

Publicado Terça-Feira, 31 de Março de 2015 09:29

Cenp faz alerta sobre erros presentes na mídia

Informativo fala sobre informações, audiência e investimento publicitário

por Vinicius Novaes



Barsotti: muitas empresas têm gerado informações incorretas

O Cenp (Conselho Executivo das Normas-Padrão) divulgou um informativo com o objetivo de alertar o mercado para as informações sobre mídia, audiência dos veículos de comunicação e investimento publicitário oriundas de diversas fontes, que “podem levar a erros”.

De acordo com o comunicado, “nem sempre estas informações estão acompanhadas das devidas e necessárias metodologias, fontes etc., levando a erros ou más interpretações que podem afetar, em larga medida, os investimentos em mídia. Pior ainda, há informações estatísticas de institutos de pesquisa de pouca expressão, que desrespeitam mandamentos básicos da atividade”.

O conselho lembra que, há quatro anos, foi constituído o CTM (Comitê Técnico de Mídia) para credenciar os serviços de informações de mídia, “garantindo maior

transparência e se transformando em ferramenta importante para todos aqueles que usam pesquisas como fontes de informação”.

“Infelizmente, o que vem acontecendo no mercado é que muitas empresas têm misturado dados, o que acaba gerando informações que não são corretas”, explica Caio Barsotti, presidente do Cenp. Ele citou como exemplo o número de tweets que surgem em decorrência de um determinado programa. “Isso não significa que todos que tuitaram estavam assistindo à atração.”

O CTM, composto por representantes dos anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, é responsável por analisar tecnicamente os serviços de informações de mídia apresentados por fornecedores interessados, emitindo pareceres que, por sua vez, são homologados pelo Conselho Executivo do Cenp.

O comunicado afirma ainda que “este serviço de credenciamento não implica em nenhum custo ao fornecedor de pesquisa, da mesma forma que é totalmente gratuito para uso de

qualquer interessado em acessar as informações sobre o credenciamento”.

Caio Barsotti afirmou que existe a possibilidade de o CMT propor a emissão de um documento oficial sobre o assunto. “O objetivo disso é estabelecer diretrizes que orientem o mercado sobre esse assunto. Queremos facilitar a percepção.”

O executivo alerta as empresas que têm como costume usar esse tipo de informação. “Esse aviso tem como objetivo criar um ambiente mais transparente. Nossa luta gira em torno disso. O mercado reagiu positivamente a esse alerta porque é uma forma de colocarmos mais informações técnicas nesse universo”, complementa.

Adrian Ferguson, VP de mídia da DM9DDB, classificou o problema como grave. “A disseminação de dados imprecisos de mídia é um problema grave que coloca em risco um dos maiores ativos de nossa indústria: a reputação do mercado brasileiro de alta excelência técnica na elaboração de estratégias de mídia”, afirma.

Segundo o executivo, sustentar planos de investimento com dados falsos ou frágeis corrói a base do mercado e afeta a credibilidade da nossa indústria. “Neste cenário, acredito que cabe a nós, profissionais de mídia, sermos extremamente criteriosos no uso das informações em nosso dia a dia, atuando em linha e com o apoio do Cenp em defesa do nosso mercado”, destaca.

Tags: [Nenhuma tag relacionada.](#)
