

Los editores de prensa plantan cara a Google y le exigen que pague por usar sus noticias



FRANCISCO GUTIÉRREZ

✉ fgutierrez@diariosur.es

La reunión del Club Málaga Valley sirve para escenificar el enfrentamiento entre periódicos y buscadores de Internet

MÁLAGA. La información tiene un precio. El que pagan las empresas editoras para sacar a la calle cada día su producto, con el consiguiente gasto en medios, personal y logística. Y un valor. El que aportan los profesionales que avalan cada una de esas informaciones. Por eso, la libre circulación de noticias por la Red es un grave perjuicio económico para las empresas, al tiempo que supone una trivialización de esa información.

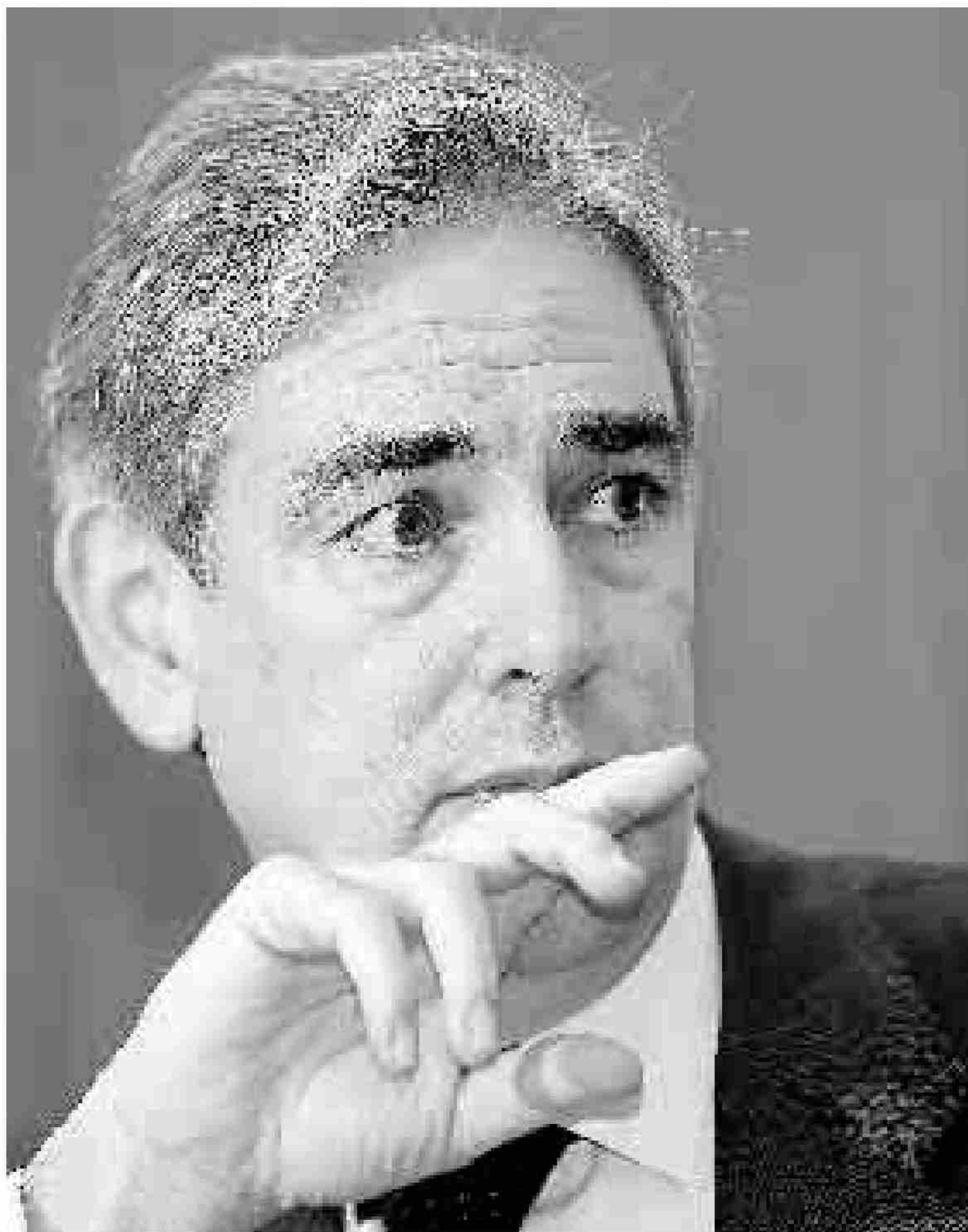
En este contexto, los editores de prensa creen que ha llegado el momento de plantar cara a Google -el

gigante de los buscadores de Internet- y su presidente, Antonio Fernández Galiano, ha exigido que este y otros buscadores paguen a los periódicos por el uso de sus noticias.

La octava sesión del Club Málaga Valley sirvió ayer para escenificar la profunda brecha que separa a editores y a empresas que proporcionan motores de búsqueda en la Red, como es el caso de Google, la más popular. El presidente de su división española, Javier Rodríguez Zapatero, se defendió de las acusaciones afirmando que Google News no aporta dinero a la compañía, que su cometido es ayudar a los usuarios a buscar noticias, redireccionándolos a las ediciones on line de los periódicos y que, en última instancia, quien no quiera aparecer en Google News puede decidir libremente no estar.

«No es razonable que las grandes empresas de la red se aprovechen de los contenidos de terceros para abrir nuevos y lucrativos modelos de negocio sin respetar las reglas del juego. Nos avalan las leyes tanto europeas como españolas, y exigimos un cambio radical que garantice el pago por emplear nuestros contenidos», insistió el representante de los editores de España.

Fernández Galiano reconoció que



Antonio Fernández Galiano, presidente de AEDE. :: SALVADOR SALAS

LOS PROTAGONISTAS

A. Fernández Galiano

Prte. de los editores de prensa
«Google se aprovecha de los editores y vulnera los derechos de propiedad intelectual»

Javier Rodríguez Zapatero

Presidente de Google España

«Google News trata de facilitar la información entre los usuarios y no nos aporta dinero»

la industria periodística se enfrenta a «importantes retos» y que la revolución tecnológica ha hecho que el periódico de hoy día tenga cada vez menos similitudes con el de hace unos años. Pero defendió el valor de los contenidos y de los profesionales que cubren un determinado acontecimiento, lo analizan y lo trasladan a los lectores.

Fundados derechos

Ante este panorama, el presidente de AEDE señaló que las empresas editoras deben trabajar en dos frentes: poner en valor sus contenidos en la Red y, en segundo lugar, trabajar en el terreno jurídico porque «sin perjuicio de la protección que nos puede brindar la Ley de Propiedad Intelectual, hoy tenemos herramientas para plantar cara a esos 'monstruos' de la Red, tenemos fundados derechos para defendernos y, desde luego, defenderemos el valor de nuestros contenidos». En tono más conciliador, apeló a la «convivencia», siempre que comprendan que «los contenidos tienen un valor económico».

Rodríguez Zapatero respondió al presidente de AEDE que Google «organiza la información que hay en el mundo para hacerla accesible o útil a todos». «Internet -dijo- ha facilitado que oferta y demanda estén a un 'clic' de distancia»; rechazó que su empresa tenga una posición dominante en los motores de búsqueda, puesto que «las puertas de entrada en Internet son muchas y cambiantes» y coincidió en que Internet ha cambiado el modelo de negocio y las relaciones económicas.

Por otro lado, el presidente de Google anunció que su empresa desarrollará en Málaga un master en economía digital. El Club dio la bienvenida a nuevos socios -ya son 120-. Rafael Díaz Granados, presidente de General Electric, manifestó su intención de «aportar a la ciudad nuestro conocimiento y experiencia tecnológica en la creación de ciudades y comunidades sostenibles». Por su parte, el presidente de IBM España, Juan Antonio Zufiria, propuso actuar para convertir las ineficiencias en fuentes de progreso y competitividad.

Como conclusión de este encuentro, Javier Cremades, presidente del Club, dijo que el modelo económico debe adaptarse a este nuevo entorno digital como mejor receta para salir de la crisis.



El alcalde y Javier Cremades, en el centro, con los nuevos socios del Club y Fernández Galiano. :: SALVADOR SALAS

Cifran en 1.000 millones el impacto de Málaga Valley

:: F. GUTIÉRREZ

MÁLAGA. La marca Málaga Valley se ha consolidado en la Red como sinónimo de excelencia e innovación. El estudio sobre el impacto económico de la marca cifra en unos mil millones de euros el valor de las referencias que se pue-

den encontrar en Internet, de haber tenido que pagar como publicidad todas estas apariciones en la Red. El director de comunicación del Club, Víctor Steinberg, detalló el impacto que ha tenido la marca en estos últimos años. En la Red se pueden encontrar casi dos millo-

nes de referencias a Málaga Valley cuando se teclea en el buscador, y 150.000 si se buscan páginas en español. Como comparativa, el PTA cuenta con 1.610.000 referencias. Silicon Valley, la zona de California que concentra al mayor número de empresas tecnológicas del

mundo, tiene unos 120 millones de referencias.

El Club ha firmado un acuerdo con Wikreate Expansion, asociación dedicada a favorecer el acceso a empresas españolas al Silicon Valley de California y viceversa. José Mateos, su presidente, abogó por establecer «puentes de colaboración» entre California y Málaga, «uno de los mejores emplazamientos de España y de Europa».