



9. Segmentos de leitura

9.1. Livros

Dentre todos os segmentos de "Leitura", o livro tem o seu lugar de destaque. Ele foi consagrado como o grande veículo da difusão da cultura e do conhecimento. Seu conteúdo tem maior abrangência e mais profundo que as leituras oferecidas por jornais e revistas.

A análise do quadro abaixo, mostra um perfil do segmento, representando o somatório de produção do mercado como um todo.

Ano	Total de Títulos	Exemplares Produzidos mil	Exemplares vendidos mil	Faturamento Total US\$ mil
1990	22.479	239.392	212.206	901.504
1991	28.450	303.492	289.958	871.640
1992	27.561	189.892	159.678	803.271
1993	33.509	222.522	277.620	930.960
1994	38.253	245.986	267.005	1.261.374
1995	40.503	330.834	374.626	1.857.377
1996	43.315	376.747	389.151	1.896.211
1997	51.460	381.870	348.152	1.845.468
1998	49.746	369.186	410.335	(*) 2.083.339
1999	43.697	295.442	289.680	(*) 1.009.903
2000	45.111	329.520	334.235	(*) 1.113.723

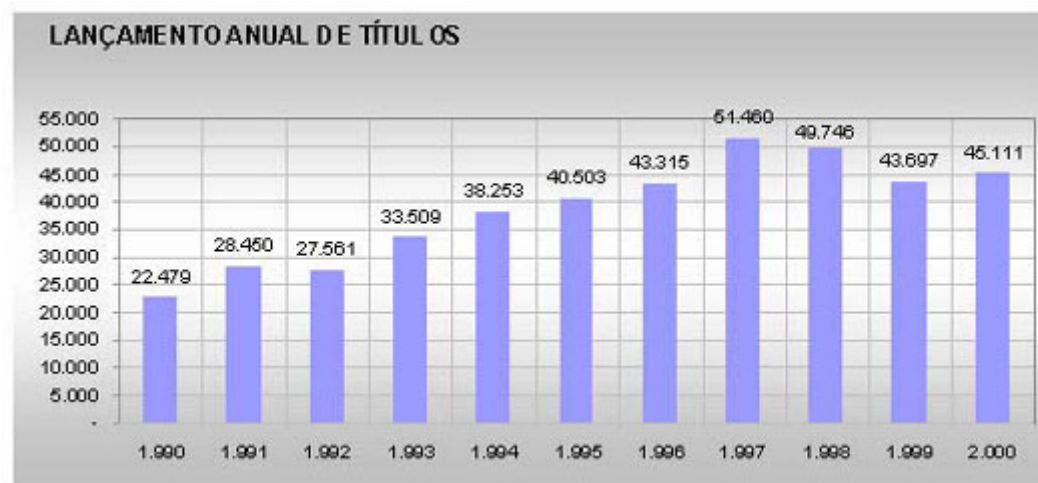
(*) valores do Dólar usados para conversão:

1998 - US\$ 1,10 x R\$ 2.291.673

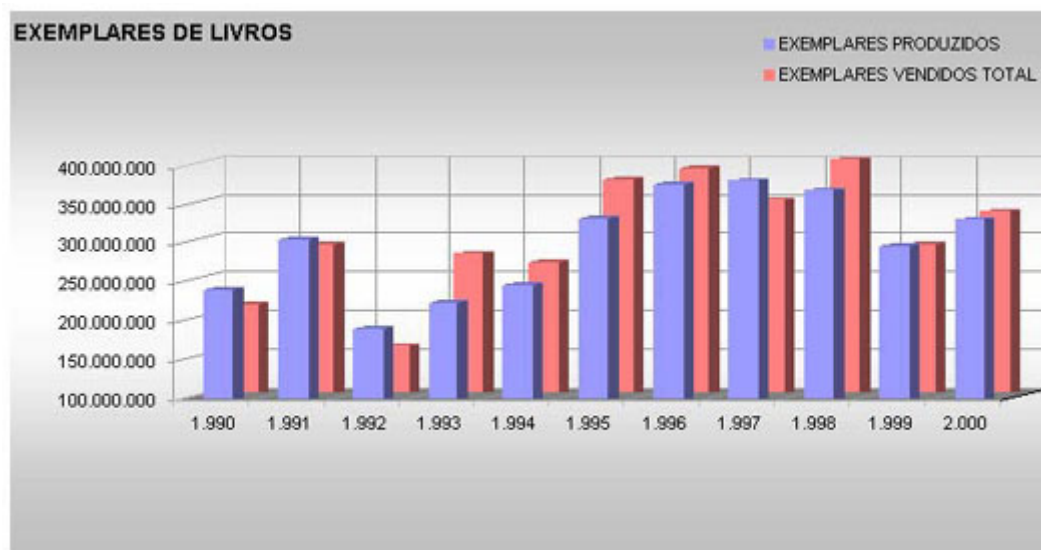
1999 - US\$ 1,80 x R\$ 1.817.826

2000 - US\$ 1,85 x R\$ 2.060.387

Fonte: CBL / CERLALC - Análise: GISMARKET



Fonte: CBL / CERLALC - Análise: GISMARKET



Fonte: CBL / CERLALC - Análise: GISMARKET

Após um ano difícil, o mercado editorial brasileiro comemorou um crescimento substancial. Em 1999 houve queda de 20,7% no faturamento (em R\$), 20% em exemplares publicados e 29,4% em número de livros vendidos; o que deixou o setor desanimado e com dificuldades financeiras. No ano de 2000, o faturamento (em R\$) aumentou 13,3%, o número de exemplares produzidos cresceu 11,5% e as vendas de livros subiu 15,4%. Portanto, uma recuperação que animou o mercado, apesar dos resultados ainda não terem chegado ao nível de 1998.

Alguns dos aspectos que favorecem o crescimento e retomada do mercado atual são:

- BNDES tem liberado empréstimos para investimento das editoras
- Planejamento de cada livro vem sendo feito com maior antecedência
- A relação com os escritores está mais profissionalizada
- Os autores estão ganhando melhor
- Apesar das tiragens terem ficado menores as editoras vêm aumentando o número de títulos

No ano 2000, o país apresentou uma população total de 169,5 milhões e uma produção de exemplares de livros de 329,5 milhões.

Desde 1992 não havia indicadores tão baixos nesta relação. A média de livros produzidos per capita em 1990 era de 1,66 livro/ano, em 1992 foi de 1,27 passando para 2,25 em 1998. Hoje, esta relação caiu novamente, atingindo 1,94 de livros produzidos per capita.

Livros Produzidos no Brasil			
Período	Produção Total mil exemplares	População estimada mil habitantes (*)	per capita
1990	239.392	144.432	1,66
1991	303.492	146.825	2,07
1992	189.892	149.219	1,27
1993	222.522	151.651	1,47
1994	245.986	154.123	1,60
1995	330.834	156.635	2,11
1996	376.747	159.188	2,37
1997	381.870	161.783	2,36
1998	369.186	164.420	2,25

1999	295.442	167.000	1,77
2000	329.520	169.544	1,94

(*) estimativa

Fonte: - CBL / IBGE – Análise: GISMARKET

Outro fator que deve ser considerado é o quanto esta relação se altera se tirarmos os livros didáticos, pois estes são utilizados apenas nas escolas e são distribuídos gratuitamente pelo governo. Assim, 1,94 livros produzidos per capita no ano de 2000, apenas 0,79 seriam os não didáticos.

Período	Produção de Exemplares (mil)			
	Total	Didáticos	(A-B)	per capita
	(A)	(B)		
1998	369.186	243.670	125.516	0,74
1999	295.442	180.340	115.102	0,68
2000	329.520	196.224	133.296	0,79

Fonte: - CBL / MEC – INEP – Análise: GISMARKET

Na escala de "Leitura" mundial de livros, o Brasil tem se comportado da seguinte forma:

- No Brasil, um indivíduo adquire em torno 2 / ano (incluindo didáticos)
- Na França, mais de 7
- Nos Estados Unidos, 10

Na América Latina

País	Exemplares Produzidos		
	1993	1994	1995
Brasil	222.622	245.966	330.834
México	106.500	92.300	93.000
Argentina	43.316	44.717	(*)
Colômbia	54.760	42.937	33.830
Chile	(*)	33.204	(*)
Venezuela	(*)	(*)	13.231

(*) Informação não disponível

Fonte: CERLALC – UNESCO

O mercado tem editado também muitos títulos estrangeiros em português, bem como edições brasileiras têm sido traduzidas lá fora. Vejamos, a seguir, este movimento:

NACIONALIDADE DE TÍTULOS



Fonte: Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1999/2000 - CBL Análise: GISMARKET

TRADUÇÕES PARA O PORTUGUÊS EDITADAS NO BRASIL

IDIOMAS	1998			1999			2000		
	Títulos	Exemplares	part. %	Títulos	Exemplares	Part. %	Títulos	Exemplares	part. %
Inglês	3.776	28.576.198	63%	4.818	17.049.195	73%	4.118	15.381.255	66%
Francês	774	2.549.485	13%	560	1.778.928	9%	533	1.807.761	9%
Espanhol	422	1.291.301	7%	443	2.220.947	7%	351	938.611	6%
Alemão	137	469.155	2%	241	844.228	4%	974	3.406.230	16%
Italiano	184	497.061	3%	151	1.062.912	2%	136	535.059	2%
Português (Portugal)	667	3.484.986	11%	199	635.068	3%	16	56.971	0%
Japonês	23	183.804	0%	145	1.288.752	2%	84	690.407	1%
Outros	-	-	0%	8	35.872	0%	14	112.774	0%
TOTAL	5.983	37.051.990	100%	6.565	24.915.902	100%	6.226	22.929.068	100%

Fonte: Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1998/1999/2000 - CBL - Análise: GISMARKET

TRADUÇÕES PARA O PORTUGUÊS EDITADAS NO EXTERIOR

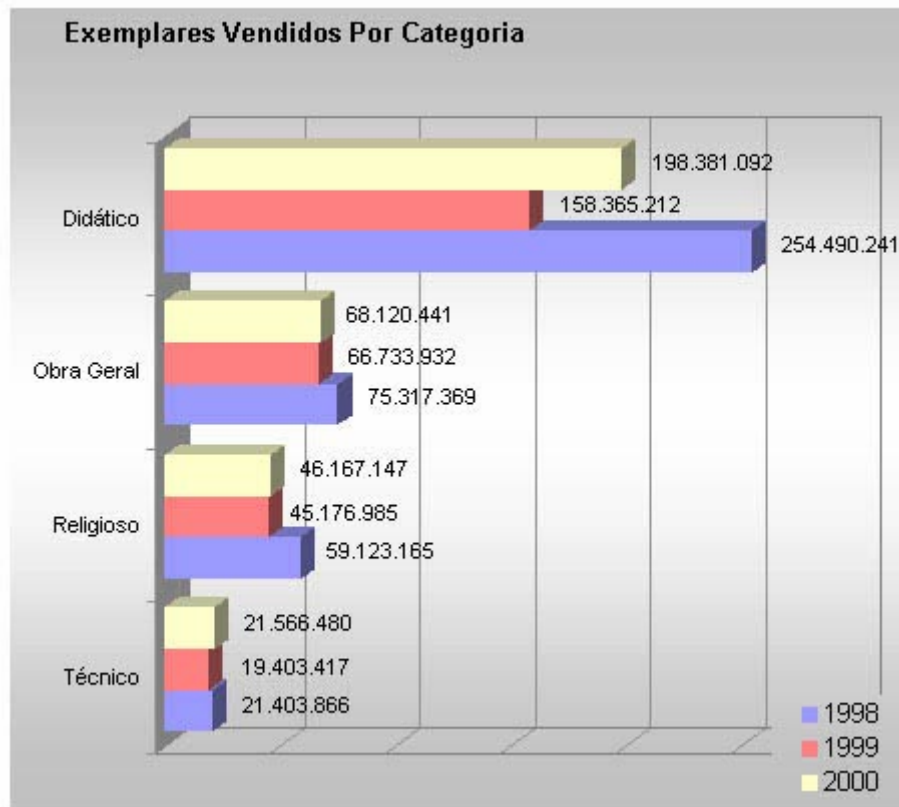
IDIOMAS	1999			2000		
	Títulos	Exemplares	part. %	Títulos	Exemplares	part. %
Inglês	13	13.694	1,25%	130	1.282.599	26,30%
Francês	-	-	0,00%	25	38.113	0,78%
Espanhol	29	809.991	74,18%	107	3.047.397	62,49%
Alemão	38	268.314	24,57%	133	132.738	2,72%
Italiano	-	-	0,00%	10	23.441	0,48%
Português (Portugal)	-	-	0,00%	75	307.610	6,31%
Outros	-	-	0,00%	64	44.903	0,92%
TOTAL	80	1.091.999	100,00%	544	4.876.801	100,00%

Outro fator que tem movimentado o setor é o interesse despertado por empresários internacionais, principalmente os espanhóis, que já compraram a Editora Moderna por US\$ 80 milhões. Esta movimentação deverá gerar:

- Uma maior profissionalização do setor

- Uma melhoria na qualidade do livro
- Possível redução no preço do livro

Nota-se também uma segmentação cada vez mais centrada dos gêneros editoriais, com uma maior preocupação pela especialização em determinados setores.



Fonte: Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1998/1999/2000 – CBL Análise: GISMARKET

Esta especialização tem gerado, através de Associações que buscam cuidar dos interesses da categoria, representatividade como exemplo:

- nas editoras universitárias através da - ABEU – Associação Brasileira de Editoras Universitárias, que tem a missão institucional de lançar novos autores e publicar textos importantes, mesmo que de baixa circulação comercial, sendo um forte elo entre a produção acadêmica e a sociedade. Há consenso nas universidades brasileiras que a atividade editorial acadêmica é parte constitutiva de uma instituição de ensino e pesquisa.

- nas editoras espíritas através da - ADELER – Associação de Editores, Distrib. e Divulgadores do Livro Espírita. Estas editoras surgiram no Brasil na década de 30 e somam hoje quase 90. Este "boom" tem sua explicação avaliada no fato do espiritismo tratar de assuntos polêmicos e atuais como a vida após a morte, com muitos títulos psicografados Na última Bienal de São Paulo, foram vendidos mais de 30.000 livros do gênero.

- nas editoras religiosas através da - ABEC – Associação Brasileira de Editores Cristãos. Vem tendo uma maior importância, natural do crescimento da Igreja. Estima-se em 25 milhões os adeptos religiosos. O número de títulos lançados é cada vez maior, com o aprimoramento na apresentação e no acabamento.

- nos livros direcionados à "venda porta a porta" ou "crediários" através da:

- ABDL - Associação Brasileira de Difusão do Livro. Existe também um comportamento que merece ser observado, que é a produção por Classificação Temática de leitura, onde se faz importante frisar o grande crescimento dos setores Religiosos e ligados à Filosofia e Psicologia.

Classificação Temática	1998		1999		2000	
	Títulos	Exemplares	Títulos	Exemplares	Títulos	Exemplares
Literatura Infantil	8.335	46.332.240	5.968	36.318.592	3.776	26.125.767
Literatura Juvenil	5.685	22.753.759	4.241	9.716.955	4.065	7.964.627
Literatura Adulta	3.524	11.127.078	2.869	9.537.723	2.628	8.568.078
Línguas	650	4.047.497	624	2.917.226	1.075	3.574.004
Religiosos	4.002	23.284.890	3.386	19.479.099	4.852	32.033.262
Filosofia e Psicologia	2.162	6.264.104	2.936	8.479.795	4.113	11.182.035
Artes, Lazer e Esportes	636	2.123.961	771	3.082.431	477	2.484.298
Ciências Puras	645	984.720	778	1.847.380	725	1.528.962
Tecnologia e Ciências Aplicadas	2.263	5.008.596	2.505	7.725.187	2.930	7.456.607
Ciências Sociais	4.484	8.530.990	4.132	9.729.815	5.543	10.790.987
Educação Básica *	14.037	223.303.916	12.128	171.689.918	9.434	191.482.399
Geografia e História	1.133	5.699.315	992	5.165.977	1.043	2.631.371
Generalidades	767	2.586.115	896	2.528.175	1.367	7.844.464
Outros	1.423	7.139.293	1.471	7.224.083	3.083	15.852.789
TOTAL	49.746	369.186.474	43.697	295.442.356	45.111	329.519.650

* Educação Básica inclui didáticos (pré, 1º e 2º graus e paradidáticos)

9.1.1. Livros Didáticos

O MEC criou, em 1995, o PNLD - Programa Nacional do Livro Didático. Com isso, vem aperfeiçoando todo o sistema. Desde sua criação, quadruplicou seu orçamento, dobrou o número de exemplares distribuídos e multiplicou por seis o número de alunos beneficiados distribuindo um guia anual para 170 mil escolas, com a indicação de livros, classificados por 150 especialistas.

Segundo as fontes do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação, o Governo Federal comprou em torno de 110 milhões de livros didáticos mais 18 milhões de dicionários, para distribuição a quase 35 milhões de estudantes em todo o país, o que representa 60% do mercado editorial brasileiro.

No que diz respeito ao mercado privado, persistem os problemas de migração de alunos de escolas privadas para públicas, da concorrência com o Sistema de Ensino (que produz seu próprio material didático) e da reprografia, que contribuíram enormemente para as taxas negativas apresentadas pelo setor no 1º. Semestre de 2000.

Livros Didáticos ***	Descrição	1998	1999	2000
		TÍTULOS	19.299	14.861
EXEMPLARES PRODUZIDOS		243.669.526	180.339.740	196.223.729
EXEMPLARES VENDIDOS NO MERCADO		144.490.241	98.200.683	69.564.323
FATURAMENTO MERCADO - R\$		869.291.973	681.821.717	700.789.927
EXEMPLARES VENDIDOS - FNLD/PNBE **		110.000.000	60.164.529	128.816.769
FATURAMENTO FNLD/PNBE - R\$ * / **		275.000.000	220.541.916	378.067.469
EXEMPLARES VENDIDOS - TOTAL		254.490.241	158.365.212	198.381.092

FATURAMENTO TOTAL	1.144.291.973	902.363.633	1.078.857.396
-------------------	---------------	-------------	---------------

*1998 – faturamento = valores convertidos do Dólar para o Real à taxa média anual de 1,10
Livro Didático – venda ao FNDE-PNLD - inclui pré-escolar, 1º e 2º e paradidáticos.

Fonte: Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1998/1999/2000 – CBL – Análise: Gismarket

9.1.2. Livros Obras Gerais

Esta modalidade de livros também é bem consumida pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação.

	Descrição	1998	1999	2000
Livros - Obras Gerais	TÍTULOS	14.266	11.737	14.874
	EXEMPLARES PRODUZIDOS	73.928.573	65.879.091	68.352.826
	EXEMPLARES VENDIDOS NO MERCADO	71.317.369	62.737.932	63.414.923
	FATURAMENTO MERCADO - R\$	444.779.017	376.366.835	404.513.920
	EXEMPLARES VENDIDOS - FNLD/PNBE **	4.000.000	3.996.000	4.705.518
	FATURAMENTO FNLD/PNBE - R\$ * / **	103.470.151	24.173.712	24.456.004
	EXEMPLARES VENDIDOS - TOTAL	75.317.369	66.733.932	68.120.441
	FATURAMENTO TOTAL	548.249.168	400.540.547	428.969.924

*1998 – faturamento = valores convertidos do Dólar para o Real à taxa média anual de 1,10

Fonte: Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1998/1999/2000 – CBL – Análise: Gismarket

9.1.3. Livros Religiosos

Esta categoria de livros tem se mostrado resistente aos abalos do mercado. Enquanto as demais tiveram queda razoável no ano 1999, esta se manteve com uma queda não muito acentuada. Há predominância de vendas de livros pequenos com preços mais baixos. E ainda, livros como a Bíblia e os de meditação diária que vêm garantindo uma demanda contínua.

	Descrição	1998	1999	2000
Livros Religiosos	TÍTULOS	5.591	5.445	7.467
	EXEMPLARES PRODUZIDOS	32.522.007	28.380.661	44.351.279
	EXEMPLARES VENDIDOS - TOTAL	59.123.165	45.176.985	46.167.147
	FATURAMENTO TOTAL – R\$	162.679.466	147.098.200	150.454.545

*1998 – faturamento = valores convertidos do Dólar para o Real à taxa média anual de 1,10

Fonte: Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1998/1999/2000 – CBL – Análise: Gismarket

9.1.4. Livros Científicos, Técnicos e Profissionais

Os resultados positivos de seu crescimento são atribuídos a dois fatores complementares:

- O aumento do número de universidades particulares, com conseqüente aumento do número de alunos e leitores;
- O incremento das estratégias de comercialização do seu produto, visando o consumidor final.

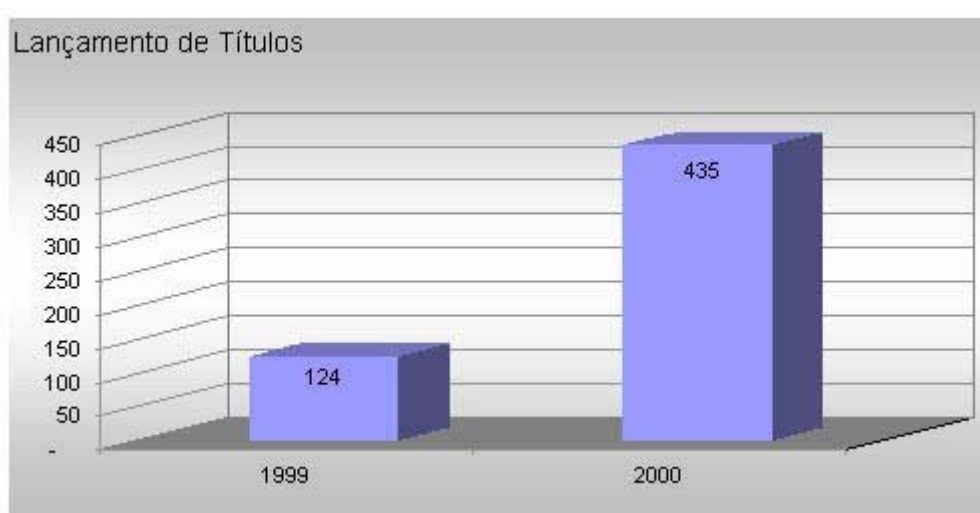
	Descrição	1998	1999	2000
Livros Científicos, Técnicos e Profissionais	TÍTULOS	10.590	11.654	13.130
	EXEMPLARES PRODUZIDOS	19.066.368	20.842.864	20.591.816
	EXEMPLARES VENDIDOS - TOTAL	21.403.866	19.403.417	21.566.480
	FATURAMENTO TOTAL – R\$	436.452.191	367.823.959	402.104.894

*1998 – faturamento = valores convertidos do Dólar para o Real à taxa média anual de 1,10

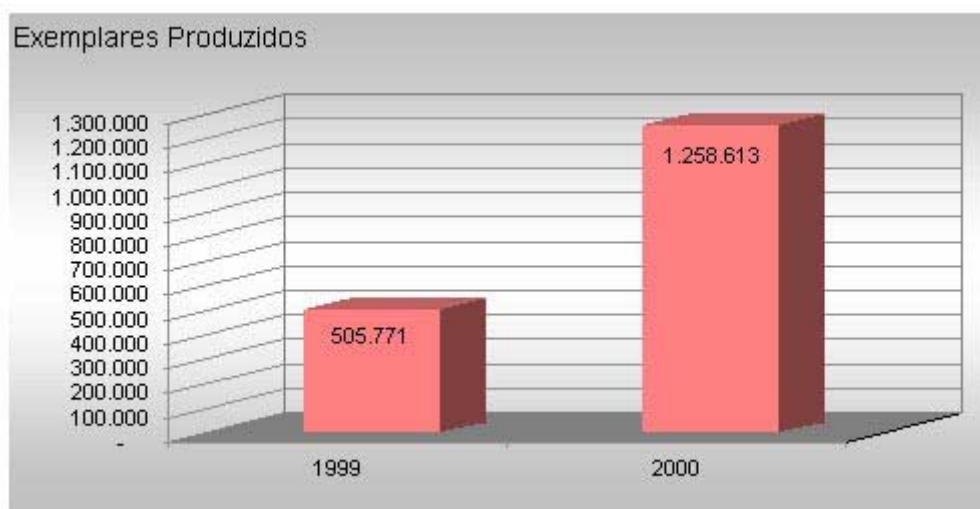
Fonte: Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1998/1999/2000 – CBL – Análise: Gismarket

9.1.5. Livros em CD-Rom

A leitura através de material eletrônico, apesar de ser uma novidade e ainda estar sendo pouco utilizada já é uma realidade de leitura em forma de CD-Rom. Seus controles constam de 1999, e sua evolução nos últimos dois anos é vertiginosa. Vejamos os dados:



Fonte: Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1999/2000 - CBL Análise: GISMARKET



Fonte: Diagnóstico do Setor Editorial Brasileiro 1999/2000 - CBL Análise: GISMARKET

9.2. Revistas

9. Segmentos de leitura

9.2. Revistas

A população brasileira nunca teve tantas opções de revistas ao alcance das mãos, e não há sinais de que as principais editoras do país estejam satisfeitas. Todas estão se preparando para novas investidas. Ou seja, do ponto de vista do público leitor, o meio continua muito bem, consolidando o processo iniciado em 96. Tanto é que nem mesmo os problemas econômicos enfrentados pelo país no início de 1999 foram capazes de refrear a chegada de novas publicações e os aumentos de tiragem.

No entanto, mais uma vez os resultados obtidos na área de circulação não foram suficientes para alterar o faturamento publicitário do meio e muito menos o seu share, que ficou em 9,7% no ano de 1999, contra 9,4% em 1998.

Como era de se esperar, essa estagnação no nível de investimentos, ao mesmo tempo em que cresce muito o número de títulos, tem acirrado cada vez mais a disputa entre os principais players do negócio. A participação do meio "Revista" no total de investimentos em publicidade saltou de 7% em 1996 para 10,6% de share em 2000, sendo que os editores esperam atingir uma participação "ideal" que estaria entre 11% e 12% (nos Estados Unidos é de 13%).

As editoras têm feito sua parte, investindo não apenas no lançamento de novos títulos, mas também na criação de canais diferenciados de distribuição e, principalmente, em grandes operações na área de assinaturas.

O próprio convívio com a Internet está desenvolvendo nas pessoas o hábito da leitura. Todas as editoras têm investido nos seus sites o que, naturalmente, trará novos leitores. O leitor consegue diferenciar muito bem, nos sites de revistas disponíveis na Internet, cada um dos títulos. Canal este onde ainda há espaço para novas publicações.

Enumera-se ainda o benéfico efeito multiplicador das revistas semanais de informação, que cresceram com o lançamento de Época, e a descoberta de classes menos abastadas como segmento consumidor em potencial de revistas que foi o grande responsável pela excelente performance deste setor no ano de 2000.

As revistas chamadas "populares", com seus preços fixados entre R\$ 1 e R\$ 2, foram as que mais contribuíram para a explosão das vendas, pois, segundo os profissionais do meio, houve um aumento de poder aquisitivo das classes B e C, que representam quase 70% da população economicamente ativa do país.

COMPARATIVO DAS VENDAS POR FAIXA DE PREÇO				
Acumulado de Janeiro a Maio / 2001				
Faixa de Preço	Qtd. Títulos	Participação das vendas		Principais Títulos
		%	%	
Capa - R\$		Exemplares	Faturamento	
Até 2,00	252	39,03	14,98	Viva Mais, Ana Maria, TV Brasil, Minha Novela, Tititi, Tudo, Conta Mais, Minha Revista, Placar, Guia Astral, Linha Disney, Astral Dia-a-dia, Malu, Linha Passatempos
De 2,01 até 3,00	204	7,04	4,85	Todateen, Linha Maurício, Rev. Heishin, Linha Passa tempos
De 3,01 até 4,00	174	11,38	11,31	Contigo, Quem Acontece, Capricho, Chique & Famosos, Isto é Gente, DragonBall, Pokemon, Atrevida, Linha Romance
De 4,01 até 5,00	296	21,20	25,68	Veja, Recreio, Caras, Isto é, Época, Boa Forma, Você SA, Exame, Corpo a Corpo, Info, Dieta Já, Ação Games, Saúde, Uma, Bom Astral, MTV
De 5,01 até 6,00	162	9,53	14,05	Nova, Claudia, Manequim, Quatro Rodas, Super interessante, Vip, Bons Fluidos, Faça Venda, PEGN, Nova Beleza, Ponto Cruz, Utilíssima, Revista da Web, Agulha de Outro

De 6,01 até 7,00	77	5,21	9,18	Playboy, Sexy, Casa Claudia, Marie Claire, Arq. Construção, Viagem Turismo, Elle, Próxima Viagem, Gmagazine, Set, Náutica, Gula, Nathional, Trip, Natureza, Bravo, Rev.
De 7,01 até 8,00	30	0,97	1,96	Tatuagem, Naipes, Ponto Com, Hardware PC, 89RevRock, Revista do Mercosul
De 8,01 até 9,00	16	0,45	1,04	Grandes Veleiros, Enc. Disney, RapPoster, Developers Magazine, Planeta Meditação, Cover Teclado, Photo & Câmera
De 9,01 até 10,00	82	1,99	5,14	Revista CD-Rom, CD-Rom Fácil, linha Quadrinhos Jovem SHP, Rev.WWW.Com, Graça, Shopping Music, Jovem Pan, Vogue
De 10,01 até 15,00	57	3,20	10,63	Caixinha de Porcelana, Bonecas de Porcelana, Top Motos, Historia do Cinema, Os Pensadores, Casa Bonecas, PC Games Brasil, DVD News, Ursinho Pelúcia
De 15,01 até 20,00	10	0,13	0,58	Guia Rodoviário, Revista do DVD, 3DGames, Expert Linux, profissão Viajando, Expedições
Mais de 20,01	5	0,08	0,62	Alm. Abril, DVD Premium, Bíblia do Pescador, Atlas Rodoviário, HSM_Management, Guia Vinho Brasil
TOTAL MERCADO	1.365	100	100	

Fonte: DINAP

Outro fator apontado pelos especialistas é a expressiva melhora no sistema educacional, elevando os índices de leitura. Agregado ao aumento do poder aquisitivo, representou um incremento em torno de 40 milhões de pessoas nos últimos anos.

O meio revista, de circulação paga, passou de 325 milhões de exemplares em 1996 para 443 milhões em 2000, portanto um crescimento de 36,3% em apenas 4 anos.

Venda de Revistas (milhões de exemplares)						
Período	Bancas		Assinaturas		Total	
	qtd	%	qtd	%	qtd	%
1994	122	22,0%	108	22,0%	230	22,0%
1995	186	52,5%	155	43,5%	341	48,3%
1996	164	-11,8%	161	3,9%	325	-4,7%
1997	169	3,0%	157	-2,5%	326	0,3%
1998	180	6,5%	150	-4,5%	330	1,2%
1999	242	(*)	160	(*)	402	(*)
2000	273	12,8%	170	6,3%	443	10,2%

(*) informação não disponível por utilização de fontes diferentes

Fonte: 1994 à 1998 - ANER - 1999 e 2000 - DINAP

9.2.1. Movimentação de Exemplares - Milhões

Ano	Mês	Produção Exemplares (A)	Vendas				Encalhe (A-B)	
			Bancas + PAV's		Assinaturas			Total (B)
			exemplares	particip.	exemplares	particip.		
1999	Total	667,27	242,13	60,27%	159,62	39,73%	401,75	265,52
	Jan	47,68	17,84	60,50%	11,65	39,50%	29,48	18,20

	Fev	48,14	17,67	59,66%	11,95	40,34%	29,61	18,53
	Mar	56,16	20,26	60,16%	13,42	39,84%	33,68	22,48
	Abril	51,94	18,81	60,97%	12,04	39,03%	30,84	21,09
	Mai	52,08	19,29	61,66%	11,99	38,34%	31,28	20,80
	Jun	54,01	19,40	60,28%	12,79	39,72%	32,19	21,83
	Jul	53,00	19,99	62,87%	11,80	37,13%	31,79	21,21
	Ago	58,29	21,27	61,55%	13,29	38,45%	34,55	23,74
	Set	60,76	20,67	57,55%	15,25	42,45%	35,92	24,84
	out	60,72	21,12	59,55%	14,35	40,45%	35,47	25,25
	nov	62,03	22,50	59,22%	15,49	40,78%	37,99	24,03
	dez	62,45	23,32	59,90%	15,61	40,10%	38,93	23,52
	Total	731,09	273,41	61,64%	170,12	38,36%	443,53	287,56
2000	Jan	59,14	23,05	60,64%	14,96	39,36%	38,02	21,12
	Fev	55,17	20,70	58,96%	14,41	41,04%	35,11	20,06
	mar	64,40	23,93	60,56%	15,58	39,44%	39,50	24,90
	abril	59,14	21,95	61,51%	13,73	38,49%	35,68	23,47
	Mai	65,20	23,68	60,48%	15,48	39,52%	39,16	26,04
	Jun	62,22	23,17	62,64%	13,81	37,36%	36,98	25,23
	Jul	59,95	22,43	62,10%	13,68	37,90%	36,11	23,84
	Ago	61,90	23,27	61,50%	14,57	38,50%	37,85	24,06
	Set	57,88	21,14	61,35%	13,32	38,65%	34,46	23,43
	out	63,08	24,08	64,06%	13,51	35,94%	37,59	25,49
	nov	62,69	22,98	61,62%	14,31	38,38%	37,28	25,41
	dez	60,31	23,04	64,38%	12,75	35,62%	35,79	24,52
	Total	856,23	341,24	69,15%	152,24	30,85%	493,48	362,75
2001	Jan	61,74	23,96	65,18%	12,80	34,82%	36,76	24,98
	Fev	52,67	19,11	61,26%	12,08	38,74%	31,19	21,48
	mar	62,24	23,11	64,47%	12,73	35,53%	35,84	26,40
	abril	59,95	22,93	64,28%	12,74	35,72%	35,67	24,27
	Mai	63,69	24,24	65,53%	12,75	34,47%	36,99	26,70
	Jun *	77,16	30,87	70,80%	12,73	29,20%	43,60	33,56
	Jul *	75,93	31,44	71,17%	12,73	28,83%	44,17	31,76
	Ago *	78,54	32,71	71,98%	12,73	28,02%	45,45	33,09
	Set *	78,02	31,58	71,26%	12,73	28,74%	44,31	33,71
	Out *	80,76	33,22	72,29%	12,73	27,71%	45,95	34,81
	Nov *	82,72	34,15	72,84%	12,73	27,16%	46,88	35,84
	Dez *	82,81	33,93	72,71%	12,73	27,29%	46,66	36,15

*estimativa

Não considerando jornais, cromos, álbuns, pacotes, e lançamentos, encadernados, ofertas, revistas estrangeiras e pornográficas.

Fonte: DINAP

VENDA TOTAL DE REVISTAS

Mês	Exemplares - milhões			Faturamento - R\$ milhões		
	1999	2000	variação	1999	2000	variação
Jan	29,48	38,02	28,95%	70,75	84,12	18,90%
Fev	29,61	35,11	18,58%	74,49	73,53	-1,28%
mar	33,68	39,50	17,29%	91,87	88,31	-3,87%

abril	30,84	35,68	15,68%	81,75	78,67	-3,76%
Mai	31,28	39,16	25,18%	81,71	84,42	3,32%
Jun	32,19	36,98	14,90%	80,60	83,84	4,01%
Jul	31,79	36,11	13,58%	81,15	79,23	-2,37%
Ago	34,55	37,85	9,53%	89,56	89,34	-0,24%
Set	35,92	34,46	-4,09%	83,23	81,43	-2,16%
out	35,47	37,59	5,97%	82,18	93,15	13,34%
nov	37,99	37,28	-1,87%	88,64	88,50	-0,16%
dez	38,93	35,79	-8,07%	90,82	88,68	-2,36%
TOTAL	401,75	443,53	10,40%	996,76	1.013,22	1,65%

Venda avulsa + assinatura

Não considerando jornais, cromos, álbuns, pacotes, relançamentos, encadernados, ofertas, revistas estrangeiras e pornográficas.

Fonte: DINAP – Análise: GISMARKET

No ano de 2000, o meio "Revista" experimentou um aumento de venda total de exemplares de 10,40% sobre o ano anterior. Sendo que para 2001, estima-se um crescimento em torno de 11%. No ano de 1999 foram vendidos 401,75 milhões exemplares, passando para 443,53 milhões vendidos em 2000. A estimativa do mercado para 2001 é de 493,48 milhões.

Por outro lado, o faturamento em 2000 foi de apenas 1,65% a mais que em 1999, passando de R\$ 996,76 milhões para R\$ 1.013,22 milhões. Estima-se um faturamento de R\$ 1.321,96 milhões para 2001.

ENCALHE

A análise do meio "Revista" como um todo, merece algumas considerações para que se possa entender os números.

- a "tiragem" das revistas para vendas por "assinatura" = número de revistas efetivamente vendidas por este meio

- a "tiragem" das revistas repartidas em "bancas e pontos alternativos" = mais que o dobro do número de revistas efetivamente vendidas nesse meio (apenas 48,74% das revistas que vão para as bancas são efetivamente vendidas e o restante é o chamado "encalhe").

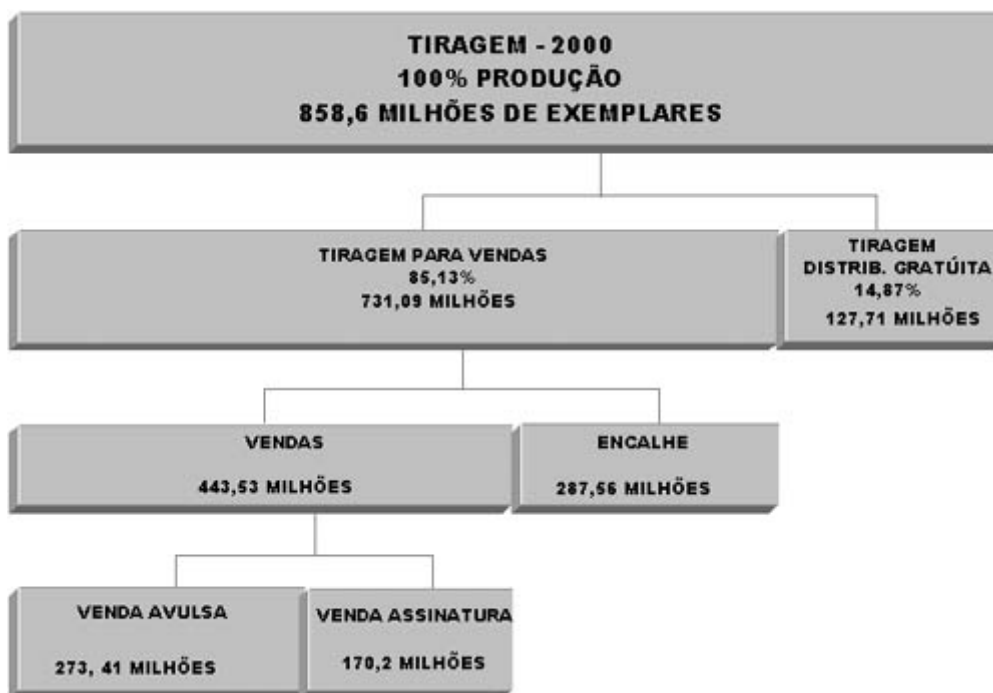
ex: no ano de 2000 foram vendidos um total de 443,53 milhões de exemplares, sendo 273,41 milhões através de bancas e pontos alternativos de venda (PAV) – (venda avulsa) e 170,12 milhões através de "assinaturas".

Para calcularmos o número total de revistas produzidas (tiragem), temos que efetuar a seguinte equação:

- venda por assinatura = 170,12 milhões x 1 = 170,12 milhões de exemplares

- venda avulsa = 273,41 milhões x 2,05 = 560,97 milhões de exemplares

- total de revistas produzidas para venda = 731,09 milhões de exemplares em 2000



Um dos grandes problemas enfrentados pelo meio "revista", é o "encalhe" nas bancas e PAV's. Para cada exemplar vendido em 1999, teve que ser produzido 2,1. Em 2000, apesar de ter havido uma pequena melhora, passando para 2,05, ainda é muito alta a perda decorrente deste entrave. Por mais que se tente aproveitar esta sobra, fazendo promoções, reencartando com outros pacotes e etc, as perdas financeiras são irreversíveis.

ENCALHE DE REVISTAS – BANCAS E PAV's

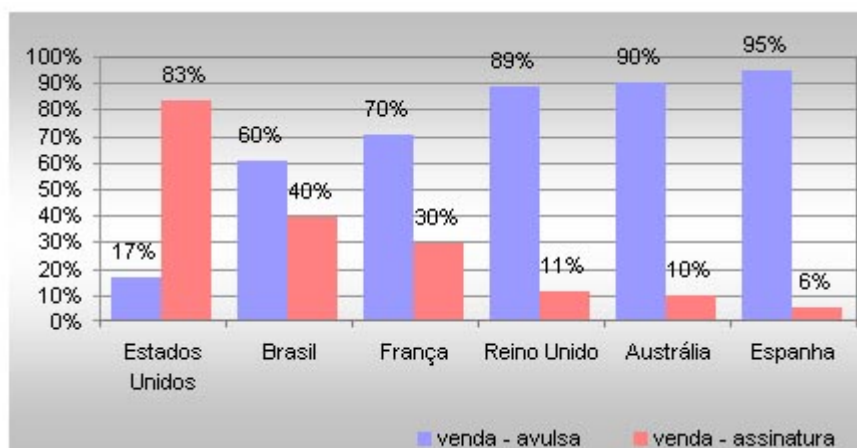
1999			2000		
Tiragem	Venda Avulsa	Encalhe	Tiragem	Venda Avulsa	Encalhe
507,65	242,13	265,52	560,97	273,41	287,56

Não considerando jornais, cromos, álbuns, pacotes, relançamentos, encadernados, ofertas, revistas estrangeiras e pornográficas

Fonte: DINAP

Em muitos países a situação é idêntica, apesar dos Estados Unidos conseguirem reverter a situação, aumentando suas vendas pelo meio "assinatura", onde a perda é considerada quase zero.

No Brasil a relação é de 39,73% para venda por assinatura e 60,27% para venda avulsa (bancas + PAV's).

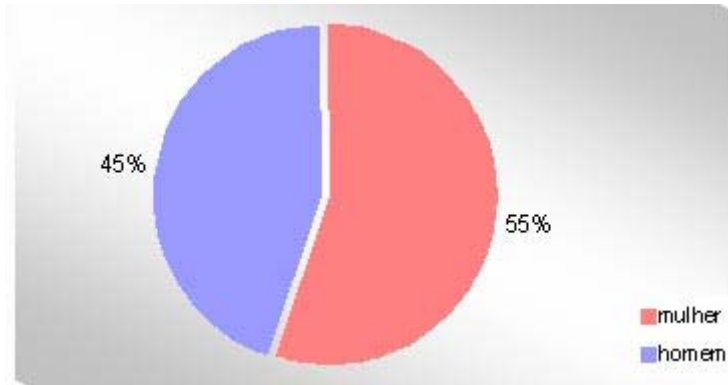


Fonte: World Magazine Trends – FIPP Zenithmedia – 1999

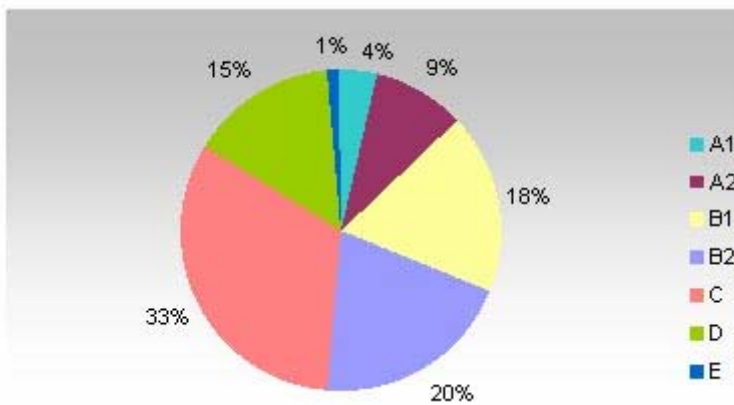
O potencial de mercado brasileiro deverá crescer significativamente, pois a relação de consumo que era de 2,4 revistas per capita / ano em 1999, já atingiu 2,6 em 2000. Na França é de 35 revistas per capita / ano e nos Estados Unidos é de 25.

9.2.2. Perfil do Consumidor 1999 - Acima de 10 anos

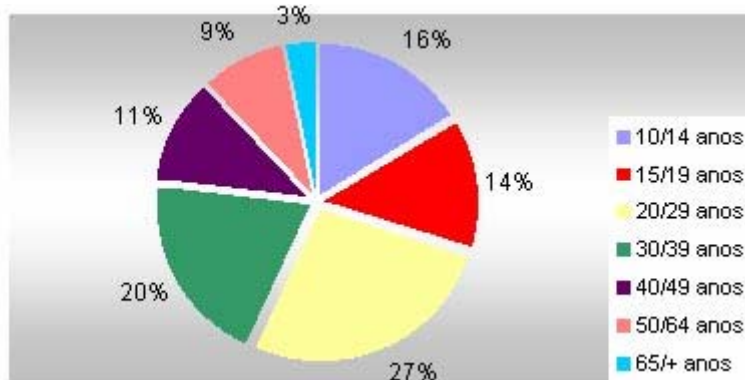
Sexo



Classe Social



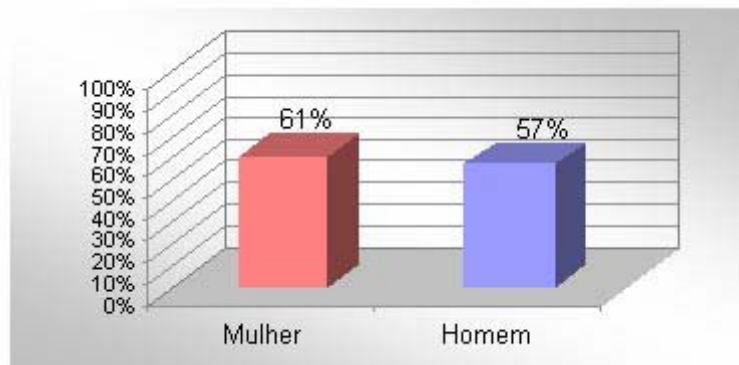
Faixa Etária



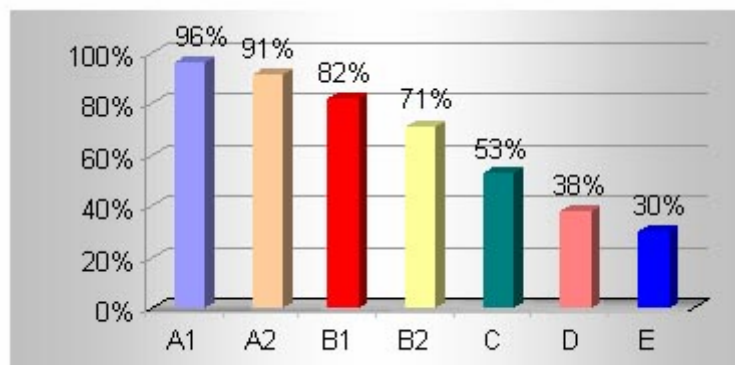
Fonte: Mídia Dados

9.2.3. Perfil de Penetração 1999 – Acima de 10 anos

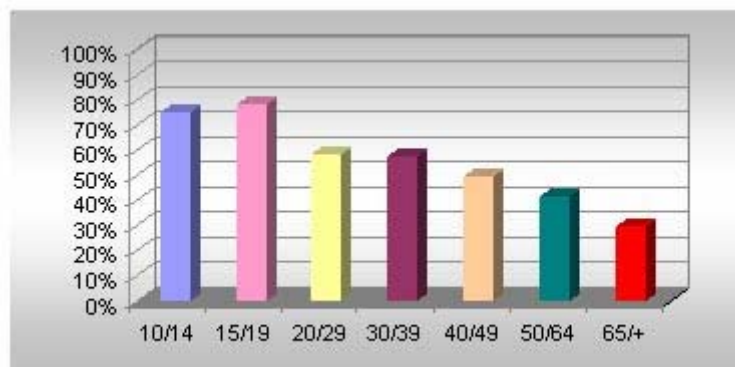
Sexo



Classe Social



Faixa Etária



Fonte: MARPLAN

9.3. Jornais

9. Segmentos de leitura

9.3. Jornais

Ao longo da década de 90, os editores de jornais do Brasil conscientizaram-se de que a imprensa não se encontrava diante de uma inexorável marcha para a obsolescência e para a extinção. Mais que isso, que a imprensa tinha e tem um futuro e que este dependia mais dos movimentos estratégicos das próprias empresas, que de fatores externos a elas.

Uma das estratégias é a preparação do leitor do futuro, o que pressupõe não apenas a melhoria dos índices nacionais de instrução, mas também a formação do hábito da leitura de jornais. O hábito é adquirido, em geral, em certos momentos críticos da vida das pessoas.

No Brasil eles podem ser identificados basicamente como:

- familiaridade com a imprensa, desde a infância, a partir de experiência doméstica com adultos que já a possuem;
- necessidade de informação diversificada e de atualidade em virtude do vestibular;
- necessidade semelhante à do caso anterior, mas em função da atividade profissional.

A essas circunstâncias soma-se uma quarta que tende ser extremamente rentável, que é o uso do jornal em apoio às atividades escolares. Como base nessas constatações e pressupostos, as empresas jornalísticas passaram a investir em programas de Jornal na Educação (vide: Capítulo 12.1.2 – II).

Também a circulação de títulos de jornais tem mostrado evolução positiva. No conjunto, circulam hoje no Brasil 467 jornais diários. Há ainda 1.780 jornais não diários, o que perfaz um total de 2.245 jornais.

A circulação média diária chegava, em 1990, a 4,276 milhões de exemplares, sendo que já em 1997 atingiu a marca de 6,892 milhões. Em 1998 registrou aumento de 3,9% e em 1999, de 1,15%, quando se chegou a 7,245 milhões de exemplares/dia, completando três anos consecutivos de aumento da circulação. Verifica-se, assim, um crescimento de 69,43% na circulação média diária dos jornais brasileiros entre 1990 e 1999.

Todos os indicadores de que dispomos levam a crer que se trata de uma tendência. Nos doze meses que se encerram a 1º de setembro/2000, foram lançados oito títulos com tiragem média superior a 100 mil exemplares. Em grande parte, os novos títulos estarão explorando nichos específicos de mercado. Há, entre eles, jornais voltados para a economia, para as atividades esportivas e, principalmente, para os estratos mais populares; o que tende a um salutar incremento de leitura por um público leitor não usual do meio "Jornal" no País.

CIRCULAÇÃO DIÁRIA MÉDIA

Ano	Exemplares/Dia (mil)	Crescimento %
1.990	4.276	
1.991	5.340	24,88
1.992	5.621	5,26
1.993	6.296	12,01
1.994	5.896	-6,35
1.995	6.551	11,10
1.996	6.472	-2,20
1.997	6.892	6,48
1.998	7.160	3,88
1.999	7.245	1,18

Fonte: IVC - Instituto Verificador de Circulação - ANJ – Associação Nacional de Jornais



Fonte: IVC - Instituto Verificador de Circulação - ANJ – Associação Nacional de Jornais

Por outro lado, embora se reconheça que ainda é baixa a circulação de jornais no Brasil, vários fatores contribuíram para a evolução positiva registrada por eles no biênio 1998/2000:

Primeiro, sem dúvida, é a qualidade, manifestada, por exemplo, na renovação da programação visual da maioria dos jornais brasileiros:

- pelo programas internos de qualidade redacional,
- pelo lançamento de produtos editoriais como cadernos temáticos, informações segmentadas e serviços de modo geral,
- pela informação implantada pela totalidade dos jornais de circulação regional e nacional
- pelo cultivo da ética e da responsabilidade social.

Sistemas sofisticados de distribuição, em especial nos jornais de maior circulação, permitem que se atinja um número cada vez maior de leitores em tempo cada vez mais reduzido. Fórmulas criativas foram adotadas na área de publicidade da maioria dos jornais brasileiros, o que se constitui no principal mecanismo capaz de evitar crises financeiras como a registrada em 1999. Novos produtos, capazes de adicionar valor ao produto final, têm sido apresentados com crescente frequência pelos jornais, com sensíveis reflexos em sua vendagem.

9.3.1. Circulação dos Principais Jornais Diário

EDIÇÃO DE JORNAIS NO BRASIL – 2000		
Periodicidade	Títulos	Gráfico
Diários	467	
Bissemanais	117	
Trissemanais	32	
Semanais	997	
Quinzenais	309	
Mensais	325	
Total	2.247	

Fonte: ABRE – Associação Brasileira de Representantes de Veículos de Comunicação

EVOLUÇÃO DA CIRCULAÇÃO BRASIL - 1993/1999				
Ano	Títulos	Circulação	Aumento	
1993	46	2.754 mil	100%	
1994	52	3.103 mil	113%	
1995	51	3.495 mil	127%	
1996	54	3.618 mil	131%	
1997	57	3.666 mil	133%	
1998	65	4.026 mil	146%	
1999	63	3.520 mil	128%	

Somente para títulos auditados pelo IVC que representam em torno de 49% do mercado

Fonte: IVC

CIRCULAÇÃO DOS TÍTULOS FILIADOS AO IVC (1.000 EXEMPLARES)

Jornal	Cidades	Média por Edição			1999		
		1997	1998	1999	2ª	3ª à SÁB	DOM
Folha de São Paulo	São Paulo	528	521	471	450	452	593
O Estado de São Paulo	São Paulo	392	370	366	351	349	467
O Globo	Rio de Janeiro	382	359	336	309	307	494
Extra	Rio de Janeiro	-	244	252	225	228	398
Correio do Povo	Porto Alegre	206	217	219	220	219	220
Zero Hora	Porto Alegre	151	162	166	154	155	232
Diário Popular	São Paulo	143	131	144	141	136	186
Agora São Paulo	São Paulo	-	-	138	142	133	163
Gazeta Mercantil	São Paulo	83	95	112	111	112	-
Lance!	Rio de Janeiro	-	51	91	110	90	74
Jornal do Brasil	Rio de Janeiro	106	101	89	79	86	113
Estado de Minas	Belo Horizonte	99	101	88	75	80	141
Gazeta do Povo	Curitiba	63	71	67	58	60	112
Correio Braziliense	Brasília	66	65	62	51	58	92
Jornal da Tarde	São Paulo	73	71	61	62	65	44
A Tarde	Salvador	62	59	55	48	46	105
Jornal do Commercio	Recife	49	52	54	46	50	81
O Liberal	Belém	48	44	43	37	38	75
O Popular	Goiânia	39	39	39	36	37	54
NH	Novo Hamburgo	40	42	39	39	39	-
Diário de Pernambuco	Recife	38	37	39	35	35	62
A Gazeta	Vitória	42	39	39	31	35	67
Folha de Pernambuco	Recife	-	33	37	49	36	28
Folha de Londrina	Londrina	42	39	36	35	35	40
Correio Popular	Campinas	42	39	35	31	32	52
Diário Catarinense	Florianópolis	35	35	34	33	32	47
Notícias Populares	São Paulo	59	51	33	34	33	32
A Tribuna	Vitória	17	27	31	31	31	33
Diário do Nordeste	Fortaleza	30	29	28	28	27	34
A Notícia	Joinville	28	27	28	27	28	31
Diário da Tarde	Belo Horizonte	31	29	27	44	24	-
Cruzeiro do Sul	Sorocaba	34	31	26	24	25	31

Diário da Região	S. J. Rio Preto	24	23	24	-	23	27
Hoje em Dia	Belo Horizonte	-	29	22	22	22	24
O Povo	Fortaleza	22	22	22	23	21	24
Jornal de Piracicaba	Piracicaba	20	19	20	20	20	22
Jornal de Santa Catarina	Blumenau	18	21	19	-	18	23
Pioneiro	Caxias do Sul	20	19	19	19	20	-
Jornal dos Sports	Rio de Janeiro	26	19	19	22	19	16
Diário Popular	Pelotas	-	17	18	17	17	20
O Estado do Paraná	Curitiba	-	14	16	-	14	25
VS	S. Leopoldo	16	17	16	16	16	-
Tribuna do Paraná	Curitiba	-	17	15	20	14	-
Correio da Paraíba	João Pessoa	13	15	15	17	13	20
O Poti	Natal	14	16	15	-	-	15
Gazeta de Alagoas	Maceió	15	15	14	-	13	18
O Estado do Maranhão	São Luís	12	13	14	13	13	16
Meio Norte	Teresina	8	10	13	13	12	13
Diário de Natal	Natal	9	11	11	-	11	-
Folha da Região	Araçatuba	9	10	10	-	10	11
Tribuna do Norte	Natal	8	11	10	9	10	14
Diário da Manhã	Goiânia	-	7	8	9	7	9
O Norte	João Pessoa	8	8	8	-	8	10
Jornal de Londrina	Londrina	9	10	8	-	8	8
O Imparcial	Pres. Prudente	9	9	8	-	8	8
Jornal de Jundiá	Jundiá	6	6	6	5	5	10
O Jornal	Maceió	4	5	5	-	5	6
Tribuna de Petrópolis	Petrópolis	5	4	4	-	3	9
O Estado	Porto Velho	4	4	4	-	4	6
O Dia	Teresina	3	4	4	4	4	4
Agora!	Teresina	-	3	3	4	3	-
Diário de Borborema	Campina Grande	2	2	2	-	1	2
Jornal da Paraíba	Campina Grande	2	2	2	-	2	3

*Fonte: IVC - Média Total Brasil (ASSINATURAS + BANCAS)

9.3.2. Perfil do Leitor

Faixa Etária

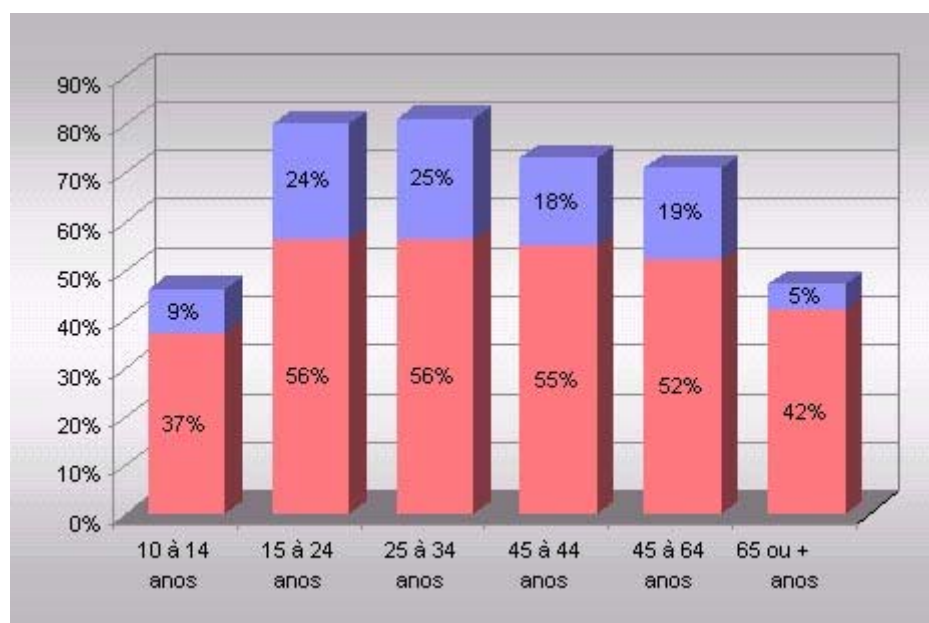
Os números mostram que o índice de leitura de jornais diários nas faixas de 15 a 24 e de 25 a

34 anos não apenas responde por uma proporção elevada do número de leitores dos jornais como apresenta alcance relativamente elevado em relação à média. É evidente que esse índice pode ser ampliado, mas não indica, como se temeria um envelhecimento da média de leitores dos jornais.

LEITURA POR FAIXA ETÁRIA

Idade	Leitor - %	Alcance no Grupo penetração %
10 a 14 anos	9	37
15 a 24 anos	24	56
25 a 34 anos	25	56
45 a 44 anos	18	55
45 a 64 anos	19	52
65 ou +	5	42
	100	

Fonte: MARPLAN / ANJ



Fonte: MARPLAN / ANJ

9.3.3. Jornais no Mundo

Leitura Per Capita Mundial

Ranking	País	Leitura per capita (1999)	Exemplares/dia por 1.000 habitantes					
			1999	1998	1997	1996	1995	1994
1	Noruega	217,2	582	588	598	592	600	610
2	Japão	210,7	573	577	580	582	576	575
3	Finlândia	165,0	452	455	453	456	464	471
4	Suécia	153,3	420	430	438	438	464	472
5	Suíça	137,2	376	377	385	357	365	372
6	Áustria	129,9	356	402	296	230	*	*

7	Islândia	124,1	340	368	*	*	*	*
8	Cingapura	121,5	333	273	380	*	345	355
9	Reino Unido	117,2	321	317	314	330	317	321
10	Alemanha	109,1	299	303	306	318	314	317
11	Dinamarca	105,1	288	300	307	311	310	315
12	Holanda	104,4	286	290	305	307	310	309
13	Luxemburgo	103,7	284	288	289	348	338	*
14	Nova Zelândia	75,2	206	223	228	*	241	*
15	Eslováquia	75,2	206	171	188	174	198	155
16	Estados Unidos	73,7	202	201	209	*	226	226
17	Estônia	69,0	189	175	178	171	155	186
18	República Tcheca	62,4	171	175	202	254	292	313
19	Austrália	60,6	166	168	174	*	*	187
20	Hungria	59,5	163	167	170	161	189	215
21	Bulgária	59,5	163	134	152	158	*	*
22	Rússia	59,1	162	141	*	*	*	54
23	Canadá	58,4	160	167	173	175	191	189
24	Bélgica	56,6	155	158	158	163	167	168
25	Irlanda	55,1	151	154	152	157	141	159
26	França	54,4	149	145	153	*	*	156
27	Letônia	47,8	131	106	115	*	129	165
28	Malásia	40,9	112	115	107	*	123	117
29	Croácia	40,2	110	112	105	110	*	101
30	Espanha	38,7	106	106	107	105	109	105
31	Itália	37,6	103	104	103	105	108	113
32	Ucrânia	30,7	84	3	*	*	*	*
33	Portugal	26,6	73	72	68	*	61	*
34	Costa Rica	26,3	72	*	*	*	*	*
35	Chipre	25,2	69	81	81	96	91	84
36	Grécia	23,0	63	64	69	78	83	85
37	Turquia	23,0	63	61	*	68	92	48
38	Filipinas	23,0	63	66	67	*	*	*
39	Argentina	20,4	56	62	67	68	67	73
40	Brasil	16,4	45	44	45	42	42	38

* Dados não disponíveis

Fonte: Associação Mundial de Jornais – Análise: GISMARKET

O baixo índice de circulação de jornais no Brasil (45 exemplares/dia por 1000 habitantes

contra os 582 da Noruega; ou mesmo 56 da Argentina) decorre de fatores como nível educacional, a distribuição de renda e a composição etária do país.

Também a distância física entre os municípios produtores e o mercado de modo geral, influenciam em muito esta performance pois, sendo o jornal um meio de leitura diário, não justifica a sua distribuição para locais longínquos (o custo é muito alto).

Desta forma, se analisarmos a leitura per capita no Brasil, que é de 16,4 jornais/ano, na Argentina de 20,4 e na Itália de 37,6, podemos concluir que não estamos tão ruins neste quesito.