

"En casa de herrero..."

La Asociación Uruguaya de Agencias de Publicidad, con el apoyo de la Cámara de Anunciantes del Uruguay, está abocada a la creación de un instituto encargado de la verificación y calificación de la circulación de los órganos de la prensa gráfica.

La iniciativa de AUDAP merece todo el apoyo y la colaboración de los órganos de prensa para que pueda efectivizarse lo más rápido posible. Dice AUDAP que "estima indispensable la existencia de instrumentos de medición del alcance cuantitativo y de la calificación de la circulación de los medios gráficos, cuyos espacios adquieren las Agencias de Publicidad asociadas, para vehiculizar a través de los mismos, la Publicidad que crean para servir a los Anunciantes".

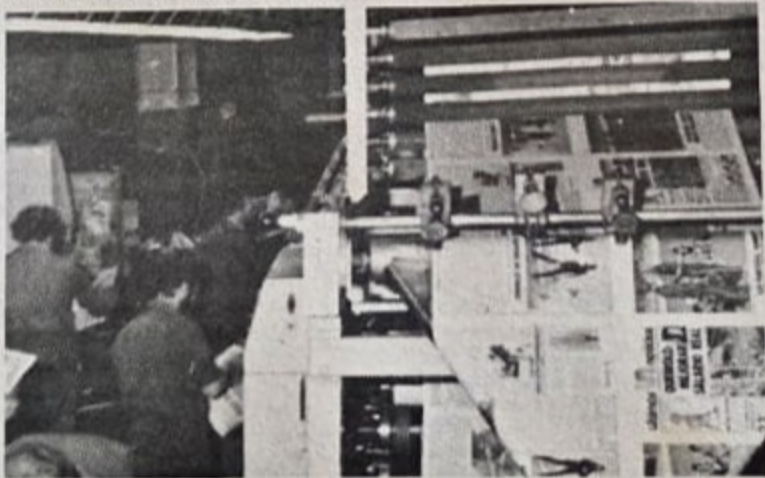
Sin duda el instituto a crearse llevará a cabo una tarea de gran utilidad para las Agencias de Publicidad y los anunciantes, pero, no es sólo esa la función que está llamado a cumplir.

La sola idea planteada por AUDAP pone de manifiesto una carencia de información en un campo donde ello no debería de darse, pues precisamente en él actúan empresas cuyo fin es informar;

como dice el refrán "en casa de herrero, cuchillo de palo".

No es nuevo para nadie que en torno al tiraje y circulación de los medios de prensa existe un gran misterio. Cada cual maneja cifras a su antojo, surgen las polémicas, pero el único resultado que se obtiene al final es la pér-

informan. De ahí la trascendencia de la iniciativa de AUDAP ya que va a poner fin a una situación que no beneficia a nadie y crea dudas sobre la validez o el buen uso que se hace de esa libertad, que es uno de los primeros estandartes de la filosofía de Occidente.



dida de credibilidad en los órganos de comunicación por parte del público.

Una fluida, amplia y libre corriente informativa es el pilar fundamental del sistema democrático. Tan importante como que exista esa corriente es que el público confíe en los medios que lo

Por estas razones es que BUSQUEDA, como entendemos lo han hecho los restantes medios de prensa, ha ofrecido todo su apoyo a AUDAP para concretar la iniciativa, la que, más adelante, habrá que ampliar para también establecer la penetrabilidad y la audiencia de los medios electrónicos.