

Carta Global de Mídia



Carta Global de Mídia



Princípios dos anunciantes para parcerias no ecossistema digital

- ✓ A Carta Global de Media propõe que agências, empresas de AdTech, veículos, e plataformas trabalhem junto com os anunciantes para criar um ambiente mais seguro, mais transparente e mais favorável ao consumidor.
- ✓ O objetivo maior é estabelecer a urgência necessária, na adoção de ações incisivas pelo ecossistema para reconstruir a confiança, através das mudanças indicadas.

Carta Global de Mídia



✓ São **8 princípios** de parceria sobre aspectos mais críticos da publicidade digital:

1. Tolerância zero às fraudes com compensação por qualquer violação
2. Rigorosa proteção à segurança de marca
3. Limites mínimos de viewability
4. Transparência em toda a cadeia de fornecedores
5. Verificação e medição de terceiros como requisito mínimo
6. Necessidade de abertura para escolha dos parceiros
7. Melhora dos padrões com transparência de dados
8. Adoção de medidas para proporcionar melhor experiência aos consumidores

A abordagem desses pontos foi resultado da participação de mais de uma dezena dos maiores anunciantes globais - a maioria associadas da ABA - bem como das associações nacionais de anunciantes dos dez maiores mercados da indústria em todo o mundo, incluindo o Brasil, através de seu Comitê de Mídia.

**Disponível para
download em nosso
portal:
www.aba.com.br**

Lançamento do Livro “Atitude Digital”

By Flávio Ferrari, com o apoio da ABA

Livro Atitude Digital



Sobre o autor:

Flávio Ferrari



- ✓ Parceiro da ABA de longa data
- ✓ Dirigiu as três maiores empresas de pesquisa de mídia da América Latina: Kantar IBOPE Mídia, Ipsos e GfK
- ✓ Participou de startup digitais como sócio-mentor, de iniciativas coletivas para desenvolvimento profissional
- ✓ Ajudou a estabelecer o CIFS – Copenhagen Institute for Futures Studies – no Brasil, a quem segue associado
- ✓ Atua como Consultor e Palestrante para temas relacionados a Comunicação, Inovação, Transformação Digital e Métricas de Mídia – UNIT34 | SocialData

Índice



Introdução

1. Atitude Digital
 2. O que significa digital ?
 3. Um mundo digital
 4. Narcóticos Verbais
 5. A Internet das pessoas, das instituições, das coisas e a deep web
 6. Transformação Digital
 7. Nativos Digitais
 8. Sociedade da Informação e Pegadas Digitais (big data)
 9. Marketing e Comunicação na era Digital
 10. Modelos de Negócio Digitais
 11. Economia Criativa
 12. Depois do digital
- Entrevistas



Obs: O livro deverá passar por uma revisão final nos próximos dias e alguns dos títulos poderão sofrer alteração.

Livro Atitude Digital



- ✓ Entrevista com executivos “C-Level” de empresas e profissionais da economia criativa e do universo digital, reunindo pensamentos e insights relacionados com a mudança exponencial de atitudes que acompanha a transformação digital
- ✓ Monitoramento dos principais temas apontados nos eventos mundiais relacionados com a transformação digital e a economia criativa no contexto de Marketing, Comunicação e Negócios
- ✓ Acompanhamento das megatrends do CIFS – Copenhagen Institute for Futures Studies para avaliação da pauta digital pós 2018 (criativa, humana, sensorial e orgânica)
- ✓ Esta iniciativa está alinhada com o propósito da ABA: Marketing para Transformar os Negócios e a Sociedade
- ✓ Ênfase em Marketing, Comunicação, Inovação, Desenvolvimento Profissional e Métricas de Performance: alinhamento total com os temas estratégicos do ABA 2020

Livro Atitude Digital



- ✓ **Atitude Digital** fala sobre as transformações da sociedade e do mundo dos negócios nos últimos anos
- ✓ Sua proposta é desmistificar a tecnologia (digital) e oferecer uma melhor compreensão das mudanças de atitude, ocorridas e requeridas, com foco em negócios
- ✓ Os conceitos técnicos são traduzidos para linguagem coloquial e o tom geral do livro é o de uma conversa franca com executivos sênior (público do livro)
- ✓ Trata-se de um exercício de construção colaborativa de conhecimento, na medida em que o autor, durante a produção da obra, teve a oportunidade de conversar com profissionais relevantes e de perfis diversificados, que estão ajudando a construir a nova realidade
- ✓ Algumas dessas conversas vem sendo publicadas semanalmente, em formato jornalístico, na Folha Online, e compõem o último capítulo do livro (trechos dos depoimentos pontuam e enriquecem os capítulos)

Livro Atitude Digital

Algumas das entrevistas publicadas na Folha Online (indicando o apoio da ABA):

- ✓ **Paulo Silva** – CEO da Walmart.com no Brasil
- ✓ **Marcos Oliveira** – CEO da lochpe Maxxion
- ✓ **Marco Frade** – Head de Mídia da LG
- ✓ **Bernardo Canedo** – CEO da DTM – gestão de relacionamento com cliente
- ✓ **Paulo Lemos** – Diretor do Núcleo de Educação Executiva da FGV/SP
- ✓ **Sandra Martinelli** – Presidente Executiva da ABA