



## 8.2. Faturamento Bruto por Meio

O ano de 2000 registrou um crescimento de 24,6% sobre o ano anterior nos investimentos em mídia, medidos em reais. O valor significou uma melhora de desempenho com relação ao PIB brasileiro, beirando uma participação de 1,2%.

O meio "Revista" superou a casa de 2 dígitos de participação, número que não conseguiu registrar ao longo da década passada. Esse resultado foi obtido graças a um conjunto de fatores, como uma comunicação mais arrojada com agências e anunciantes e também o grande número de títulos que chegou ao mercado nos últimos 2 anos, que fizeram com que o meio superasse a casa de R\$ 1 bilhão de faturamento em 2000.

O meio "Jornal", em termos de participação nas verbas dos anunciantes, registrou o seu pior número nos últimos 10 anos, baixando da casa de 22% e faturando apenas R\$ 2,1 bilhões.

<b>Faturamento Bruto por meio - R\$ mil</b>				
<b>Meio</b>	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>Evolução</b>
TV	4.402.266	4.462.466	5.524.963	23,81%
RÁDIO	300.044	378.937	482.181	27,25%
OUTDOOR	200.349	234.116	296.052	26,46%
JORNAL	1.682.911	1.790.097	2.113.742	18,08%
REVISTA	704.945	788.042	1.043.470	32,41%
EXTERIOR	126.580	167.208	215.145	28,67%
TV A CABO	58.029	80.600	171.537	112,83%
<b>TOTAL</b>	<b>7.475.124</b>	<b>7.901.466</b>	<b>9.847.090</b>	<b>24,62%</b>

Valores em reais obtidos mediante conversão mês a mês, com base na taxa do dólar coml. de venda do último dia útil de cada mês

Os valores acima representam 90% do total do mercado.

---

*Fonte: Editora Meio & Mensagem*