

MÍDIA&MKT

CRIATIVIDADE NA RUA

Café quentinho

A saída de ar das ruas de Nova York serviu de base para esse outdoor

de todos os tempos pelo site Trendhunter



WEATHER SANTANA/AE

Desafio. 'As agências, sabendo que a circulação de um veículo é real, tomam a decisão de anunciar', diz Barsotti, do Cenp

veículos inflam dados de circulação para poder, por exemplo, participar do processo de licitação de anúncios governamentais (por lei, exige-se o dado de circulação como pré-requisito para o governo eleger os meios em que vai publicar anúncios).

Com a campanha do Cenp, práticas assim devem perder força. "Estamos cadastrando empresas para auditar, com o mesmo rigor e técnica do IVC, os jornais e revistas que hoje não são verificados", diz Barsotti. Nesse processo de cadastramento, já estão a BDO Brasil, que faz parte de uma das cinco maiores empresas de auditoria do mundo, e a ASPRAuditoria e Consultoria.

Esses novos auditores irão, como faz o IVC, checar a tiragem fornecida pelos jornais em suas gráficas: vão comparar o número dado com, por exemplo, o total de tinta e papel consumido na impressão. Também verificarão a distribuição dos exemplares, para se certificarem de que jornais e revistas realmente chegam aos leitores. Mas, para chegar a esse estágio, precisam antes passar por um processo de certificação do Cenp, que dura cerca de 90 dias.

"Com números confiáveis de circulação, jornais do inte-

rior poderão, por exemplo, atrair grandes anunciantes", prevê Pedro Silva, presidente executivo do IVC. Também ficará mais fácil disputar verbas de propaganda federais, estaduais e municipais. "Há, hoje, cerca de 250 grandes agências de publicidade no País e mais de mil anunciantes que precisam de números confiáveis para medir a efetividade do investimento em anúncios", afirma Silva.

Custos. Para ter sua circulação verificada, os veículos precisam pagar os custos disso. O preço varia conforme a circulação, mas é, em média, de R\$ 1 milhão (incluindo duas auditorias) para um jornal de até mil exemplares por edição. As novas empresas credenciadas pelo Cenp devem, segundo Barsotti, ter preços competitivos.

Até mesmo o IVC, que é uma entidade sem fins lucrativos, montou um pacote para atender veículos de menor faturamento. A verificação é feita por R\$ 1,6 mil, no caso de jornais e revistas com tiragem de até mil exemplares por edição.

"Os custos da auditoria caem porque montamos uma espécie de pacote com vários jornais na mesma região. Assim conseguimos dividir as despesas", afirma Silva. Há, segundo ele, cerca de 50 meios de comunicação impressa já interessados em ter sua circulação verificada pelo preço desse pacote.

O desafio, agora, é divulgar esses novos serviços aos meios de comunicação impressa do interior do País. Para isso, uma campanha publicitária começa agora, com anúncios em jornais e revistas.

Circulação ampliada

Menos de 5% de todos os jornais do País têm a circulação verificada. Mas isso tende a mudar

No Brasil, calcula-se que existam de 10 mil a 13 mil jornais em circulação atualmente. Desse total, porém, somente um grupo de quase 500 periódicos tem sua circulação medida pelo Ins-

tituto Verificador de Circulação (IVC) - entidade sem fins lucrativos criada há 50 anos por agências de publicidade, meios de comunicação e anunciantes. Mas, graças a uma campanha li-

derada pelo Conselho Executivo das Normas Padrão (Cenp), isso tende a mudar.

O Cenp (que é uma entidade criada pelo mercado publicitário para zelar pelo cumprimento das normas do setor) está credenciando empresas, principalmente auditorias, interessadas em fazer a verificação de circulação em cidades do interior, onde o IVC ainda não atua (o instituto verifica apenas meios impressos do Rio de Janeiro e de São Paulo).

"Com mais meios de verificar a circulação de jornais no interior do País, teremos um retrato mais apurado e profissional do mercado de comunicação impressa no Brasil - e ter dados confiáveis é crucial para agências e anunciantes", diz Caio Barsotti, presidente do Cenp.

Saber quantas pessoas um anúncio pode atingir é crucial para o mercado de publicidade. Por isso, a verificação da circulação de jornais e revistas é fundamental. Os milhares de veículos que não são verificados divulgam um número estimado de tiragem. Mas nem sempre ele é confiável. Em alguns casos, para disputar anúncios - principalmente de governos -

Um mar de dados não verificados

13 mil é o número estimado de jornais e revistas atualmente em circulação no Brasil. Sem dados oficiais, há quem acredite que o total de veículos seja de 10 mil.

500 são os veículos impressos que têm a circulação verificada pelo IVC. A maior parte deles está em grandes cidades de São Paulo e do Rio de Janeiro.