

Google cambia su algoritmo para promover el periodismo de investigación

Ante las reiteradas críticas al gigante tecnológico por favorecer el llamado "clickbait", informaciones atractivas pero no siempre fiables, cambiará su algoritmo y le dará prioridad a los artículos "serios y originales".



Google va a destacar en su motor de búsqueda los trabajos periodísticos originales y que impliquen una labor de investigación, anunció el gigante estadounidense de internet, un cambio que le obligará a modificar su famoso algoritmo.

El vicepresidente de Google encargado de la información, Richard Gingras, explicó en un blog que **se pondrán de relieve las fuentes originales de una noticia o las notas cuya producción haya exigido mucho trabajo.**

Los artículos que presenten **"una labor de investigación original y exhaustiva"** recibirán la nota más alta atribuida por su panel de consultores, escribió el jueves.

- **Por qué Google ya no es el buscador de internet por excelencia**

Los miembros de ese panel -unas 10.000 personas cuya opinión ayuda a Google a configurar su algoritmo- establecerán la reputación de un medio en materia de creación de reportajes y contenidos originales, **destacando por ejemplo los que recibieron el prestigioso Premio Pulitzer.**

Los medios de comunicación acusan a Google y su misterioso algoritmo, que clasifica los contenidos en su motor de búsqueda, de poner de relieve los llamados "clickbait", unas informaciones atractivas pero no siempre fiables que llaman la atención de los internautas, en detrimento de artículos serios y originales.

Una tecnología "humana"

"El reportaje que da lugar a una noticia no siempre se resalta durante mucho tiempo. Muchos artículos, investigaciones, entrevistas exclusivas y otros trabajos pueden ser sobresalientes y ser retomados por otras publicaciones", lo que crea confusión a la hora de encontrar la fuente original de la información, dijo Gingras.

Con los cambios emprendidos por Google, **los artículos originales permanecerán más tiempo en una posición "muy visible"**, indicó, precisando que la compañía adaptará su criterio a medida que entienda mejor "el ciclo de vida de una información", ya que la definición de un artículo original no está claramente establecida.

- **"Desde que existe San Google hemos perdido mucho": Yolanda Ruiz**

Al retomar en sus medios informaciones exclusivas, algunas publicaciones privan a las fuentes originales de visitas en sus sitios web y, por tanto, de ingresos publicitarios.

Como era de esperar, el anuncio de Google tuvo una buena acogida en los medios de comunicación.

"Los resultados de las búsquedas de Google no han recompensado las inversiones en el periodismo. Si podemos llegar a un modelo en el que lo hacen mejor, será positivo", comentó al New York Times David Chavern, el dirigente de la News Media Alliance, que representa a la prensa estadounidense.

"Google va a modificar su algoritmo para destacar los artículos originales. ¡Qué bien! **¿Cómo van a hacerlo? Con una tecnología genial llamada**

'humanos', bromeó en Twitter el redactor jefe del portal Wired, Nicholas Thompson.

- **"Todos mentimos, a todas horas y a todo el mundo... menos a Google"**

"Es una buena noticia, pero me pregunto si no habrá consecuencias negativas. Esa medida favorece las grandes organizaciones con equipos que integran periodistas de investigación. **¿No va a agravar eso el desequilibrio económico entre medios nacionales y medios locales/especializados?**", se preguntó por su parte Gideon Lichfield, de la MIT Technology Review.

<https://www.semana.com/tecnologia/articulo/google-cambia-su-algoritmo-para-promover-el-periodismo-de-investigacion/632074>