

Publicitários criam 'selo' para ajudar anunciantes

País terá novas empresas que farão auditoria da circulação de veículos

Com abertura do mercado, governo poderá seguir critérios técnicos para destinar recursos publicitários

DE SÃO PAULO

Anunciantes, agências de propaganda e o governo terão novas opções de auditores de circulação de jornais, revistas e demais veículos impressos. Hoje esse mercado está restrito ao IVC (Instituto Verificador de Circulação).

Ontem, o Cemp (Conselho Executivo de Normas-Padrão) anunciou que passará a credenciar candidatos a auditores de circulação.

Criado em 1998, o Cemp é uma entidade formada por 23 representantes de agências de propaganda, anunciantes, veículos de comunicação e o governo federal.

O próprio IVC é parte do Cemp e será o responsável pelo balizamento técnico dos novos auditores, que seguirão os padrões do IVC.

Aparentemente contraditória —afinal, o IVC estimularia seus competidores—, a ideia é permitir que veículos regionais e especializados possam ter as vendas "certificadas".

"É como se fosse um selo", diz Caio Barsotti, presidente do Cemp. "O custo de uma auditoria do IVC não permite que publicações de menor porte tenham acesso ao serviço." Resultado: elas ficam fora do radar dos anunciantes, que querem retorno de exposição de suas marcas.

Para resolver esse problema, o Cemp credenciará ou-

tras auditorias. Elas estarão operando em pelo menos três meses com um modelo mais simples e de menor preço.

TRANSPARÊNCIA

A iniciativa é resultado de um esforço da ANJ (Associação Nacional dos Jornais), que, há nove anos, tenta convencer o governo federal e os anunciantes a usar critérios técnicos na destinação dos recursos publicitários.

"É um avanço que dará novas opções a todas as esferas de governo e todos os anunciantes," diz Judith de Brito, presidente da ANJ.

O subsecretário de Comunicação do governo de São Paulo, Marcio Aith, sinalizou que o Estado poderá aderir ao novo modelo. Rio Grande do Sul e Paraná têm interesse.

AVAL FEDERAL

A Secretaria de Comunicação Social da Presidência deu aval ao projeto, mas não disse se haverá regra vinculando a liberação de verba publicitária a veículos auditados.

Em boa parte dos casos, a falta de critérios técnicos cede espaço a interesses políticos na alocação dos recursos publicitários públicos.

A Constituição diz que o direito à associação é livre, e, até hoje, os governos se defendiam dizendo que poderiam aceitar os números do IVC se não fosse obrigatório que os veículos se associassem para ter o serviço.

Mas, na prática, ao vincular o destino das verbas à auditoria, estariam obrigando os veículos a se associar ao IVC —basicamente, o único que atua no momento.