

Impacto mediático de Google en Canarias

Marco de Análisis

Temporalidad: Enero – Marzo 2009

Tema: Proyección mediática de Google

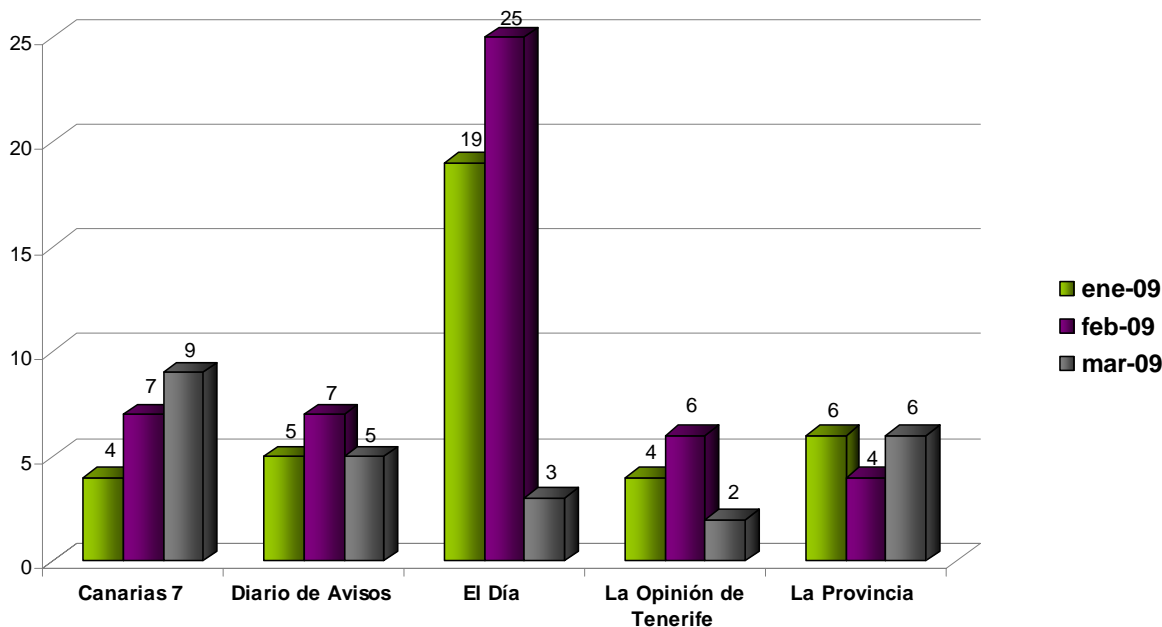
Metodología: Seguimiento sistemático de prensa

Número total de noticias: 112

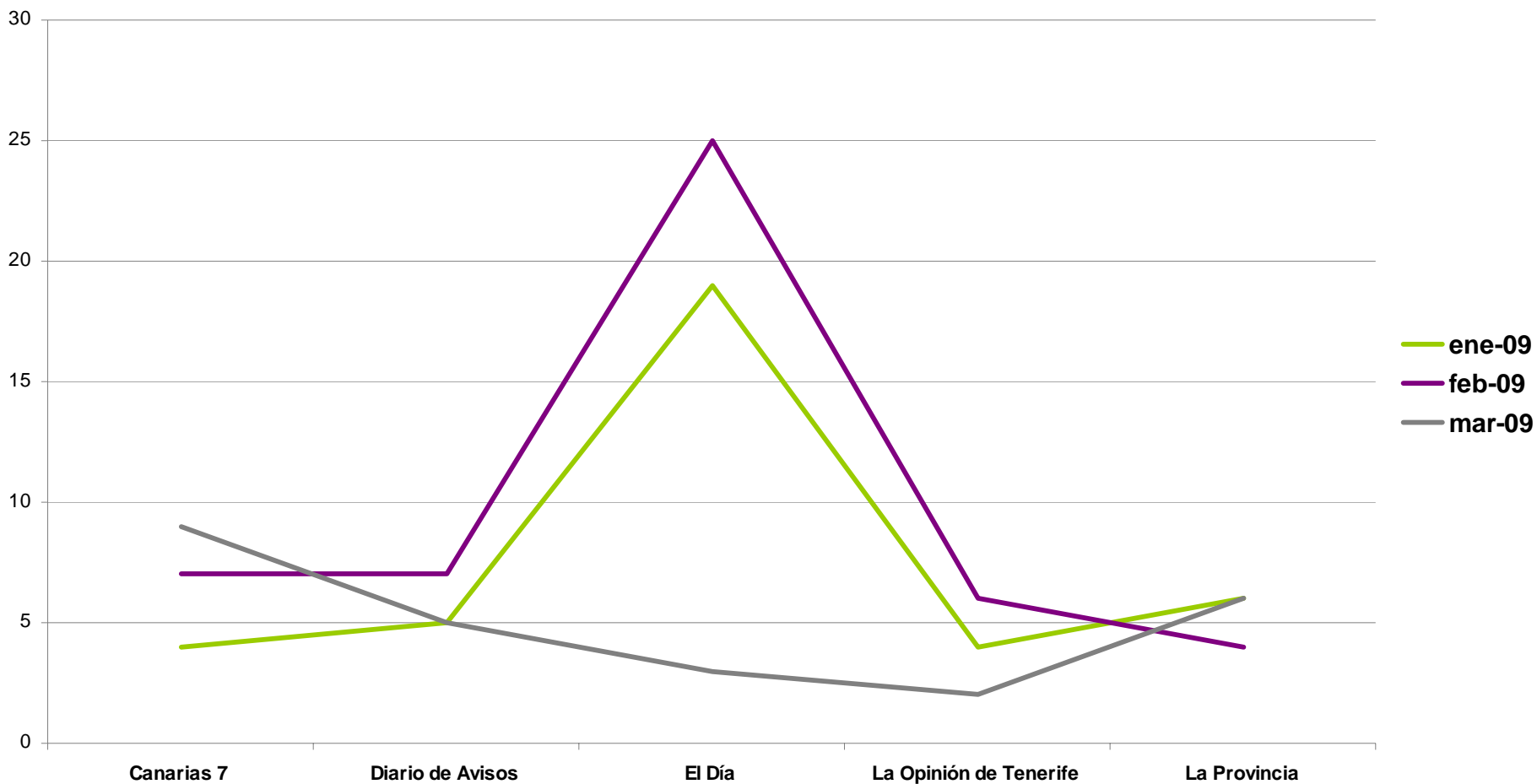
Medios analizados

Prensa

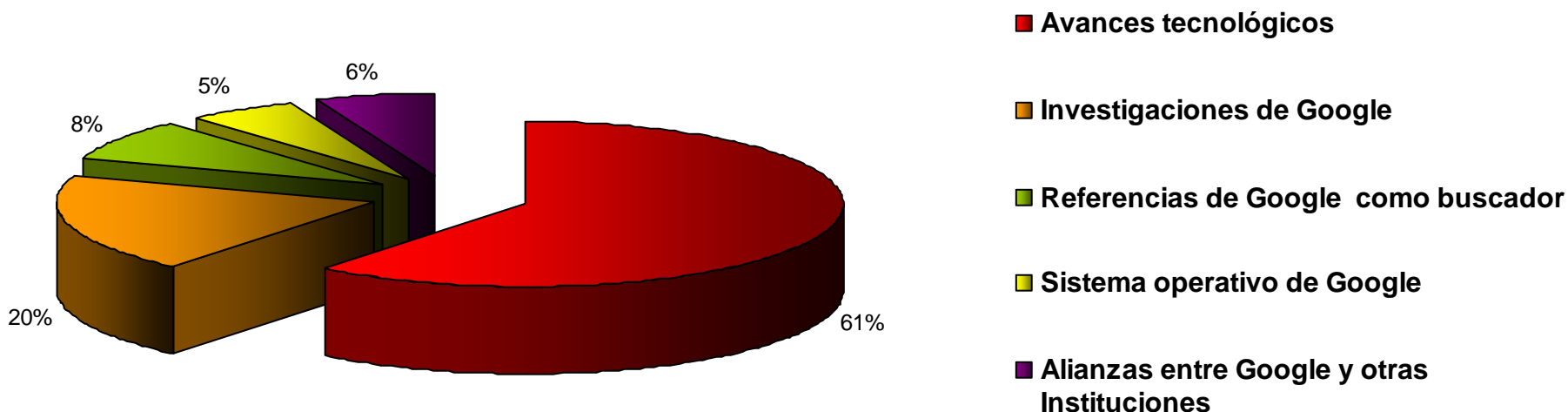
Canarias 7
Diario de Avisos
El Día
La Opinión de Tenerife
La Provincia



Tratamiento mediático de las noticias relacionadas con Google

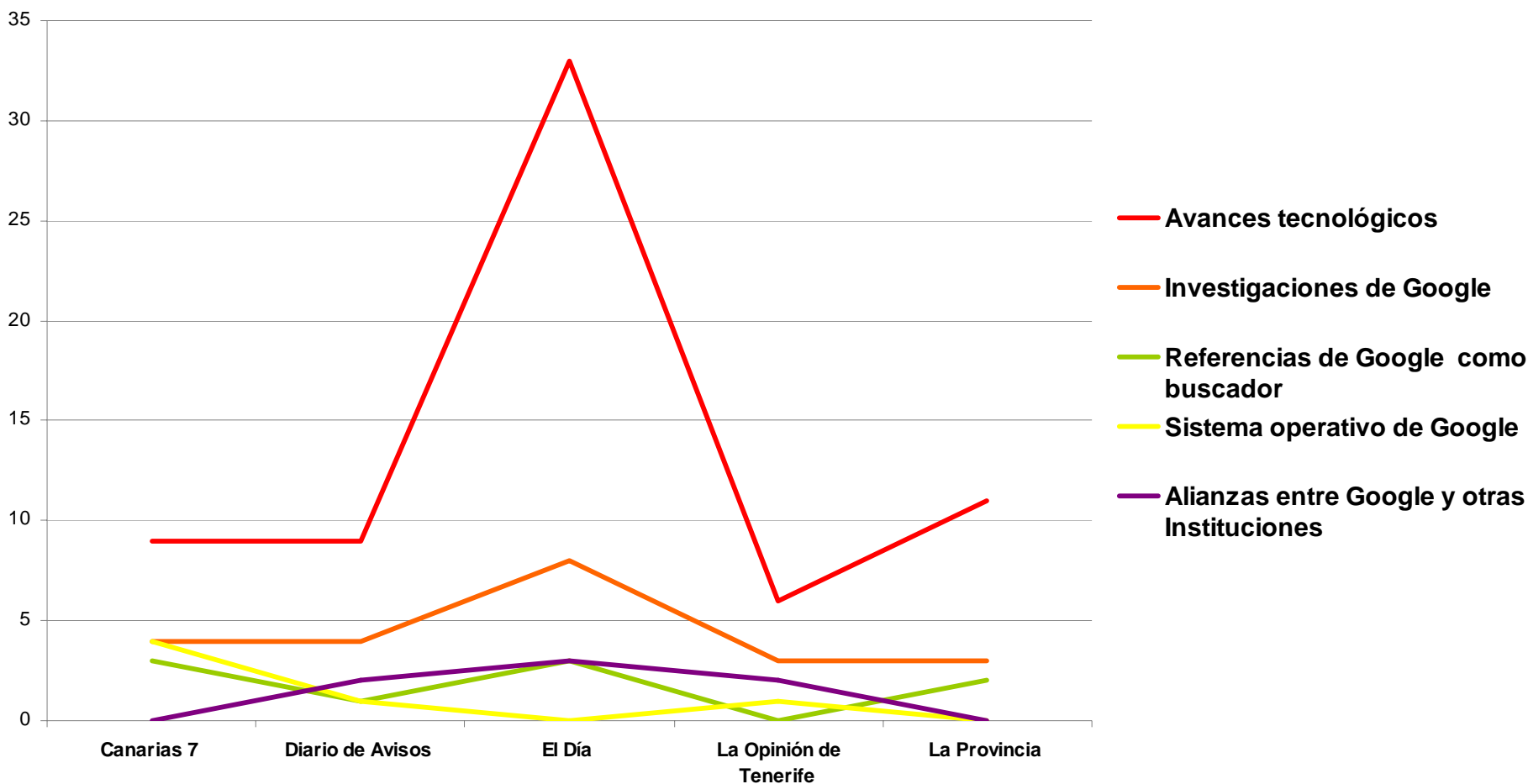


Porcentaje mediático de las tipologías expuestas en relación con Google¹



- Se clasificó como *Avances Tecnológicos* todas las noticias relacionadas con: fallos en la red, aplicaciones, jornadas de tecnológicas, contenidos, servicios, nuevas versiones y protección de datos, entre otros aspectos.
- Se clasificó como *Investigaciones de Google* todas las noticias relacionadas con: estudios sobre los términos más buscados en la red y la coyuntura relacionada con la supuesta identificación de la Atlántida, entre otros aspectos.
- Se clasificó como *Alianzas entre Google y otras Instituciones* todas las noticias relacionadas con: la iniciativa de Google y el Museo del Prado, el proyecto de Google y Nasa para mostrar la contaminación aérea en el mundo y los convenios relacionados con el sector turístico, entre otros aspectos.

Comparación mediática de las diferentes tipologías relacionadas con Google



-Los 5 puntos a tener en cuenta-

1. En términos generales, es posible afirmar que los medios de prensa hicieron énfasis en el protagonismo del sistema operativo de Google como motor de búsqueda y como un modelo innovador en el desarrollo de nuevos avances, contenidos y servicios tecnológicos.
2. Los medios de prensa, en especial El Día y La Provincia, hicieron un seguimiento sistemático de los nuevos avances tecnológicos e innovaciones de Google Maps, Google Orkut, Google Book Search, Google Docs, Google Latitude, Google Lively y la nueva versión 5.0 de Google Earth.
3. Como se proyectó en la tabla de la página anterior, los medios de prensa fijaron su Agenda temática en tipologías relacionadas con avances tecnológicos como, por ejemplo, las jornadas tecnológicas, la protección de datos y la aplicación de nuevas versiones tecnologías, así como investigaciones, proyectos e iniciativas impulsadas por Google.
4. Haciendo énfasis en la tipología de las alianzas entre Google y otras instituciones, los medios de prensa destacaron como diferentes instituciones, multinacionales y organizaciones, entre otros, utilizan la tecnología de Google como una herramienta para impulsar, fomentar y posesionar campañas de medio ambiente y estrategias de marketing, entre otros aspectos. Esta afirmación se puede ver ejemplificada con el convenio alcanzado entre el Ayuntamiento de Arona y Google para promocionar el sector turístico en dicho municipio.
5. Los medios de prensa hicieron una constante referencia al dinamismo de Google en investigaciones y en proyectos relacionados con los estudios sobre los términos y conceptos más buscados en la red, la iniciativa de Google y NASA para mostrar la contaminación aérea y el proyecto de Google Earth en el Museo del Prado.