

PubMatic e Internews unen fuerzas para impulsar la inversión publicitaria en periodismo de calidad a escala mundial

Con esta asociación, la publicidad a través de contenidos responsables será accesible a escala mundial, permitiendo a las marcas adoptar estrategias de marketing que abarquen las noticias y produzcan impacto social, rentabilidad económica y les permitan llegar a más clientes y ganar afinidad con ellos

[PubMatic](#) (Nasdaq: PUBM), empresa tecnológica independiente que ofrece la cadena de suministro de la publicidad digital del futuro, ha anunciado hoy su asociación con Internews, una organización internacional sin ánimo de lucro que apoya a los medios de comunicación independientes en más de 100 países. La asociación hace que la publicidad a través de contenidos responsables sea accesible a escala mundial, permitiendo a las marcas adoptar estrategias de marketing que abarquen las noticias y produzcan impacto social, rentabilidad económica y les permitan llegar a más clientes y ganar afinidad con ellos.

La asociación se apoya en la iniciativa Ads for News de Internews, que emplea a expertos en medios de comunicación de cada país para examinar los sitios web de noticias locales y garantizar la calidad de la oferta. Este trabajo sin ánimo de lucro se lleva a cabo en todo el mundo, utilizando amplios criterios de evaluación, incluidas las normas de seguridad e idoneidad de marca de la Alianza Global para Medios Responsables (GARM).

A través de PubMatic, se puede acceder directamente a los sitios y dominios de noticias de calidad examinados por Ads for News mediante una lista de inclusión en el mercado local, mercados privados (PMP) o un paquete de inventario a cambio de un precio de oferta.

Aprovechando las tecnologías punteras de ambas empresas, la colaboración incluirá la integración con la próxima iniciativa Media Viability Accelerator, dirigida por Internews, lo que permitirá a PubMatic acceder a una gran cantidad de información y extraer listas seleccionadas de medios de comunicación de confianza en sus propios sistemas de acuerdo con temáticas de contenido específicas, como noticias e información sobre género, medio ambiente y salud.

Esta asociación pretende infundir confianza a la hora de comprar noticias responsables, facilitando a los anunciantes la compra de medios en función de criterios de calidad de contenidos y fuentes de noticias creíbles para apoyar el periodismo de calidad. Con más de 14.000 editores de noticias en línea examinados y de calidad, en 54 mercados internacionales, la escala de oferta de la iniciativa no tiene parangón en el sector.

"Una Internet próspera y abierta debe basarse en un ecosistema creado para ofrecer unos resultados positivos para todos. PubMatic está comprometida tanto con las operaciones responsables como con el apoyo a los medios de comunicación también responsables", declaró Eric Bozinny, Director Senior de Marketplace Quality en PubMatic. "El periodismo de calidad es vital para la salud y el bienestar de nuestra sociedad, hoy más que nunca. Las marcas de primer nivel se han comprometido firmemente a apoyar fuentes de noticias creíbles a través de sus actividades publicitarias, pero deben poder hacerlo con la máxima confianza de que sus presupuestos se destinan a medios y coberturas de calidad y seguros para las marcas".

Chris Hajecki, Director de Anuncios para Noticias de Internews, ha declarado: "las marcas y sus agencias colaboradoras están invirtiendo de forma más responsable y evolucionando sus formas tradicionales de trabajar. Una de estas evoluciones es la inclusión del periodismo de calidad en la planificación de los medios de comunicación, sobre todo ahora que se ofrecen más garantías de seguridad para las marcas. Apoyar el periodismo de calidad es un pilar de la inversión publicitaria responsable y se traduce en cadenas de suministro más sostenibles y transparentes, mayores beneficios económicos para los anunciantes e impactos positivos en la sociedad".
