

## Características do jornal:

- Em termos de Brasil, é o meio que apresenta maior tradição como mídia, alguns já ultrapassando um século de existência.
- Segundo levantamento do Grupo de Mídia, existem no Brasil cerca de 2.045 jornais, sendo 500 diários.

## O Jornal como veículo publicitário:

- O jornal é uma mídia seletiva por ter como natureza informar, analisar e comentar os acontecimentos.
- Sua circulação local é bem superior à das revistas.
- Apresenta os seguintes aspectos negativos e positivos

## Aspectos positivos:

- **Credibilidade:** devido ao papel social que desempenha, é o meio de maior credibilidade, dando confiança à mensagem para ilustrar o fato, numa pesquisa do instituto Toledo e Associados, o jornal O Estado de S. Paulo foi eleito o veículo de comunicação mais admirado do Brasil
- **Seletividade:** sua audiência é constituída basicamente por públicos pertencentes à classe AB, os formadores de opinião
- **Rapidez na veiculação de mensagem:** pode-se autorizar hoje e ter anúncio veiculado na manhã seguinte

## Aspectos negativos:

- Não permite boa cobertura nos segmentos de mercado como donas-de-casa, crianças e classes DE
- Não permite a demonstração da ação

## Cobertura de audiência:

- Os índices de cobertura e audiência serão extraídos dos XLIV Estudos Marplan. O Instituto Marplan vem pesquisando os hábitos de mídia da população brasileira residente nas principais capitais brasileiras.
- Esses dados de hábitos se modificaram muito pouco ao longo dos anos, razão pela qual pode-se afirmar que os dados mencionados serão atuais por muito tempo.
- Portanto, 56% da população com 10 ou mais anos, moradores das nove principais capitais (São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Curitiba, Salvador, Belo Horizonte, Recife, Fortaleza e Distrito Federal) tem o hábito de ler jornal.

- Segmentada pela qualificação sócio-demográfica, apresenta o seguinte quadro de hábitos:

<b>Classe</b>	
A1	84%
A2	77%
B1	67%
B2	58%
C	44%
D	25%
E	13%

<b>Sexo</b>	
M	52%
F	42%

<b>Idade</b>	
10/14	32%
15/19	47%
20/29	53%
30/39	49%
40/49	51%
50/64	46%
65+	37%

## Tiragem, circulação e distribuição:

- Conforme mencionado no início, o jornal é um meio de circulação local ou no máximo regional.
- Sua distribuição é feita através de bancas, como regra geral, e ainda hoje, em pequena escala, através de assinaturas.
- A tiragem e conseqüentemente a circulação líquida dos jornais no Brasil são inexpressivas se comparadas com os jornais dos Estados Unidos e do Japão.
- Enquanto no Brasil o líder absoluto apresenta uma circulação em torno de 500 mil exemplares aos domingos, o Asahi Shinbun e Yomiuri Shinbun do Japão circulam cada um com cerca de 12 milhões de exemplares.
- Mesmo somando a circulação de todos os jornais brasileiros alcançamos um total de apenas 7 milhões de exemplares diários.

## Características da revista:

- Segundo o levantamento do Grupo de Mídia existe cerca de 1.200 revistas de circulação paga, sendo que as de maior expressão encontram-se nas editoras Abril, Globo, Três, Símbolo etc.
- Suas características básicas podem ser resumidas em três itens principais:
  - circulação nacional;
  - boa impressão em cores;
  - grande variedade de publicação quanto aos gêneros.

## A revista como veículo publicitário:

- A revista, como mídia, ganhou força na década de 50 para 60, com as revistas Cruzeiro e Manchete, que chegaram a ultrapassar a tiragem de 1 milhão de exemplares.
- Mais tarde o lançamento da revista Veja marcou uma nova era do meio revista, transformando seu perfil de ilustrado para mais analítico.
- Esse número de exemplares em circulação demorou a ser ultrapassado e quem realizou esta façanha foi a revista Veja na década de 90, que desde então vem mantendo níveis superiores.
- Dezenas de revistas foram lançadas, mas mesmo aquelas que são consideradas "sucessos de lançamento" acabam se estabilizando na faixa de circulação de 500 mil exemplares, demonstrando que a barreira de 1 milhão de exemplares continua intransponível.

## Aspectos positivos:

- Adequação: permite adequação editorial à mensagem do produto devido à grande variedade de publicações.
- Circulação nacional: permite cobrir, embora com pequena circulação local, toda região brasileira num único anúncio.
- Seletividade: a revista permite a seletividade pelo seu custo (do exemplar na banca ou da assinatura), que requer da parte do leitor maior recurso financeiro, e pelo seu conteúdo editorial.
- Credibilidade: como no caso do jornal, desfruta de boa credibilidade, característica da mídia impressa.

## Aspectos negativos:

- Pouca circulação por região e conseqüentemente baixa cobertura.
- Falta de rapidez na transmissão da mensagem (fator tempo).

## Cobertura de audiência:

- Segundo ainda os XLIV Estudos Marplan, em nove praças, 56% da população entre 15 e 65 anos, residente nessas praças, costuma ler revistas.
- Segmentando por classes, temos o seguinte quadro de hábitos:

<b>Classe</b>	
A1	91%
A2	85%
B1	76%
C	52%
D	36%
E	25%

<b>Sexo</b>	
M	53%
F	59%

<b>Idade</b>	
10/14	71%
15/19	74%
20/29	66%
30/39	55%
40/49	48%
50/64	40%
65+	27%

## Tiragem, circulação e distribuição:

- A tiragem das revistas brasileiras ainda é muito baixa, se comparada com a das revistas estrangeiras.
- Das revistas filiadas ao IVC (Instituto Verificador de Circulação), a Veja com a quebra da barreira de tiragem de 1,2 milhão de exemplares se destaca. A título de informação a revista Time circula com cerca de 4,5 milhões de exemplares nos Estados Unidos e a revista TV Guide, com mais de 18 milhões de exemplares também somente nos Estados Unidos.
- A circulação da revista é nacional, sendo algumas por distribuição controlada, outras por assinatura e a maioria vendida nas bancas.