****

**GESTÃO EM MARKETING**

**CONSUMIDOR LITERÁRIO**

**SUAS CARACTERÍSTICAS, COMPORTAMENTOS E NECESSIDADES**

Madeline Sampaio

Pedro César
Tiago Sirillo

**Fortaleza**

**2013**

**SUMÁRIO**

**INTRODUÇÃO**.......................................................................................................................**03**

**1. LITERATURA**....................................................................................................................**04**

**2. SETOR EDITORIAL.**........................................................................................................**06**

**3. CARACTERÍSTICAS DO LEITOR**................................................................................**07**

3.1. Características........................................................................................................**07**

3.2. Tipos de leitor.........................................................................................................**08**

**4. COMPORTAMENTO DO LEITOR**................................................................................**10**

4.1. Os diferentes tipos de comportamento...................................................................**10**

4.2. A motivação do comportamento............................................................................**11**

4.3. O “ritual do livro novo”.........................................................................................**12**

**5. A BUSCA POR PUBLICAÇÕES LITERÁRIAS**............................................................**13**

5.1. Procura por gêneros literários baseado na faixa etária...........................................**13**

5.2. Procura por gêneros literários baseado no gênero..................................................**13**

5.3. Obras não-ficcionais e acadêmicas........................................................................**14**

**6. OS LEITORES COMO PÚBLICO ALVO**......................................................................**15**

6.1. O que há no mercado para este público?................................................................**15**

6.2. A rede social SKOOB............................................................................................**16**

6.3. Pontos negativos.....................................................................................................**16**

**CONCLUSÃO**.........................................................................................................................**18**

**INTRODUÇÃO**

Assim como todos os outros grupos de consumidores existentes no mercado atual, o consumidor literário se caracteriza e se comporta de diferentes modos que os definem como tais. Apesar de ainda ser um grupo muito limitado dentro do nosso país, por causa do baixo interesse e incentivo à leitura pelo brasileiro, é possível identificar e classificar este grupo e seus comportamentos em variados segmentos que vão desde sua faixa etária em relação aos gêneros literários, até a necessidade intrínseca e extrínseca do consumidor.

Este trabalho tem como finalidade explorar, identificar e explanar estas características e comportamentos, analisar seus diferenciais e natureza de necessidades, e apontar de que maneira o mercado literário – entre outros – os atinge.

**1. LITERATURA**

A literatura (do latim “litteris” que significa “Letras”) é a arte da escrita, sendo classificada como o sexto manifesto artístico existente. Relacionada diretamente com a habilidade de escrever e compor de maneira gramatical, retórica e poética, a literatura divide-se em três segmentos textuais, categorizados como Formas Literárias. São elas:

**Poesia:** Uma das mais antigas formas literárias, a poesia trata-se de um arranjo harmônico das palavras, geralmente organizada em versos que se caracterizam pela escolha precisa de palavras de acordo com seus valores semânticos, sendo possível a ocorrência de rima.

**Prosa:** A prosa diferencia-se da poesia pela ausência de verso, pela existência de parágrafos e por condizer mais fielmente à realidade em sua narrativa. Subdivide-se geralmente pelo tamanho, forma e complexidade, de acordo com seu gênero.

**Peça Teatral:** O teatro trata-se de uma forma literária clássica composta de falas de um ou mais personagens, individuais ou coletivos, cuja finalidade é não apenas ser lida, mas encenada. Seus gêneros variaram com o passar do tempo, havendo inovações textuais, como peças em prosa e roteiros cinematográficos.

Elas podem ser:

* [Tragédia](http://pt.wikipedia.org/wiki/Trag%C3%A9dia)
* [Drama](http://pt.wikipedia.org/wiki/Drama)
* [Comédia](http://pt.wikipedia.org/wiki/Com%C3%A9dia)
* [Ópera](http://pt.wikipedia.org/wiki/%C3%93pera)

A literatura não está apenas voltada para a arte da prosa e da poesia, como também é considerado literário todo e qualquer texto voltado a um determinado campo de atuação, tais como medicina, política, engenharia, entre outros.

**Categorias de gênero literário**

Dentro do campo da literatura, os tipos de livros dividem-se em três categorias: Ficcional, Não-Ficcional e Acadêmico que agrupam diferentes gêneros.

**Ficcionais:**

* Romance
* Suspense
* Terror
* Romance Policial
* Ficção Científica
* Fantasia e Aventura
* Erotismo

**Não-Ficcionais:**

* Autoajuda
* Reflexão
* Históricos
* Biografias
* Guias
* Manuais
* Crônicas

**Acadêmicos:**

* Didáticos
* Científicos

Os gêneros ficcionais podem ser inseridos dentro de cinco diferentes categorias, que se diferenciam por definição de faixa etária ao qual o autor da obra visa atingir. São elas:

* **Infantil:** Livros educativos voltados ao público infantil de 2 à 7 anos.
* **Infanto-Juvenil:** voltados à crianças entre 8 á 13 anos, cujos gêneros são Fantasia & Aventura e Ficção Científica
* **Young Adult (ou Jovens Adultos):** Livros de caráter pouco explícito, separam-se de Literatura Infanto-Juvenil por deixar de lado a ingenuidade dos protagonistas e concentrar-se em temáticas mais adultas. Feitos para adolescentes e jovens adultos entre 14 e 21 anos, abordam temas como Identidade, Sexualidade e Status Social, porém mantendo a classificação indicativa. Seus gêneros classificados são: Fantasia & Aventura, Ficção Científica, Romance e Terror.
* **New Adult (ou Novos Adultos):** Visando públicos mais adultos, a categoria New Adult caracteriza-se por seu conteúdo explícito a respeito de temáticas como Sexualidade, Violência, Identidade Social, entre outros. Dentre seus gêneros, pode se destacar: Romance, Erotismo e Romance Policial.
* **Mature Adult (ou simplesmente Adultos):** De caráter totalmente explícito, o Mature Adult atinge a mesma faixa etária que o New Adult, mas seus leitores buscam neles a abertura a assuntos polêmicos, dos quais falam sem pudor sobre assuntos como Violência e Sexualidade. Entre seus gêneros, destacam-se mais fortemente o Romance Erótico e Suspense.
* **Chick-Lit:** Trata-se de um gênero ficção dentro da ficção feminina, que aborda as questões das mulheres modernas. Chick-Lits são romances leves, divertidos e charmosos, que são o retrato da mulher moderna, independente, culta e audaciosa.

**2. SETOR EDITORIAL**

A editoração é o gerenciamento da produção de publicações, sejam de caráter periódico ou não periódico, tais como livros, revistas, boletins, prospectos, almanaques, entre outros. Esse processo é realizado pelas Editoras, que podem vir a ser uma empresa ou uma associação sem fins lucrativos, que coordena a edição e publicação de obras literárias, discográficas e impressos.

Geralmente as Editoras se especializam dentro de um tipo de publicação (livros, por exemplo) e uma área de atuação dentro desta (livros didáticos, livros infantis, livros acadêmicos), e são geralmente quem cobrem todos os custos de produção, distribuição e divulgação.

Uma característica importante deste mercado é a falta de dados atualizados e com elevado grau de confiabilidade sobre produção, venda e consumo do livro. Desde 1991 a CBL (Câmara Brasileira do Livro) e o SNEL (Sindicato Nacional dos Editores de Livros) patrocinam a pesquisa Produção e Vendas do Setor Editorial Brasileiro. A partir de 2007 a FIPE (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas) da USP foi contratada e é a responsável pela pesquisa.

Entre novembro de 2010 e abril de 2011 a FIPE realizou a pesquisa O Censo do Livro (dados referentes a 2009). Seguem alguns números: existem no Brasil 498 editoras. A definição de editora é a da UNESCO: edição de pelo menos cinco títulos no ano e produção de cinco mil exemplares.

Mas, o que representa o mercado do livro na economia do país? Os números do PIB são a melhor comparação. O PIB brasileiro em 2009 foi de 3,143 trilhões de reais. Como o mercado do livro foi de 4,16 bilhões de reais, este nosso mercado representou 0,13% do PIB. Para 2010 os números foram: PIB 3,675 trilhões de reais. Mercado do livro de 4,50 bilhões de reais, o que representou 0,12% do PIB.

Outro dado interessante é a relação livro/habitante. A população do Brasil em 2010 era de 190.755.799 habitantes. Nesse mesmo ano foram vendidos, somente para mercado, 258.697.092 exemplares. Portanto, tem-se a média de 1,36 livros comprados por habitante.

**3. CARACTERÍSTICAS DO LEITOR**

Desde os primeiros anos no colégio, nós somos incentivados a leitura, ela nos é apresentada então na forma de livros acadêmicos que fazem parte da vida colegial de todos nós. Esses livros falam um pouco sobre temas comuns a sociedade como ciências, estudos sociais, matemática e até a nossa própria língua portuguesa. É a partir desse ponto que nós podemos experimentar a sensação de se aventurar em um bom livro e absorver o que de bom a leitura pode nos oferecer.

Ainda no ensino médio também temos outros exemplos de incentivos a leitura atrelados ao fator escola, são autores como Machado de Assis, Manuel Bandeira, Cecília Meireles, Lima Barreto entre outros grandes. Porque então, mesmo tendo essa certa iniciação, as pessoas ainda lêem cada vez menos em nosso país?

Essa falta de interesse faz com que o Brasil exiba um número vergonhoso: o de índice de 1,8 livros vendidos por pessoa ao ano. Além de questões subjetivas, como o estímulo da escola e da família à leitura desde os primeiros anos de alfabetização, muitos alegam que deixam de ler porque não podem comprar um livro, devido ao seu preço elevado. É um ciclo vicioso: as pessoas dizem que não compram livros porque são caros, mas também custam caro porque há poucos compradores de livros.

Com nosso país envolto na desigualdade social que nos é sabida desde sempre, pode-se justificar a falta de condições financeiras de uns para não ter acesso a leitura, mas essa justificativa não é tão plausível pois temos outras maneiras de se ter contato com bons livros que não seja por meio da compra do mesmo: existem bibliotecas nas escolas, nas faculdades e até bibliotecas públicas, como a biblioteca governador Menezes Pimentel, que muitos não sabem é a nossa biblioteca pública de Fortaleza.

Ainda somos atrasados em quanto ao valor que um livro tem, e o que ele pode nos oferecer a exemplo de informação, cultura, história, fantasia e tantos outros temas em que se pode encontrar em um livro, há de se duvidar que seja por acomodação ou por pura falta de interesse. O correto seria dar uma chance a esse companheiro que não só nas horas vagas, mas em muitas horas nos pode fazer companhia sem nenhum interesse. Como se sabe muito bem: Quem mal lê, mal ouve, mal fala, mal vê.

**3.1. CARACTERÍSTICAS**

O grupo dos consumidores de livros é um grupo social que engloba pessoas de diferentes faixas etárias, gênero ou classe social, cujo interesse em comum é o apreço pela leitura. Estes podem se dividir em subgrupos de interesse variados classificados por gênero literário, que podem ser definidos por idade, cultura, nível cultural ou acadêmico, profissão, entre outros.

Entre as razões que leva um indivíduo à prática da leitura, podemos citar:

* Necessidades estudantis, acadêmicas e profissionais;
* Busca por conhecimento;
* Busca por informação adequada;
* Prazer.

**3.2. TIPOS DE LEITOR**

Dentre suas características também é possível citar os diferentes tipos de leitor e suas formas de se portar mediante a leitura. São eles o leitor Contemplativo, Movente e Imersivo.

**Contemplativo:**

Desde Idade Média, quando se instituiu que as leituras nas bibliotecas seriam feitas em silêncio, uma grande mudança ocorreu no processo de entendimento de um texto: depois de séculos a leitura passaria a ser algo muito mais íntimo e pessoal, sem a presença de um orador, sem interferências externas, e apenas feita pelo movimento dos olhos e o virar das páginas. É nesse momento que nasce o leitor contemplativo.

 Esse tipo de leitor se isenta de situações mundanas para se concentrar na leitura, numa atividade solitária, que pode ser interrompida para reflexão, retornada, feita novamente por dezenas de vezes até que o entendimento seja feito do modo desejado. É o leitor que procurou o isolamento para absorção do conteúdo, que não se preocupa com quanto tempo faz que esteja lendo nem tem pressa pra terminar. Da mesma maneira poderiam “ler” quadros ou esculturas numa galeria ou admirar e perceber a arquitetura que o cerca.Embora a leitura da escrita de um livro seja, de fato, sequencial, a solidez do objeto livro permite idas e vindas, retornos, re-significações. Um livro, um quadro exige do leitor a lentidão de uma dedicação em que o tempo não conta.

O Leitor contemplativo como consumidor adquire a característica de ter seu próprio acervo, ou seja, ele faz com que a leitura seja um ritual apreciado em todos os momentos desde a compra do livro a leitura em si, podendo ser repetida quantas vezes ele achar necessário. Tem muitos livros, como já dito, tenta montar sua própria biblioteca e a sua relação com os livros vai muito além da simples leitura. É quase um ritual, uma comunhão de pensamentos entre ele e o livro.

**Movente, Fragmentado:**

É o leitor que surge pós Revolução Industrial. Aquele que viu as locomotivas trazendo esperanças em formato de produtos produzidos em grande escala, que ganharam horários rígidos nas fábricas e que tudo isso, junto com o cinema, a luz elétrica, o telégrafo, depois os jornais, revistas e tudo que poderia cercar as pessoas com informações. Todos os lugares tinham textos que acendiam e apagavam nos luminosos dos estabelecimentos comerciais dos mais diversos tipos, além de cartazes de propaganda, rótulos de produtos, fachadas, automóveis, placas de sinalização. Médicos, veterinários e advogados viraram produtos também. Os centros comerciais, as ruas e os *boulevards* passaram a ser grandes vitrines com todo tipo de informação, que é lida rapidamente e sem intimidade, numa batida de olhos, onde pessoas passam a todo o momento praticamente que despercebidas, entre o leitor e elas, que também podem ser leitores desse tipo.

Imagens e textos que seduzem e fazem produtos serem vendidos ou simplesmente desejados. Todo mundo (leitores moventes) lendo tudo ao redor, rapidamente e com menos concentração e com a pressa que a vida pós Revolução Industrial foi emprestando pra todos. É o leitor intermediário entre o contemplativo e o imersivo. A relação dele com o livro é bem banal. Para ele, adquirir a informação é o mais importante. Saber o que acontece no seu mundo e no mundo ao seu redor é o que o motiva a ler. Praticamente um aspirador de informação, as habilidades desse tipo de leitor são inquestionáveis, pois ele é capaz de conviver com os diferentes signos, além da velocidade e da intensidade que as imagens e da informação circula nesse universo. A flexibilidade desse segundo tipo de leitor abriu caminho para o tipo de leitor mais recente, o imersivo. Isto é, ele esteve preparando a sensibilidade perceptiva humana, para o surgimento do leitor imersivo.

**Imersivo, virtual:**

Com todos os aparatos digitais e possibilidades, não é difícil de imaginar como é esse tipo de leitor. Nada de rolos de papel como na Antiguidade, nem de grandes blocos de papel, nada de ordem para ler. O leitor imersivo está a todo tempo em prontidão para receber e ler novas informações, traçar seu próprio caminho em navegações lineares ou multilineares.

O leitor imersivo pode ser identificado como aquele que está em constante estado de prontidão, conectando-se num roteiro multilinear. Na era da informação ele é o leitor virtual, procura estar dentro deste mundo on-line absorvendo tudo de maneira vertiginosa e rápida, é leitor de e-books, e não se atem muito a leitura física.

**4. COMPORTAMENTO DO LEITOR**

**4.1. OS DIFERENTES TIPOS DE COMPORTAMENTOS**

Assim como em qualquer outro grupo de consumidores, os consumidores literários possuem diferentes hábitos quanto à forma de praticar o que lhes proporciona prazer.

Como exemplo, podemos ressaltar um grupo muito peculiar que além de possuir (assim como os outros membros dessa categoria) o hábito da leitura, vão além e sentem a necessidade de criar, escrevendo livros que partem da sua experiência como leitores ou de sua imaginação, muitas vezes alimentada através dos livros que lêem. Esse material produzido por esse grupo é conhecido como *Fanfic,* que é a abreviação do termo inglês “Fan Fiction”, ou seja, ficção criada por fãs.

Mas mesmo havendo diversas peculiaridades entre os diferentes tipos de leitores, existem ainda algumas características que os tornam compatíveis e parecidos, mesmo estando respectivamente definidos dentro de seus grupos, e são algumas delas:

* Ler com frequência;
* Ler livros virtuais, conhecidos popularmente como *E-books*;
* Adquirir livros por meio de compras ou trocas (novos ou seminovos)
* Socializar critérios de escolha e de apreciação estética de leituras;
* Ler trechos de textos de que gostou para colegas;
* Procurar materiais de leitura regularmente;
* Zelar por diferentes materiais de leitura;
* Frequentar bibliotecas e livrarias;
* Comentar com outros o que se está lendo;
* Compartilhar a leitura com outros;
* Recomendar livros ou outras leituras que considera valiosas;
* Comparar o que se leu com outras obras do mesmo ou de outros autores;
* Contrastar informações provenientes de diferentes fontes sobre um tema de interesse;
* Confrontar com outros leitores as interpretações geradas por uma leitura;
* Realizar a leitura de maneira a acompanhar um autor preferido;
* Atrever-se a ler textos difíceis, entre outros.

De uma forma geral, podemos dizer que “Comportamento”, seja embora muitas vezes parecido entre muitos, é algo individual e imprevisível, uma vez que cada indivíduo tem uma reação diferente diante de situações que lhes são impostas em seu dia a dia. O que se pode traçar é um perfil desses indivíduos, baseado em informações sobre como, na maioria das vezes, eles tendem a agir em determinadas ocasiões.

**4.2. A MOTIVAÇÃO DO COMPORTAMENTO**

Cada diferente comportamento de cada participante deste grupo de pessoas tem uma explicação lógica ou filosófica, baseada em seus interesses, ideais ou formação cultural.

**Leitores convencionais:** Seu interesse em livros se resume unicamente em livros dos quais podem tocar, cheirar e desfrutar de páginas manualmente.

**Frequentadores de bibliotecas:** Pessoas com grande interesse e atração por acervos públicos, cujas motivações podem variar desde razões econômicas a filosóficas. Geralmente se sente à vontade próximas a livros envelhecidos e chegam a apreciar o aroma de páginas antigas e amareladas.

**Frequentadores de livrarias:** Ao contrário dos freqüentadores assíduos de bibliotecas, os freqüentadores de livrarias possuem o hábito e a necessidade de checar as novidades literárias e estar perto de edições recém-lançadas, seja para comprar ou simplesmente se divertir no ambiente, desfrutando as opções atualmente oferecidas pelos estabelecimentos.

**Colecionadores:** Adeptos da leitura convencional, estas pessoas não apenas lêem livros, como também os colecionam. Tem como objetivo montar seu próprio acervo literário, conservado impecavelmente para desfrute pessoal ou de futuras gerações, a par de que, no futuro (talvez ainda distante), quando livros de papel deixar de ser fabricados, ainda haja exemplares convencionais. Seu interesse em livros virtuais é limitado, podendo seu consumo de e-books ser pouco ou nenhum.

**Consumidores de sebos:** Também adeptos da leitura convencional, os freqüentadores de sebos estão mais interessados no ato da leitura e do consumo literário propriamente dito do que na aquisição do livro, o que torna tais estabelecimentos de total importância para eles, uma vez que livros usados são mais baratos e há a possibilidade de trocas e vendas. Para estas pessoas, bons livros são aqueles que foram lidos muitas vezes por muitas pessoas.

**Consumidores online:** Com motivos que variam entre praticidade e economia, os consumidores online muitas vezes preferem adquirir um livro novo, seja ele convencional ou e-book, do conforto de sua casa. No entanto, para muitos dos que consomem livros convencionais e têm apreço por livrarias, os altos preços de tais estabelecimentos tornam o consumo online para estes uma escolha mais viável.

**Leitores virtuais:** Diferente dos leitores convencionais, o leitor virtual prefere a praticidade, a facilidade, o conforto e muitas vezes a economia de um e-book, e tem pouco ou nenhum interesse em ler ou colecionar livros de papel. Seja por questões econômicas ou simplesmente por não gostar de acumular papéis na estante, estes buscam manter seu acervo literário apenas em seus aparelhos eletrônicos, como *tablets*, celulares e computadores, de modo que facilite sua vida ao se deslocar e poder ler com mais praticidade em todos os lugares.

Vale enfatizar que nem todos os leitores se adéquam unicamente a uma característica comportamental, muitas vezes se encaixando em mais de um comportamento citado acima, podendo também seus interesses variar por diferentes razões, tais como praticidade, questões financeiras, entre outros.

**4.3. O “RITUAL DO LIVRO NOVO”**

Leitores de livros convencionais, e muitas vezes também os virtuais costumam ter comportamentos peculiares na hora de comprar ou ler seu livro. Na hora de ler, alguns leitores de livros convencionais, e também digitais, costumam ler a primeira e a última página do livro antes de lê-lo realmente. É muitas vezes um comportamento impensado e automático.

Outros vão mais além e praticam o que é conhecido como “ritual do livro novo”, praticado unicamente por leitores de livros convencionais. O Ritual do Livro Novo se divide em quatro etapas:

**1º:** O leitor primeiramente desembala seu livro, analisa a capa e lê os agradecimentos e o prólogo.

**2º:** Ele o coloca na estante, em um local que fique destacado e visível, e o admira por alguns segundos.

**3º:** Ele retira da estante e o cheira (o cheiro de livro novo compara-se a este grupo como o cheiro de carro novo).

**4º:** E finalmente dá inicio à leitura.

São estes comportamentos, diferentes e peculiares que dão a este grupo de pessoas, interessadas em leitura, um aspecto tão interessante e magnífico.

**5. A BUSCA POR PUBLICAÇÕES LITERÁRIAS**

A procura por publicações literárias, sejam elas ficcionais, não-ficcionais ou acadêmicas podem variar de acordo com a faixa etária, gosto ou necessidade do leitor.

**5.1. PROCURA POR GÊNEROS LITERÁRIOS BASEADO NA FAIXA ETÁRIA**

**Entre 2 a 7 anos:** Literatura infantil

Livros infantis que contém gravuras e com temáticas educativas, livros com páginas para colorir e revistas em quadrinhos.

*Ex: Revistas da Turma da Mônica, A Chapeuzinho Vermelho, etc.*

**Entre 8 a 13 anos:** Literatura infanto-juvenil

Gêneros Fantasia & Aventura e Ficção Científica.

*Ex: Harry Potter (J.K. Rowling), As Crônicas de Nárnia (C.S. Lewis), O Senhor dos Anéis (J.R.R. Tolkien)*

**Entre 14 e 21 anos:** Literatura Juvenil “Young Adult”

Gêneros Fantasia & Aventura, Ficção Científica, Romance e Terror

*Ex: O Diário da Princesa (Meg Cabot), Jogos Vorazes (Suzanne Collins), a Saga Crepúsculo (Stephenie Meyer)*

**Entre 22 e 30 ou mais:** Literatura Adulta “New Adult” e “Mature Adult”

 Gêneros: Romance, Erotismo e Romance Policial.

*Ex: É Fácil Matar (Agatha Christie), A Menina Que Roubava Livros (Markus Zuzak), Cinquenta Tons de Cinza (E.L. James)*

**Entre 50 ou mais:** Clássicos da Literatura e Reflexão

Clássicos da Literatura brasileira ou internacional, Romances e Livros para reflexão.

*Ex: Dom Casmurro (Machado de Assis), Orgulho e Preconceito (Jane Austen), A Cabana (William P. Young).*

**5.2. PROCURA POR GÊNEROS LITERÁRIOS BASEADO NO GÊNERO**

**Feminino:**
Romances, Erotismo, Reflexão, e romances “Chick-Lit”

*Ex: O Diário de Bridget Jones (*[*Helen Fielding*](http://pt.wikipedia.org/w/index.php?title=Helen_Fielding&action=edit&redlink=1)*), Um Amor Para Recordar (Nicholas Sparks), Série Gossip Girl (*[*Cecily von Ziegesar*](http://pt.wikipedia.org/wiki/Cecily_von_Ziegesar)*)*

**Masculino:**
Suspense, Romance Policial, Ficção Científica

*Ex: O Código da Vinci (Dan Brown), Viagem ao Centro da Terra (Júlio Verne), Você Está Sendo Vigiado (Gregg Hurwitz)*

**5.3. OBRAS NÃO-FICCIONAIS E ACADÊMICAS**

**Baseado em formação acadêmica e profissional:**

Livros científicos, voltados para a área de atuação de interesse do leitor.

*Ex: Estratégias de Marketing (Jack Trout)*

**Baseado em cultura ou formação cultural:**

Livros Históricos, Religiosos, Reflexivos.

*Ex: A Era de Napoleão (Alistair Horne)*

**Baseado em Hobbies e Interesses:**

Biografias, Livros sobre viagens, arte, culinária, etc.

*Ex: As Melhores Viagens do Mundo (Dorling Kindersley)*

**Baseado em Psicologia e Autoconhecimento:**

Livros de Antropologia, Livros de Autoajuda, etc

*Ex:* [*O Poder do Subconsciente (*](http://www.livrariasaraiva.com.br/produto/4642275/o-poder-do-subconsciente/)*Joseph Murphy)*

**6. OS LEITORES COMO PÚBLICO-ALVO**

O consumidor literário, apesar de sua contribuição dentro do Brasil ainda ser muito pouca por conta da baixa procura por livros atualmente, é visto como um público de interesse pelo mercado das publicações e vendas de livros. Dentro deste segmento há diversos produtos e serviços a serem oferecidos para os amantes da leitura.

**6.1. O QUE HÁ NO MERCADO PARA ESTE PÚBLICO?**

Dentre os produtos e serviços oferecidos pelo mercado literário a este grupo de consumidores, podemos destacar alguns.

**Livros:**

Entre os diferentes tipos de livros voltados para atender as diferentes necessidades de seu público alvo, pode-se destacar:

* **Livros convencionais:** os mais comuns, feitos de papel e vendidos em livrarias.
* **E-books:** livros digitais para ler em dispositivos eletrônicos.
* **Audiobooks:** versão falada de livros convencionais, voltados para pessoas com problemas auditivos.
* **Edições de bolso:** edições menores que podem ser levadas para todos os lugares.

**Estabelecimentos:**

Dentre os diferentes estabelecimentos onde há a oferta e demanda de livros, podemos citar:

* **Livrarias:** Estas estão cada vez mais aprimoradas, visando oferecer aos leitores um melhor serviço, que varia desde um bom atendimento, aviso on-line de novas edições lançadas, reserva de livros no local da compra, compra adiantada, acesso à internet, lanchonete, produtos extras como revistas, CD’s e DVD’s, além da quantidade e adversidade de livros, que varia conforme o interesse do leitor.
* **Bibliotecas:** Apesar de cada vez menos freqüentada nos dias atuais, as bibliotecas públicas ainda mantém seus acervos em determinados locais das cidades, assim como em estabelecimentos privados.
* **Sebos:** Procuradas geralmente por quem busca economia, estes locais fazem vendas de baixo custo e trocas de livros usados ou seminovos.

**Serviços:**

Entre os serviços mais comuns e os mais procurados atualmente, citamos:

* **Livrarias online:** os grandes mercados online, como a Submarino e as Lojas Americanas, ou outras livrarias que existem fisicamente ou apenas no campo virtual, oferecem promoções de livros a baixo custo, que variam de acordo com a demanda e a época do ano. Nelas estão incluídos todos os tipos de livros citados anteriormente.
* **Redes Sociais, Fóruns e Páginas:** Apesar de pouco comentadas fora da internet, há bastantes páginas, fóruns e locais de acesso voltados ao público leitor, como os blogs, sites e as páginas no Facebook. Entre estes, podemos citar o SKOOB, uma rede social desenvolvida para uso do leitor.
* **Serviços de restauração e encapamento de livros:** Este serviço está no mercado a algum tempo, mas nem todas as pessoas conhecem ou procuram por ele. No entanto se torna muito útil para quem deseja restaurar ou encapar um exemplar convencional, de modo que volte a ser como era antes. Pode ser encontrado em estabelecimentos de diferentes pontos da cidade.
* **Estantes personalizadas:** Este serviço tem se tornado mais comum atualmente, principalmente fora do país. No Brasil, empresas de fabricação de móveis personalizados oferecem o serviço de avaliação, desenvolvimento e construção de estantes a gosto do cliente.

**6.2. A REDE SOCIAL SKOOB**

O SKOOB trata-se de uma rede social cujo intuito é reunir as pessoas interessadas em leitura, e que permite ao leitor montar sua própria estante virtual dentro de sua conta, criar uma meta de leitura e também relatar todos os livros que já leu, que gostaria de ler, que possui e que deseja. O SKOOB também possui um sistema de trocas, onde pessoas de diferentes lugares podem se conectar e trocar livros convencionais de seu interesse uns com os outros, com o auxílio do próprio site. Além disso, o site possui parceria com editoras, e sorteia novas publicações entre os membros da rede.

**6.3. PONTOS NEGATIVOS**

Fica fácil atribuir que o brasileiro não tem o hábito da leitura para justificar as dificuldades em nosso país. O fato de que as vertentes desta pesquisa partiram de uma analise singular de cada comportamento em diferentes locais, porque não havia uma pesquisa completa a respeito deste grupo de consumidores, é um exemplo. Mas, outras variáveis também exercem influência, como por exemplo, o preço final do livro, o tempo disponível que as pessoas têm para esta finalidade, o marketing praticamente inexistente, entre outros, que faz do mercado literário brasileiro um dos piores do mundo.

O preço final de um livro é a maior reclamação por parte dos consumidores, uma vez que, por conta de juros altíssimos, uma publicação de capa mole chega a custar três vezes mais em nosso país do que uma capa dura custa em seu país de origem e adjacentes.

Outro ponto negativo a ser melhorado está no serviço de livrarias online. Algumas não se atêm ao prazo de entrega do produto e atrasam, o que gera desconforto e insatisfação para o consumidor. E muitas vezes os produtos chegam a vir trocados ou com defeitos, e os parâmetros de correção por parte das empresas dificulta muito mais do que facilita ao usuário deste serviço.

Destaca-se também como ponto negativo, na área de publicação, que tem sido alvo de reclamações de leitores em fóruns e redes sociais, a pouca fidelidade aos exemplares originais nas traduções de livros internacionais por parte das editoras. Muitos modificam, acrescentam, retiram ou regionalizam as obras, o que causa desconforto aos leitores assíduos e afeiçoados.

**CONCLUSÃO**

O grupo do consumidor literário expande-se no meio social como qualquer outro grupo: possui características e comportamentos, e motivos por detrás destes que explicam sua natureza. As pessoas com grande apreço pela leitura em geral não são delimitadas por idade, sexo ou classe social, dividindo-se em seus subgrupos de interesse que variam por faixa etária, necessidade, gênero, entre outros aspectos.

Apesar de a média de leitura anual do brasileiro estar qualificada como abaixo da média ideal em comparação a outros países, a existência desse grupo social (que sequer possui relatórios de pesquisa, qualitativas e quantitativas para defini-los mais fielmente) provam que há de fato interesse em obras literárias no Brasil.

Pode-se concluir que há variados segmentos no mercado para este grupo de consumidores, tais como os citados e-books, livros convencionais e audiobooks, e variados serviços dentro e fora do setor editorial, nos quais livrarias online e estruturadas procuram investir cada vez mais para atingi-los da melhor maneira. Apesar disso, ainda se nota falhas que devem ser analisadas e corrigidas da melhor maneira a fim de satisfazer este público.