

FOLHA DE S.PAULO



Cenp reconhece Google e Facebook como veículos de mídia

Órgão de autorregulamentação do mercado publicitário passa a tratar plataformas como meios de divulgação ou comunicação

16.jul.2019 às 12h29

 EDIÇÃO IMPRESSA (<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/fac-simile/2019/07/17/>)

Nelson de Sá

SÃO PAULO O Cenp (Conselho Executivo das Normas-Padrão) aprovou nesta terça (16) uma resolução em que "declara e reconhece, como veículos de divulgação ou comunicação, para os efeitos da legislação

(<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/06/regulacao-de-redes-sociais-depende-de-acao-de-governos-diz-facebook.shtml>), todo e qualquer ente jurídico que tenha auferido receitas decorrentes de propaganda".

A classificação pelo órgão, que estabelece regras comerciais do mercado publicitário em comum acordo entre anunciantes

(<https://www1.folha.uol.com.br/mpme/2018/12/marketing-de-conteudo-triplica-em-1-ano-o-acesso-a-empresa-pela-internet.shtml>), agências e veículos, abrange agora, em internet, as categorias busca, social, vídeo, áudio, display e outras. Ou seja, inclui as plataformas Google, Facebook (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/02/facebook-lanca-publicidade-no-watch-seu-youtube.shtml>), Instagram e YouTube.



Google e Facebook passam a ser reconhecidos como veículos de mídia por órgão de regulamentação - Dado Ruvic - 08.jul.2019/Reuters

A resolução aprovada pelo Conselho Superior do Cenp justifica que era "indispensável a identificação dos veículos surgidos em consequência do desenvolvimento tecnológico". E que o faz "atendendo o disposto no artigo 4º da lei 4.680/65".

O artigo afirma que "são veículos de divulgação, para os efeitos desta lei, quaisquer meios de comunicação visual ou auditiva capazes de transmitir mensagens de propaganda ao público, desde que reconhecidos pelas entidades e órgãos de classe", como as "associações de propaganda".

A resolução informa por fim que, "sempre que questionado por autoridade administrativa ou judicial, o Cenp se valerá da lista de meios e categorias, quanto ao reconhecimento dos tipos de veículos disponíveis às agências para veiculação de propaganda contratada por anunciantes privados e públicos".

Historicamente, Facebook e Google se definem como empresas de tecnologia, não mídia, o que as isentaria, por exemplo, de responsabilidade

sobre o conteúdo que os usuários publicam. Há três meses, o Parlamento Europeu aprovou (<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/03/parlamento-europeu-obriga-big-techs-a-adequar-conteudo-a-direitos-autorais.shtml>) diretiva tornando as plataformas responsáveis pelo conteúdo, no caso de infringir direito autoral.

Procurados, o Google respondeu que não vai comentar, neste momento, e o Facebook não respondeu até às 17h30 de terça (16).

Na reunião, além da identificação dos novos veículos, o Conselho Superior aprovou outros complementos e atualizações de suas normas. A principal se refere ao chamado desconto padrão, a comissão que uma agência de propaganda recebe sobre o gasto do anunciante na compra de espaço publicitário.

A tabela passou de quatro faixas de percentual negociável para nove. Segundo o presidente do Cenp, Caio Barsotti, as novas faixas "tornam mais transparente e flexível o relacionamento entre anunciantes e agências, promovendo o compliance [a conformidade] às leis federais".

Criado há 20 anos por organizações como ABA (Associação Brasileira de Anunciantes), Abap (Associação Brasileira de Agências de Publicidade) e Abert (Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão), o Cenp tem hoje como entidade associada, entre outras, o IAB Brasil (Interactive Advertising Bureau), do qual fazem parte o Google e o Facebook.

Destinado a "assegurar boas práticas comerciais" entre anunciantes, agências e veículos, o Cenp atua em paralelo ao Conar (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), que estabelece parâmetros de qualidade para o conteúdo no mercado publicitário.

sua assinatura vale muito

Mais de 180 reportagens e análises publicadas a cada dia. Um time com mais de 120 colunistas. Um jornalismo profissional que fiscaliza o poder público, veicula notícias proveitosas e inspiradoras, faz contraponto à intolerância das redes sociais e traça uma linha clara entre verdade e mentira. Quanto custa ajudar a produzir esse conteúdo?

ASSINE A FOLHA

ENDEREÇO DA PÁGINA

<https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/07/cenp-reconhece-google-e-facebook-como-veiculos-de-midia.shtml>