

13ª JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

O MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO E O PERFIL DO LEITOR

¹ May Linn Liao Amorelli (IC-UNIRIO); ²Nina Reis Saroldi (orientadora)

1 – Curso de Bacharelado em Engenharia de Produção; Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

2 – Departamento de Engenharia de Produção – CCET; Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

Apoio Financeiro: IC – UNIRIO

Palavras-chave: Mercado Editorial – Perfil – Leitor.

INTRODUÇÃO

Através dos registros escritos descobrimos culturas, histórias e hábitos diferentes, compreendemos a realidade, o sentido real das ideias. Diante deste fato, sabe-se que o hábito da leitura é essencial para todos os países, classes e etnias. O hábito da leitura deve ser estimulado desde a infância, as pessoas devem aprender a ler por prazer, sendo assim, na fase adulta este hábito não será perdido, e apesar da correria do dia a dia sempre haverá um tempo para ler. Dedicar algumas horas do dia para a leitura é de extrema importância, assim a pessoa relaxa, abre a mente, desenvolve a criatividade e adquire cultura.

O fácil acesso à tecnologia moderna fez com que muitas pessoas deixassem a literatura de lado. Por causa disso muitos jovens têm o vocabulário pobre, e menor retenção de atenção para enredos longos. A vida social nas redes é um grande adversário da literatura, muitas vezes o indivíduo fica horas em frente ao computador sem fazer realmente algo que vá lhe trazer benefícios, ou seja, desperdiçando tempo útil ao invés de estar lendo um livro e adquirindo informações.

Uma questão importante a ser comentada é a inserção da tecnologia na própria literatura, os chamados e-books. E-book é uma abreviação de “Eletronic Book” ou “Livro Eletrônico”. Através do E-Book o livro é disponibilizado para o leitor em modelo digitalizado. Aparentemente os e-books possuem inúmeras vantagens em relação aos livros impressos. Por exemplo, são facilmente transportados em CD-ROMs, pen-drives e cartões de memória. Como se encontra no formato digital pode ser transmitido rapidamente por meio da Internet. O custo de produção é bastante inferior ao custo de produção de um livro impresso, porém é preciso analisar a realidade de cada país. No Brasil, ainda há necessidade de muita inovação tecnológica e um pesado investimento das empresas editoriais em tecnologia e profissionais capacitados, o que acaba encarecendo o produto.

Apesar dos inúmeros desafios, o mercado editorial brasileiro vem crescendo ao longo dos anos. Um levantamento feito pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe), sob encomenda do Sindicato Nacional dos Editores de Livros (Snel) e da Câmara Brasileira do Livro (CBL), indica que o setor cresceu 7,36% em faturamento em 2011, na comparação com 2010, para R\$ 4,84 bilhões.

OBJETIVO

O mercado editorial brasileiro é uma espécie de “caixa-preta”, já que as editoras temem expor seus verdadeiros números e serem prejudicadas por isso. Sendo assim, muitas editoras “maquiam” seus resultados ao divulgá-los. Por essa razão, são poucas as informações disponíveis sobre o mercado editorial brasileiro, e as poucas que possuímos não são consolidadas e nem totalmente confiáveis. Este projeto tem o objetivo de contribuir para a difusão das informações sobre esse mercado, e para tanto pretende questionar leitores, editores e livreiros.

METODOLOGIA

A metodologia aplicada nesse estudo sobre o perfil do leitor foi o de pesquisa de campo através de entrevistas com os leitores do município do Rio de Janeiro. Foi utilizado um questionário padronizado formulado pelo bolsista abordando questões como o a existência ou não do hábito de leitura, quem o influenciou a ler, e-books, entre outras, com as seguintes perguntas:

- 1) O hábito da leitura proporciona ao leitor maior concentração no que faz, cultura e informação, com isso a sua situação socioeconômica tende a melhorar. Você concorda com esta afirmação? Por que?
- 2) Quantos livros lê por ano? E por que não lê mais do que a quantidade que relatou?
- 3) Qual gênero literário costuma ler?
- 4) Quando criança foi influenciado a ter o hábito de ler? Se foi, por quem?
- 5) Você costuma comprar um livro porque ele está em destaque ou prefere procurar um que não seja “modinha”?
- 6) Você já comprou algum livro pela internet? O que achou da experiência?
- 7) Já comprou um e-book? Se sim, o que achou do novo meio de leitura?
- 8) Você acha interessante presentear alguém com um livro? Por que?

RESULTADOS

Esta pesquisa busca encontrar resultados a partir dos questionários e comparações com a pesquisa “Retratos da leitura no Brasil”, de 2012, feita pelo Snel (Sindicato Nacional dos Editores de Livro), além disso, buscamos identificar as barreiras para o crescimento do hábito da leitura no Brasil e as ações efetivas no fomento à leitura.



13ª JORNADA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

Foram feitas entrevistas com 83 leitores e, com o auxílio da Profa. Andrea Bonifácio, através de cálculos estatísticos, foi possível obter uma amostragem válida para o município do Rio de Janeiro. Finalizaremos o projeto expondo o resultado esperado por meio de gráficos, planilhas e/ou tabelas.

CONCLUSÃO

O projeto de Iniciação Científica “O mercado Editorial Brasileiro e o perfil do leitor.” tem como objetivo a identificação do leitor brasileiro, seus hábitos, a opinião sobre o novo meio de leitura e-book, e os problemas do mercado editorial. Dessa forma, visamos entender a raiz dos problemas que cercam o acesso à leitura e fornecer dados que possam melhorar a estrutura do próprio mercado e da produção de livros no país.

REFERÊNCIAS

Retratos da leitura no Brasil Pesquisa de 2012 <<http://www.snel.org.br/dados-do-setor/retratos-da-leitura-no-brasil/> > Acessado em 22 de fevereiro de 2013.

Mercado editorial brasileiro cresce 7,36% em 2011

< <http://www.culturaemercado.com.br/mercado/mercado-editorial-brasileiro-cresce-736-em-2011/> > Acessado em 22 de fevereiro de 2013.

A Economia da Cadeia Produtiva do Livro

< http://ww2.ie.ufrj.br/hpp/intranet/pdfs/ebook_a_economia_da_cadeia_produtiva_do_livro.pdf > Acessado em 14 de maio de 2014.