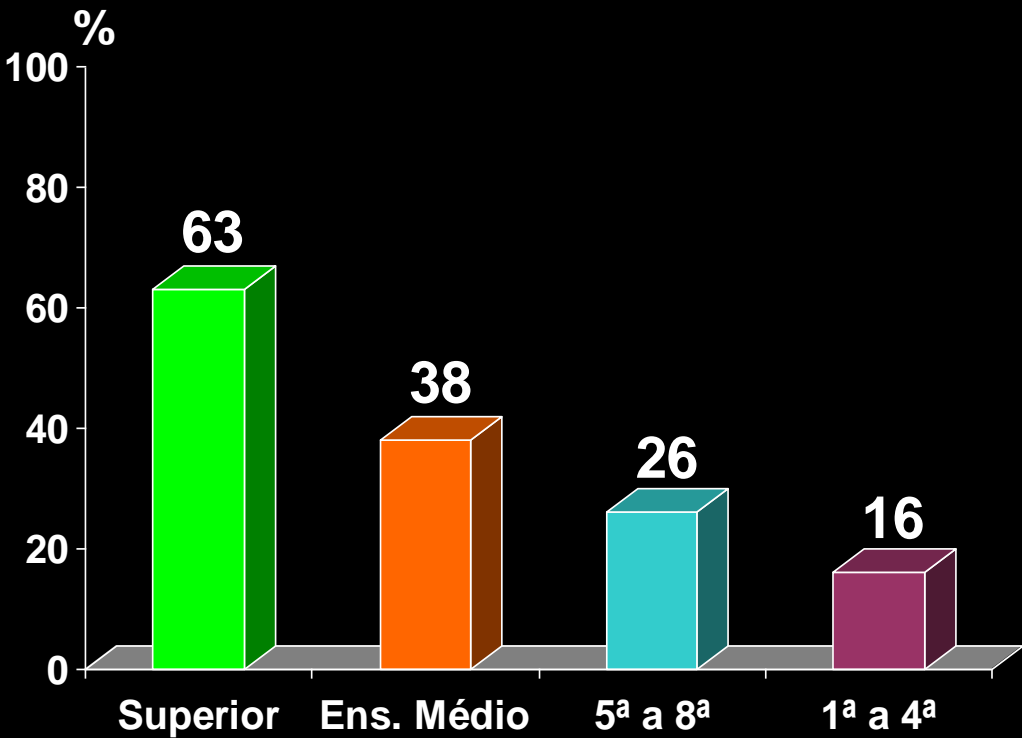


Base Real / Ponderada :433 / 651 entrevistados

# 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

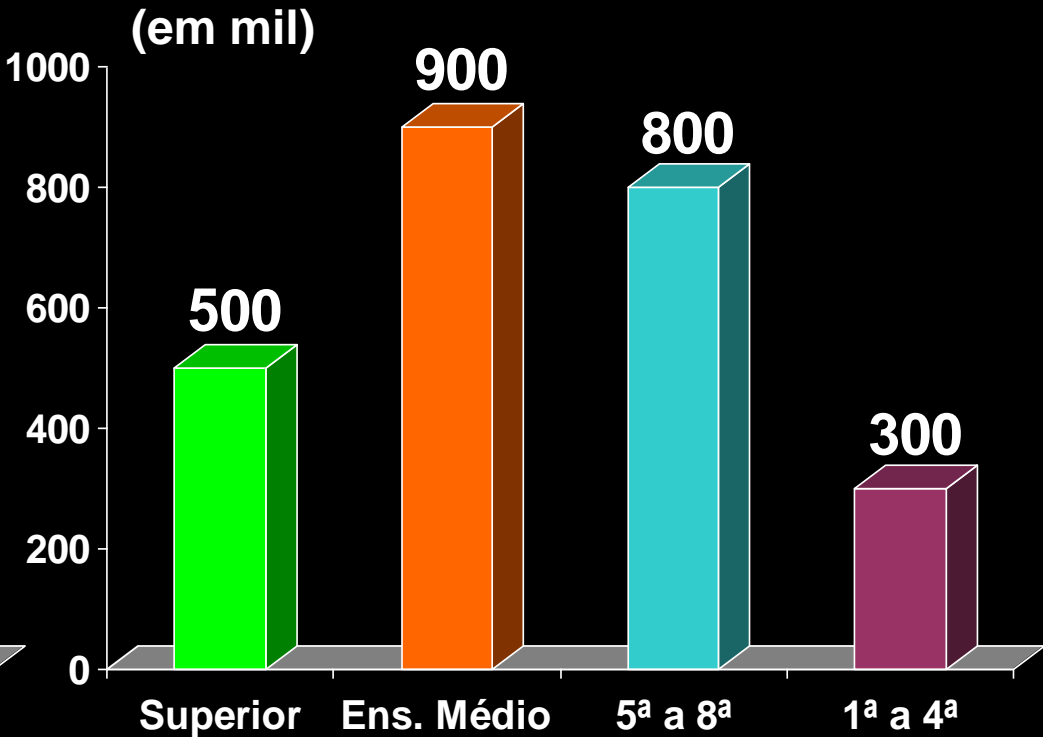
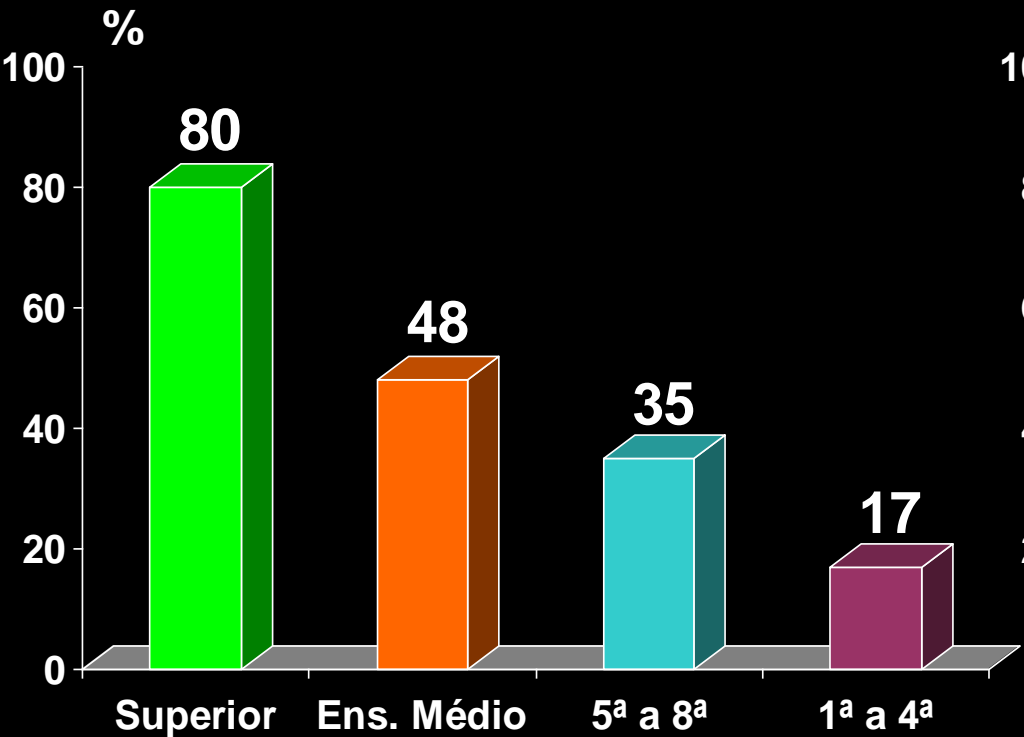
# PENETRAÇÃO EFETIVA DA LEITURA DE LIVROS - SP

**Escolaridade**



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

Penetração da Leitura por Escolaridade – São Paulo



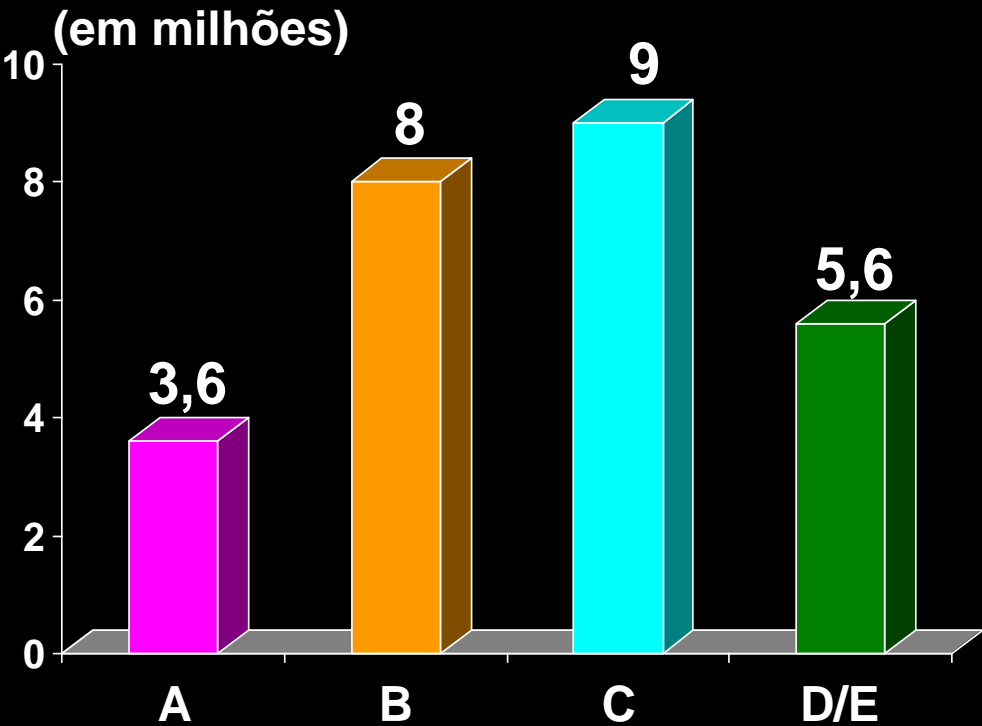
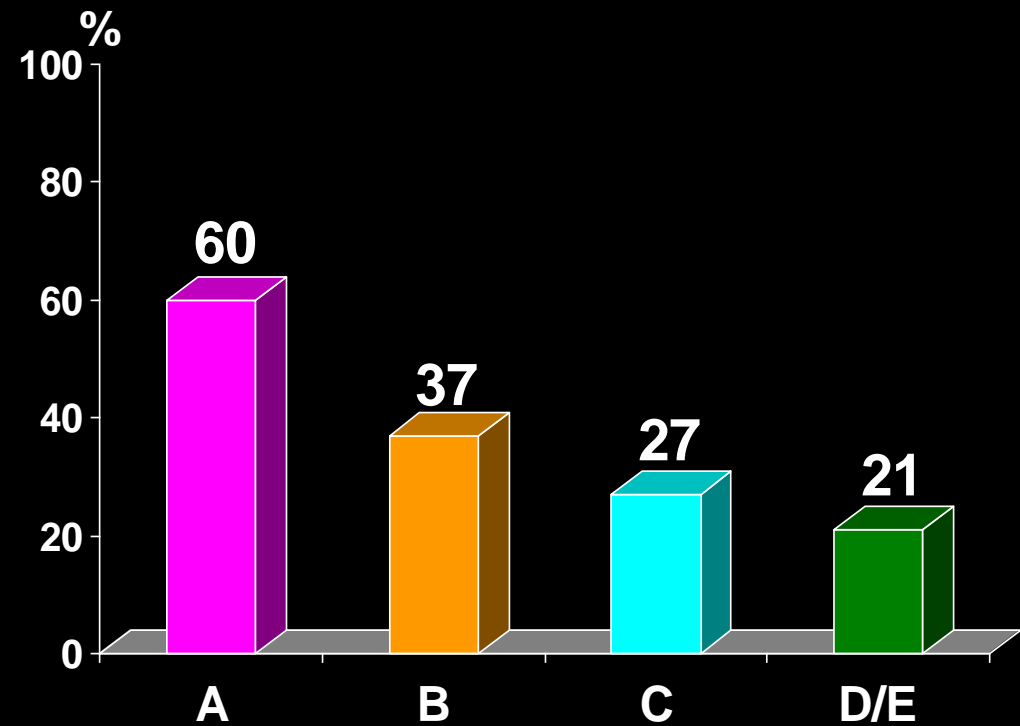
Base Real / Ponderada :433 / 651 entrevistados

# 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



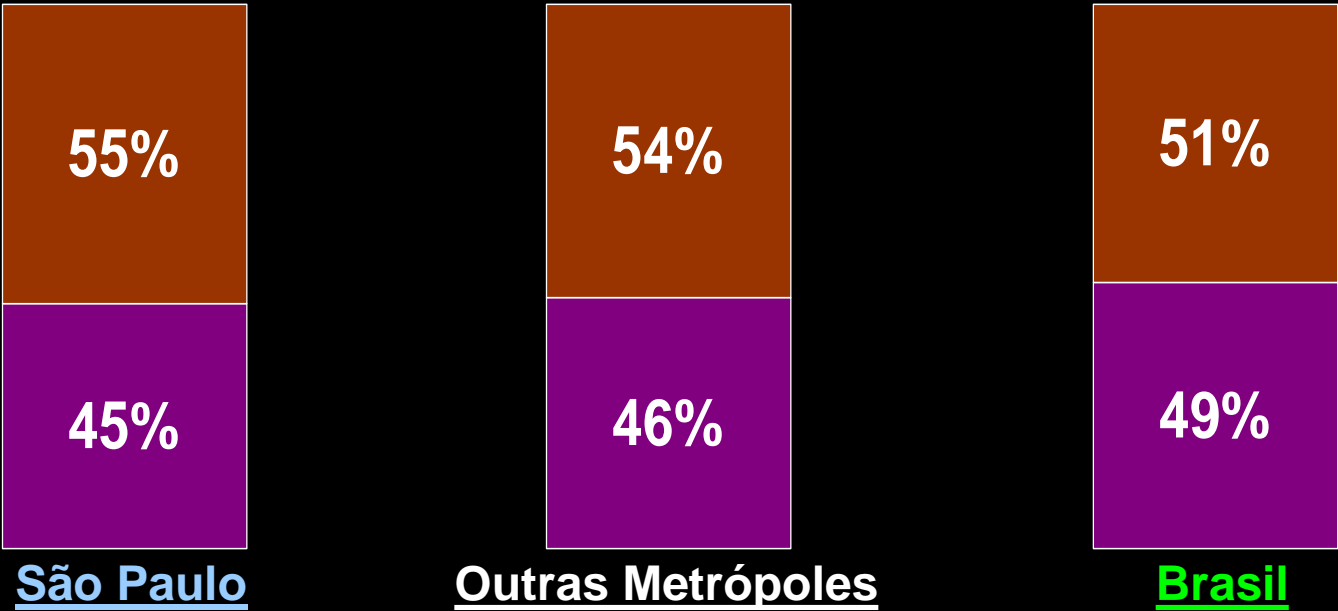
Base Real / Ponderada :5503 / 8018 entrevistados

PERFIL DO LEITOR

Sexo

→ Há maior presença de leitores homens nas metrópoles

Perfil do Leitor por Sexo – São Paulo



Masculino  
Feminino

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

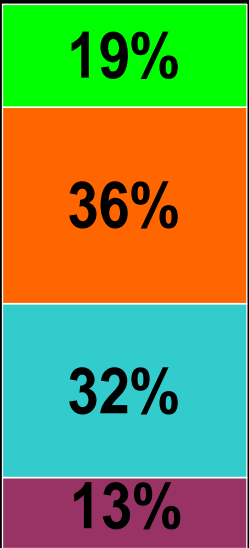
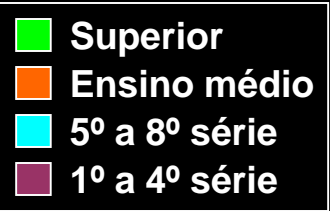


PERFIL DO LEITOR

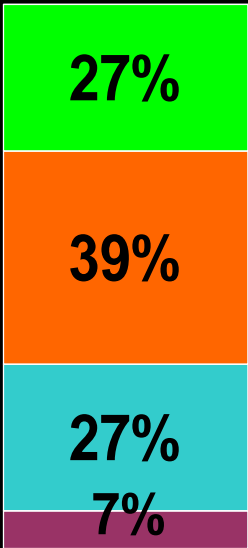
Escolaridade

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

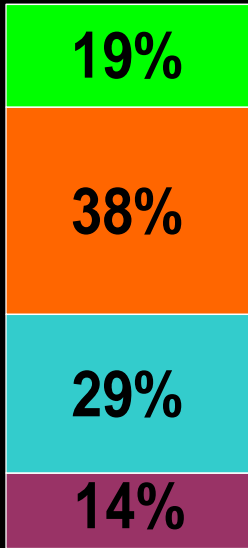
Perfil do Leitor por Escolaridade – São Paulo



São Paulo



Outras Metrópoles



Brasil

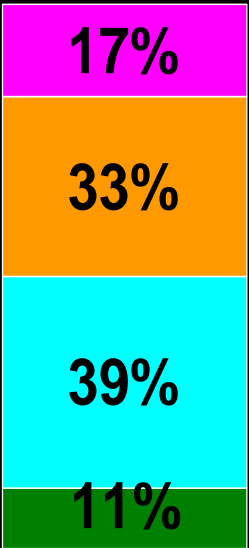
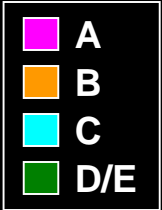
Base Real / Ponderada : 2591/2425 no Brasil  
Entrevistados que leram algum livros nos últimos 3 meses

PERFIL DO LEITOR

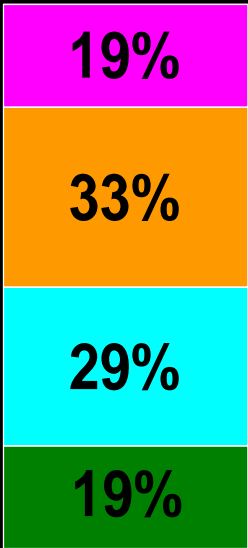
Classe Econômica

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

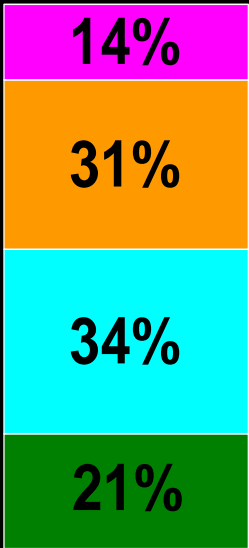
Perfil do Leitor por Classe Econômica



São Paulo



Outras Metrôpoles



Brasil

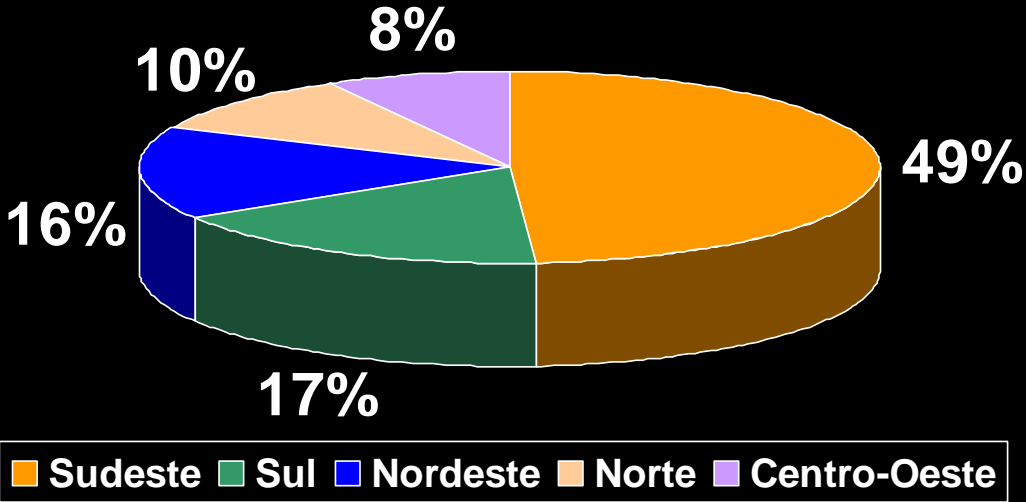
Base Real / Ponderada : 2591/2425 no Brasil  
Entrevistados que leram algum livros nos últimos 3 meses

# 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 livros nos últimos 3 meses

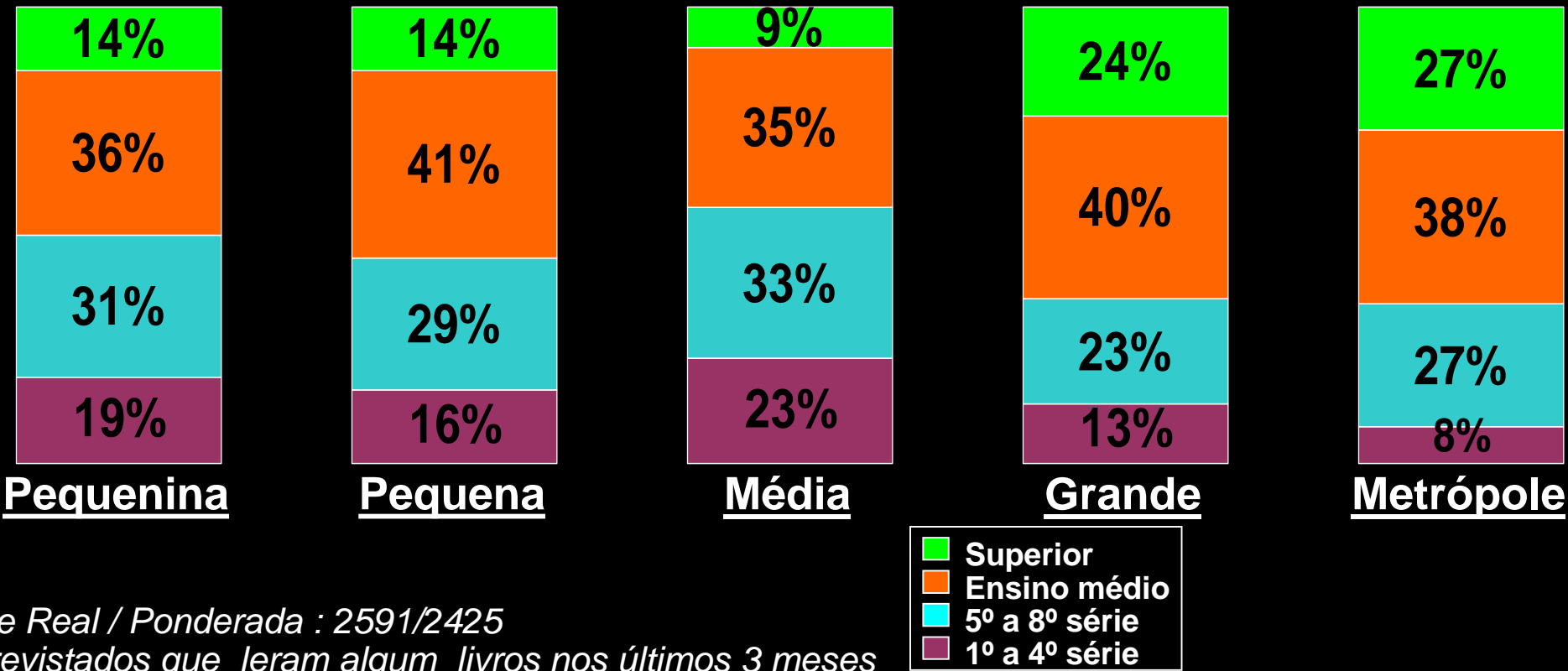
\* Estimada sobre dados IBGE 1996

PERFIL DO LEITOR

Escolaridade

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

Participação de Leitores por Categoria de Cidade

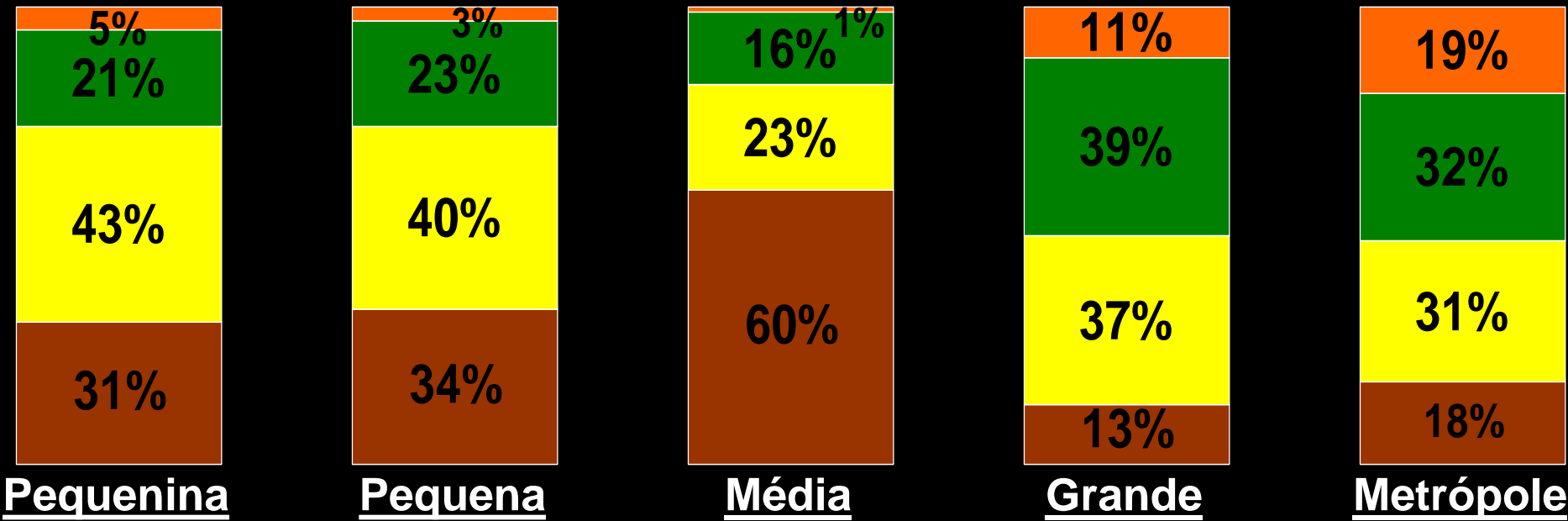


PERFIL DO LEITOR

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 livros nos últimos 3 meses



APRECIADORES

**Apreciação da Leitura**

→ **Tem 2 fortes componentes**

**Total dependência de  
escolaridade**

**Forte dependência do  
poder aquisitivo**

**Podem ser minimizados**

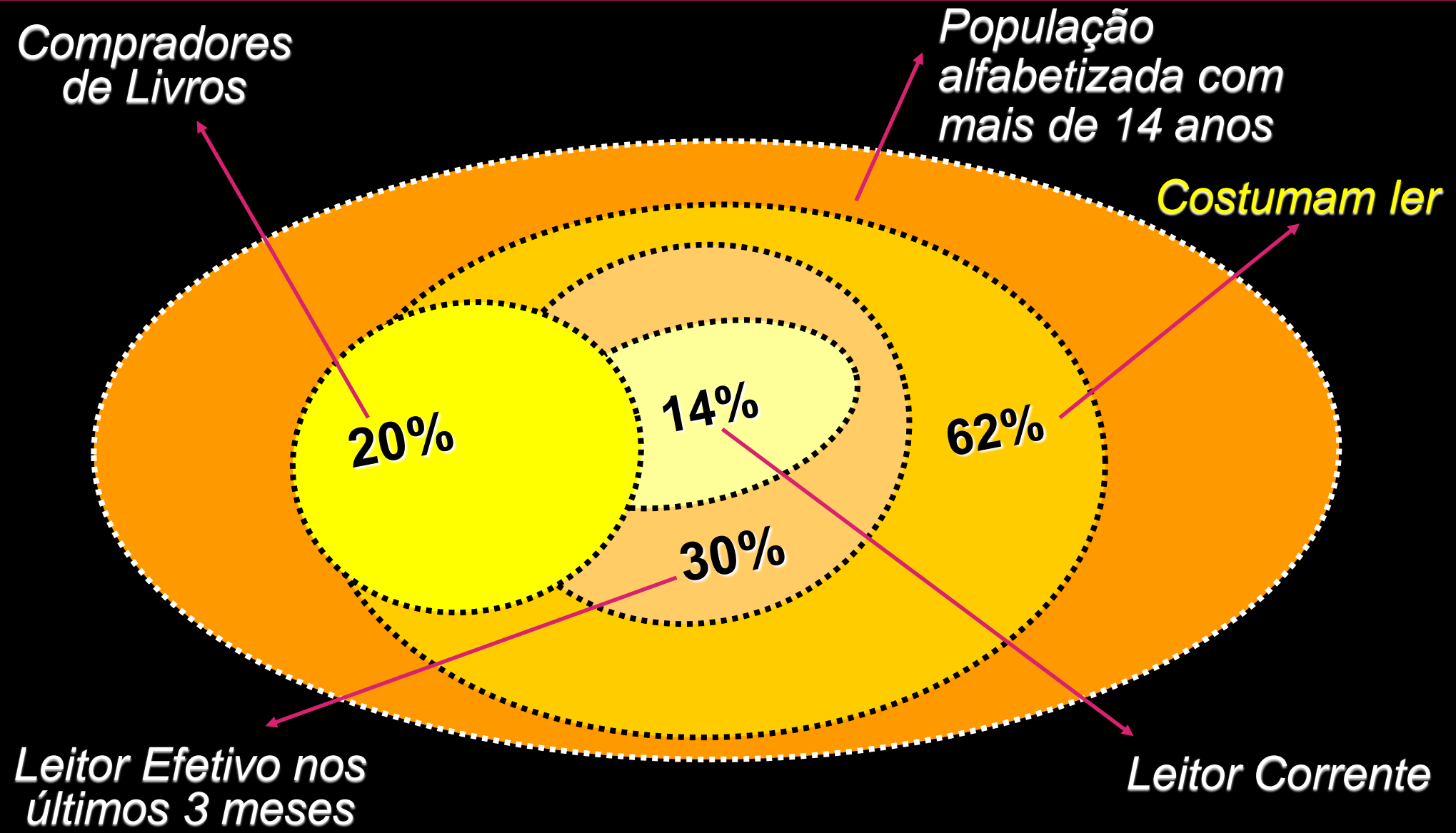
**Programas governamentais para  
aumento da escolaridade da população  
e do tempo de permanência na escola**

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



**Ações de melhoria no  
padrão educacional**

RETRATO DA LEITURA NO BRASIL



## 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%

➤ **Maior índice nas metrópoles**

➤ **Forte índice nas menores cidades**

**Forte presença do gênero religioso**

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

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

PENETRAÇÃO DE LEITURA HABITUAL

Ocupação

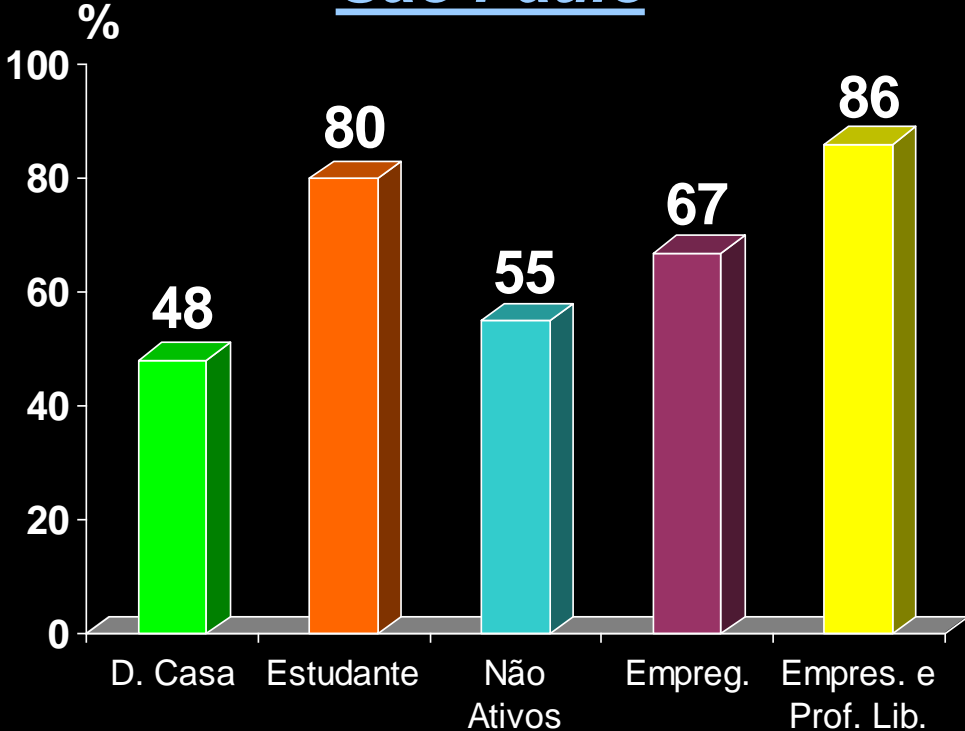
→ São mais lidos por estudantes no geral e por empresários e profissionais liberais em São Paulo

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

Brasil



São Paulo



Base Real / Ponderada: 4076 / 5527 entrevistados

Base Real / Ponderada: 326 / 440 entrevistados

LEITURA HABITUAL

Categorias de leitura ou consulta  
nos últimos 12 meses



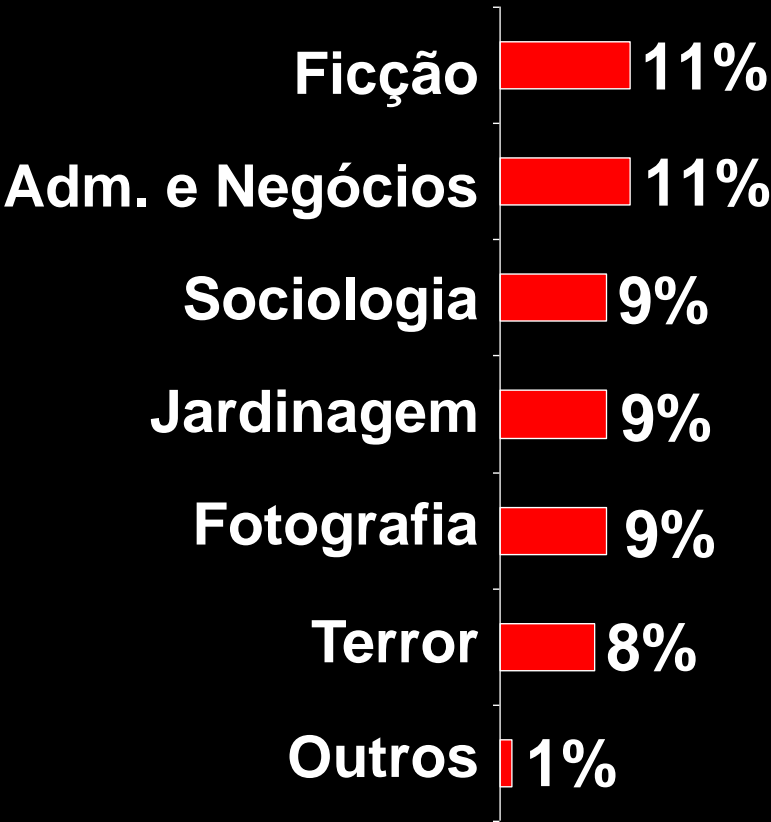
LEITURA HABITUAL

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

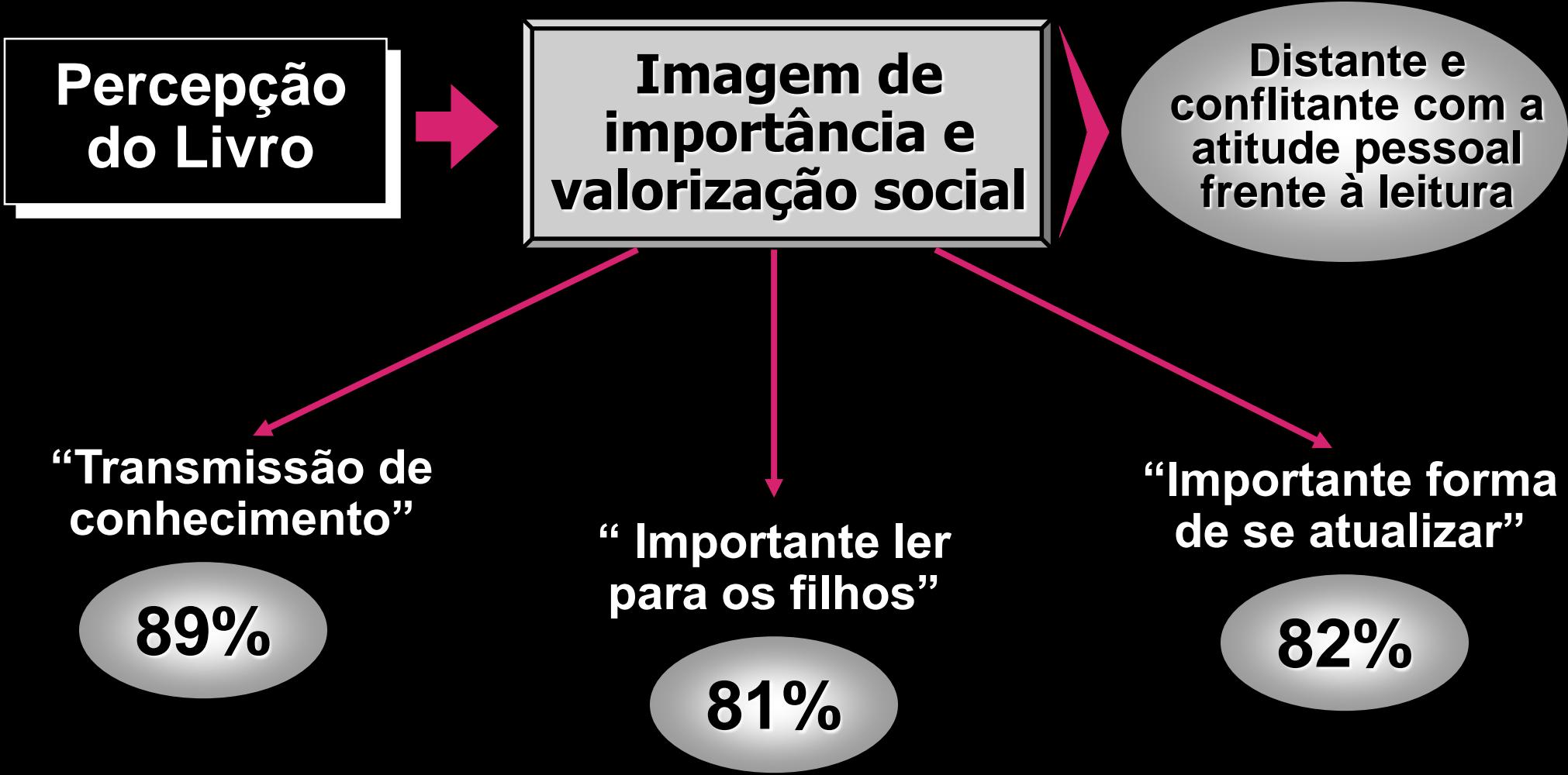
Homens

|     |                             |
|-----|-----------------------------|
| 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

**Imagem de  
importância  
do Livro**



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



**Aspectos de imagem  
que podem ser  
trabalhados**

- **Modernidade**
- **Entretenimento e prazer**

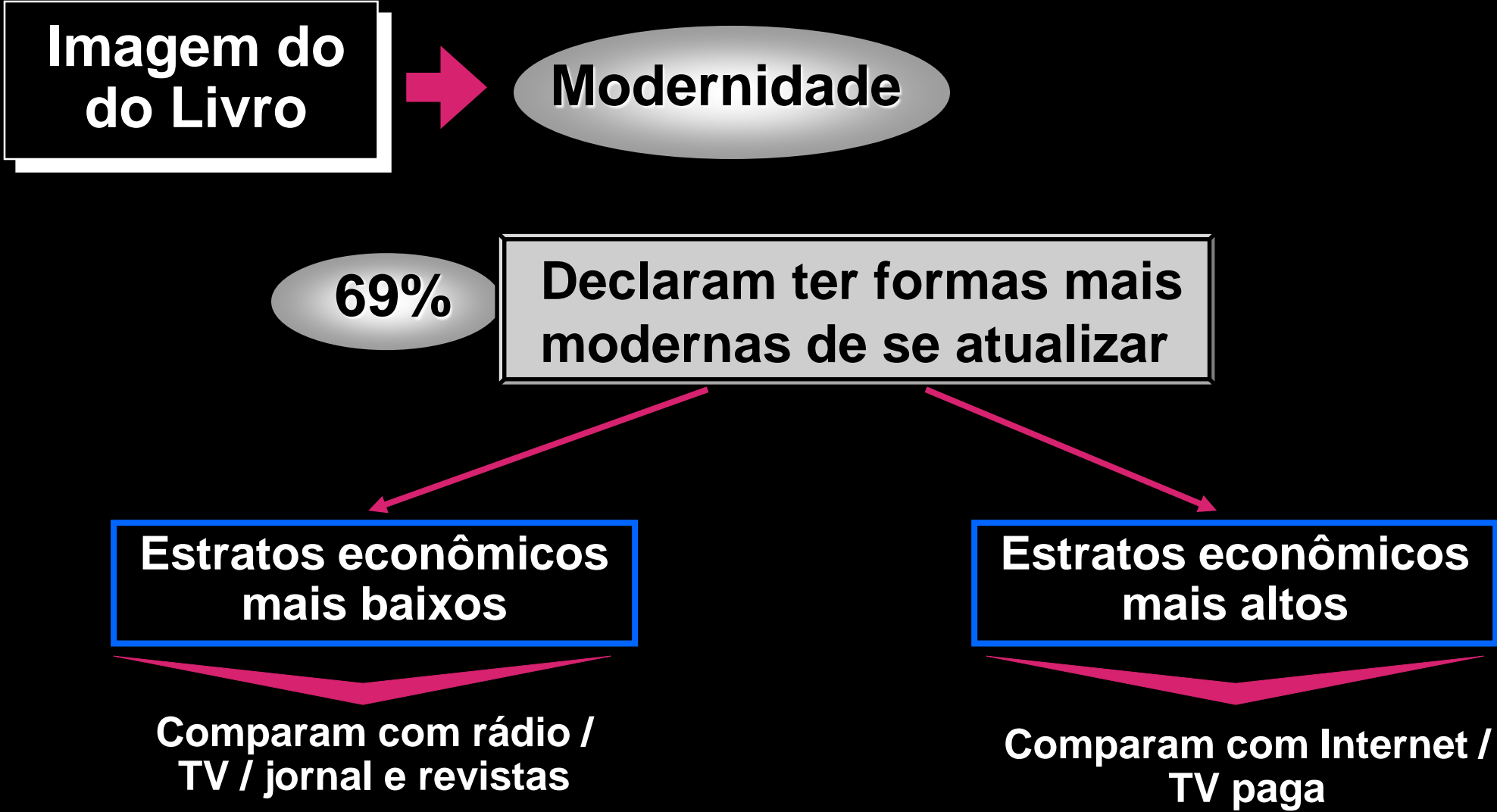


**Aspectos da estrutura  
educacional do país**

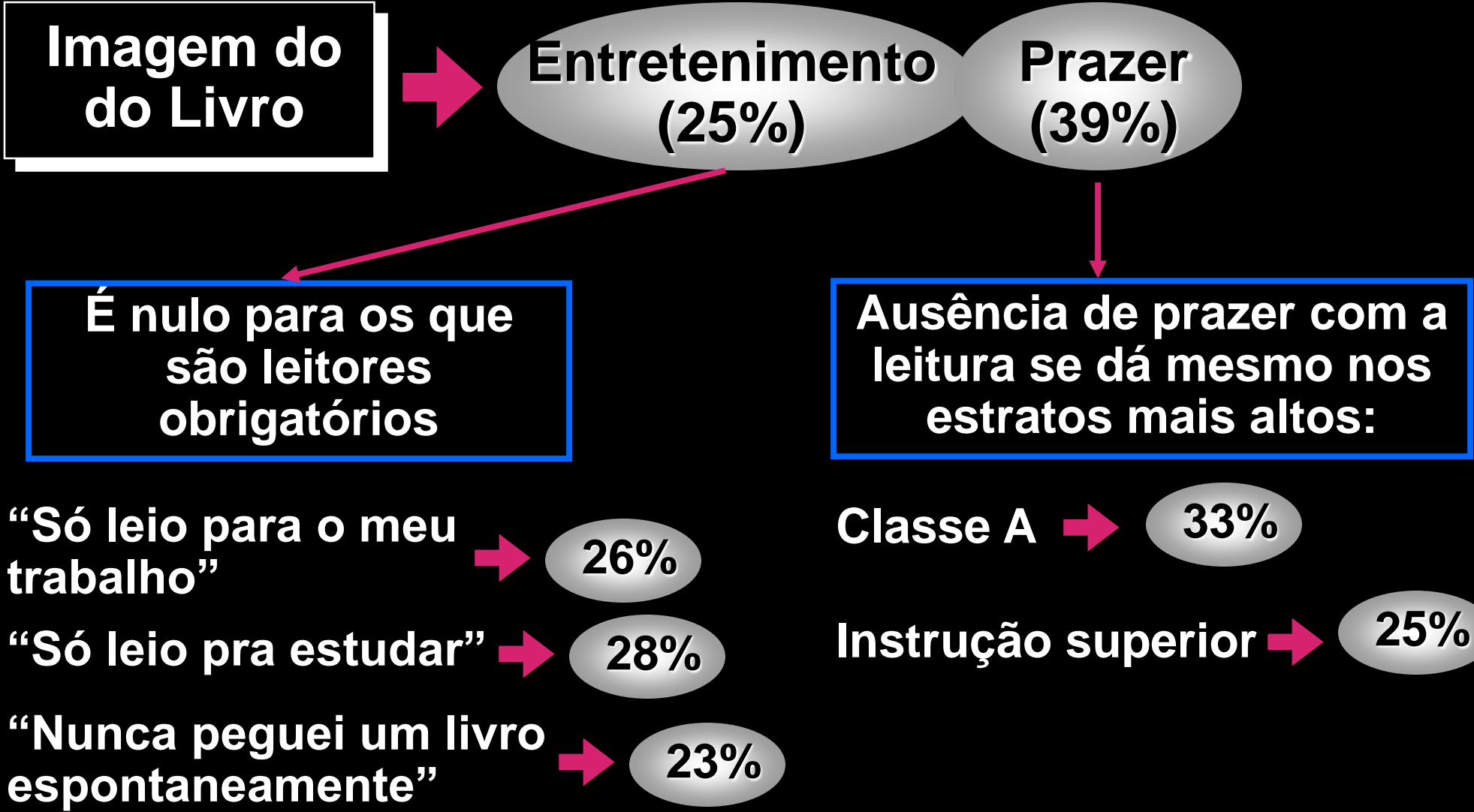
- **“Dificuldade em  
guardar informação”**

**32%**

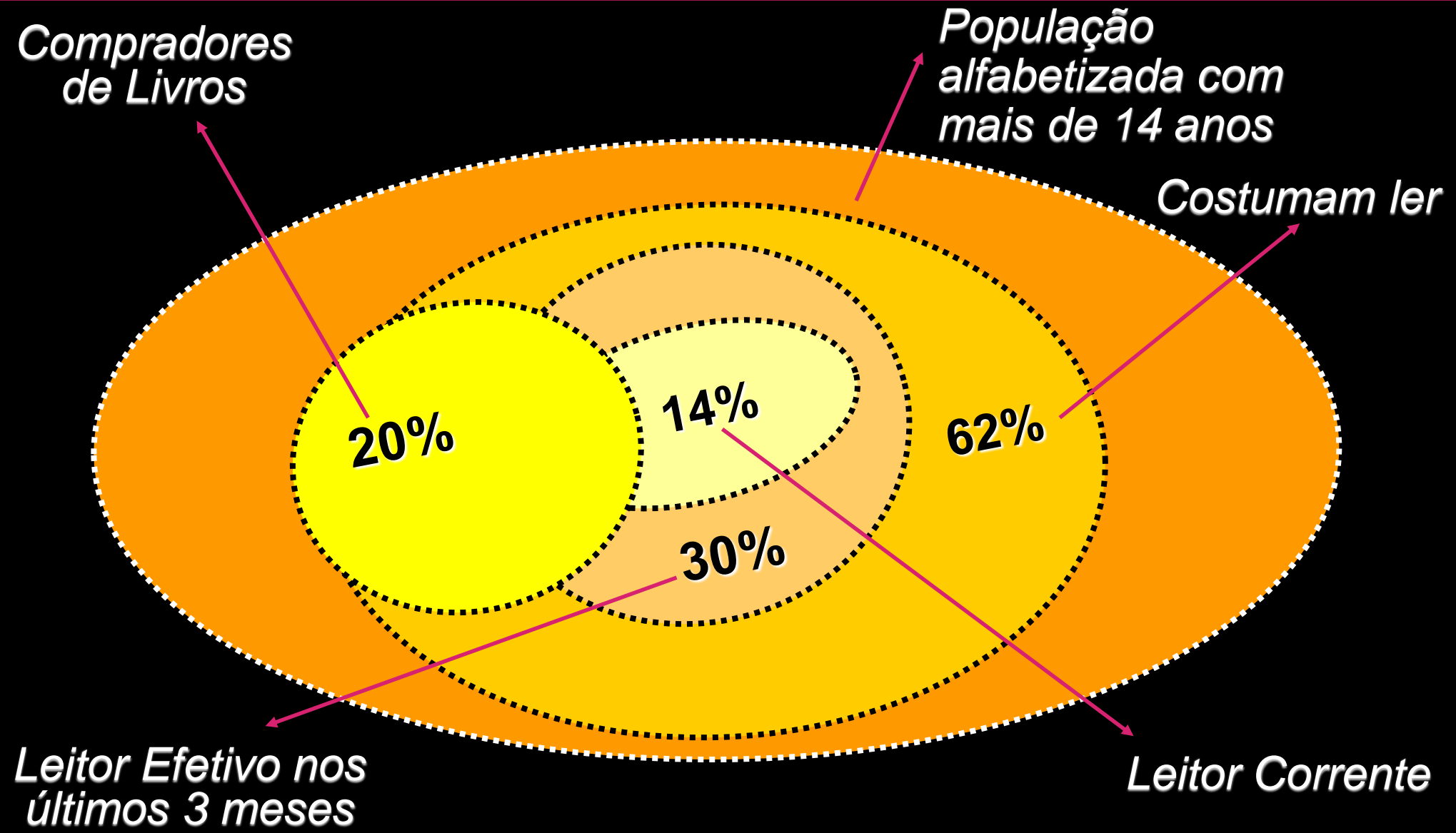
POSICIONAMENTO DO LIVRO



POSICIONAMENTO DO LIVRO



RETRATO DA LEITURA NO BRASIL



# ***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

