



Robin Sloan y Matt Thompson auguraban que para 2014 Google se habría convertido en un gigante de la red que acabaría con el periodismo tal y como lo conocemos, pero hoy los devotos del periódico en papel pueden respirar tranquilos.

Ello, porque las premoniciones del apocalíptico vídeo «Epic 2014» no se han cumplido, o por lo menos no en la fecha indicada, mientras Google ya ha comenzado su primer curso en línea para formar a los periodistas del mañana.

«El curso ‘Desarrollo de proyectos periodísticos para la web’ se ha enfocado en cómo crear modelos de negocios en plataformas digitales, atraer audiencias y desarrollar esquemas de monetización», dijo hoy en una entrevista con Efe la jefa de comunicaciones de Google Hispanoamérica, Ana Paula Blanco.

Un curso en línea gratuito que comenzó el 18 de noviembre con el objetivo de promover la generación de contenidos en español, ya que sólo el 4 % de la web está en este idioma.

«Creemos que es imperativo capacitar y crear modelos de incentivo para alentar la producción de contenido digital para el desarrollo cultural, económico y social de Hispanoamérica. Buscamos una web cada vez más relevante para los hispanohablantes y por eso creamos y apoyamos iniciativas como ésta», continuó Blanco.

Y aunque Google no es un medio de comunicación, su papel para la supervivencia de los diarios digitales resulta crucial, según la experta.



«El motor de búsquedas es como una biblioteca, que reordena el contenido existente facilitando su acceso. Los medios generan contenido, y los pone al alcance de quien los busque en el momento que lo necesite», explicó.

De este modo, el gigante de la red se dedica a «fomentar el crecimiento de los medios de comunicación existentes y sobre todo la aparición de nuevos», apostillo Blanco.

La evolución de la industria periodística mira hacia el código binario y, por ello, «hoy los medios sociales son tan importantes como los medios tradicionales» para la jefa de comunicaciones de la versión hispana de Google. Sin embargo el desafío, a ojos de Blanco, radica en garantizar «contenidos de alta calidad» y ahí es donde entra el buscador.

«La red abre un abanico de posibilidades para la democracia ya que permite que se amplíen tanto el acceso a la información como la posibilidad de las personas para comunicar sus ideas», opinó Ana Blanco.

Google quiere participar en el complejo proceso de democratizar de la información: «Es esencial la libre circulación de información y la posibilidad de las personas a acceder a la pluralidad de voces, para luego decidir democráticamente».

El curso, organizado por Google y la Knight Foundation, cuenta con más de 4.000 alumnos, principalmente de México, España, Colombia, Perú y Argentina.

Además, las fundaciones ofrecen una beca especial para reconocer los mejores proyectos: un viaje a Austin (Texas, EE.UU.) para el simposio de periodismo digital de abril de 2014.



Google advierte a periodistas sobre democracia digital

Fuente: listindiario