

Google y los editores.

La semana pasada hubo mucho debate sobre Google Noticias y el sector de la prensa. El objetivo de esta publicación es aclarar qué es Google Noticias y desmentir lo que no es. Al fundador de Google Noticias, Krishna Bharat, se le ocurrió la idea de este servicio después de los atentados del 11 de septiembre, cuando se dio cuenta de que era sumamente difícil encontrar artículos periodísticos e información actualizada en Internet sobre los atentados.

El servicio, que se lanzó en 2002, cuenta ahora con más de 70 ediciones internacionales y conecta a lectores con editores de noticias de todos los tipos.

En Google Noticias no hay publicidad. El objetivo del producto es acercar a los lectores a las mejores y más relevantes fuentes de información y conocimiento, así como con opiniones y puntos de vista autorizados de todo el planeta. Las fuentes de noticias, tanto si se trata de periódicos tradicionales, como de empresas de radiodifusión o medios que solo tienen presencia en Internet, pueden beneficiarse de los mayores índices de audiencia que pueden atraer con Google Noticias. Con las herramientas publicitarias de Google, estos editores también pueden generar ingresos. Así es como funciona: cuando un usuario busca una noticia o va a www.news.google.es, le mostramos un titular y un breve fragmento de texto.

La idea es que los lectores estén el menor tiempo posible en Google Noticias y se dirijan a las webs de los editores. Para leer artículos completos, los usuarios tienen que pinchar sobre el enlace de la noticia para dirigirse al sitio web del editor. De hecho, todos los meses Google envía más de 10 mil millones de visitas a editores de noticias de todo el mundo.

Cada clic se convierte en una oportunidad comercial para crecer en audiencia y en ingresos y Google colabora con los editores para ayudarles a aprovechar esta oportunidad. En 2013, solo con AdSense, dimos a los socios editores 9 mil millones de dólares.

Los editores tienen un control absoluto sobre su presencia en Google Noticias. Hay herramientas estándar del sector, fáciles de utilizar, llamadas robots.txt y metaetiquetas, que permiten decidir a los editores si aparecer en Google Noticias o no. Google respeta sus deseos: pueden aparecer en la Búsqueda de Google, pero no en Google Noticias, en ambos o en ninguno de estos programas. Sin embargo, vale la pena mencionar que recibimos muchas más solicitudes de inclusión en Google Noticias que de exclusión, porque muchos editores se dan cuenta de la ventaja que supone que su contenido pueda ser descubierto por nuevos lectores o espectadores.

Hemos estado colaborando con muchos editores en diversas iniciativas para aumentar el tráfico a sus sitios web, así como sus ingresos y la implicación de sus lectores o espectadores, y tenemos ganas de seguir haciéndolo.

Creemos que la innovación y los nuevos modelos de negocio constituyen el mejor modo de progresar.

Publicado por Luis Collado, Director de Alianzas Estratégicas para Google Noticias

Datos de contacto:

Google

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>