

Kippel⁰¹

ENTORNO

La prensa estadounidense quiere negociar el tráfico de noticias con el duopolio de Google y Facebook

Google y Facebook se llevan el 70% de lo que los medios de comunicación invierte anualmente en publicidad digital, así como el 80% del tráfico de noticias digitales.

11 JUL 2017 — 10:00

POR KIPPEL01



Los medios de comunicación estadounidenses quieren sentarse en la mesa para negociar con los gigantes tecnológicos. La News Media Alliance, que representa a unos 2.000 medios de comunicación de Estados Unidos y Canadá, ha solicitado negociar colectivamente con **Google** y **Facebook** la distribución de noticias en la Red.

Ambos grupos copan el 70% de los 73.000 millones de dólares (64.093 millones de euros) invertidos anualmente en publicidad digital y el 80% del tráfico de noticias en Internet, según *Marketwatch*.

Por este motivo, la organización ha denunciado que ambas compañías formen un “duopolio” que obliga a los editores a “entregar su contenido y jugar según sus reglas”. En este sentido, el comunicado de la organización mediática pide que se apliquen las leyes contra los monopolios existentes en Estados Unidos, conocidas como *antitrust*.

Google y Facebook se quedan con el 80% de los ingresos por publicidad

1/2

<https://www.kippel01.com/entorno/la-prensa-estadounidense-quiere-negociar-los-ingresos-digitales-con-el-duopolio-de-google-y-facebook.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Kippel⁰¹

ENTORNO

digital en el sector mediático en España

La News Media Alliance está representada por medios como *The Wall Street Journal*, *The New York Times* o *The Washington Post*, que se sienten “limitados” a la hora de poder plantar cara a estas multinacionales sin el respaldo gubernamental. En este sentido, la organización ha señalado que la prensa tiene un “poder negociador fraccionado frente a un duopolio de facto”.

De esta forma, **David Chavern**, presidente de News Media Alliance, ha pedido “una legislación que permita a las organizaciones periodísticas negociar colectivamente para abordar los problemas generalizados que están disminuyendo la salud y calidad conjuntas de la industria de los medios”.

Este mismo problema es el que está viviendo la prensa española. **Google** y **Facebook** se quedan con el 80% de los ingresos por publicidad digital en el sector mediático en España, tal y como refleja el último informe sobre publicidad digital de la *Interactive Advertising Bureau (IAB)*. El porcentaje restante deja apenas 400 millones de euros a repartir entre los medios, donde se engloban los periódicos digitales y convencionales, las televisiones, los portales de radio y los blogs.

2/2

<https://www.kippel01.com/entorno/la-prensa-estadounidense-quiere-negociar-los-ingresos-digitales-con-el-duopolio-de-google-y-facebook.html>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Ripley Gestora de Contenidos, SL, sociedad editora de Kippel01.com (www.kippel01.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.