

Google AI Overviews: retos y oportunidades para los estudiosos y académicos en Información y Comunicación

Google AI Overviews: Challenges and opportunities for Information and Communications scholars

Carlos Lopezosa, Lluís Codina y Javier Guallar

Lopezosa, Carlos; Codina, Lluís; Guallar, Javier (2025). "Google AI Overviews: retos y oportunidades para los estudiosos y académicos en Información y Comunicación". *Anuario ThinkEPI*, v. 19, e19a08.

<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2025.e19a08>

Publicado en IweTel el 24 de abril de 2025

Carlos Lopezosa

<https://www.directorioexit.info/ficha4659>

<https://orcid.org/0000-0001-8619-2194>

Universitat de Barcelona

lopezosa@ub.edu

Lluís Codina

<https://www.directorioexit.info/ficha65>

<https://orcid.org/0000-0001-7020-1631>

Universitat Pompeu Fabra

Lluís.codina@upf.edu

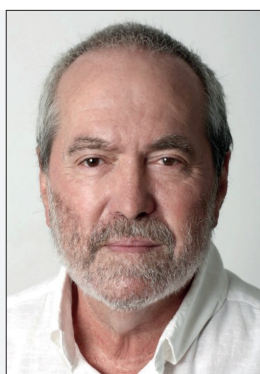
Javier Guallar

<https://www.directorioexit.info/ficha195>

<https://orcid.org/0000-0002-8601-3990>

Universitat de Barcelona

jguallar@ub.edu



Resumen: *Google AI Overviews*, la herramienta de inteligencia artificial generativa integrada en el buscador generalista más utilizado en el mundo, ha llegado a España y con ello, una nueva forma de entender y utilizar los resultados de las búsquedas. Ante esta circunstancia, surge esta nota, que trata de ofrecer, por un lado, una visión general del funcionamiento

actual de *AI Overviews* y, por otro lado, plantear algunas reflexiones sobre los retos y oportunidades que supondrá para los estudiosos y académicos de la Información y la Comunicación.

Palabras clave: *Google AI Overviews*; Buscadores; Búsquedas; Inteligencia Artificial; IA.

Abstract: *Google AI Overviews*, the generative artificial intelligence tool integrated into the world's most widely used general search engine, has arrived in Spain, bringing with it a new way of understanding and consuming search results. In light of this development, this note aims, on the one hand, to provide a general overview of how *AI Overviews* currently works, and on the other hand, to reflect on the challenges and opportunities it presents for scholars in the fields of Information and Communication.

Keywords: *Google AI Overviews*; Search engines; Search; Artificial Intelligence; AI.

Introducción

En mayo de 2023 *Google* presentó *Search Generative Experience (SGE)* (Reid, 2023), una funcionalidad experimental integrada en su buscador que permitía a los usuarios no solo recuperar información sino también interactuar con ella a través de inteligencia artificial generativa (González-Villa, 2023). Como resultado de esta primera prueba piloto, un año más tarde, el 14 de mayo de 2024, el gigante tecnológico anunció ya de forma oficial el lanzamiento en EUA de *Google AI Overviews* (Reid, 2024), nombre que sustituyó a *SGE*.

Pocos meses más tarde, en octubre de ese mismo año, más de 100 países (ninguno de ellos europeo) contaban con la funcionalidad *AI Overviews* activada (Southern, 2024). Finalmente, en marzo de 2025, Google ha anunciado su implementación en Europa, de modo que desde el 26 de marzo de este año ya está disponible para los usuarios europeos (González-Villa, 2025).

Esta tecnología puede marcar un cambio significativo en la experiencia de búsqueda en España, donde los usuarios ahora pueden acceder a resúmenes generados por IA que solucionan su necesidad de información de forma directa junto con enlaces destacados si desean profundizar en la información que buscan (Google, 2025).

Google AI Overviews: qué es y cómo funciona

Como ya hemos ido avanzando, *Google AI Overviews*, que también se conoce como *Google AI O* y como “Vista creada con IA” (según aparece en *Google.es*), es una función de *Google* capaz de generar resúmenes directos y concisos, pero articulados y bien organizados en la parte superior de la página de resultados del buscador, tras una consulta del usuario (Ong, 2025). De este modo, ahora *Google* no es solo un sistema de recuperación de información, sino también un sistema de respuestas. Con ello, se consigue, a priori, mejorar la experiencia de usuario, puesto que reduce la necesidad de visitar múltiples páginas web para obtener información relevante (Nifong, 2024).

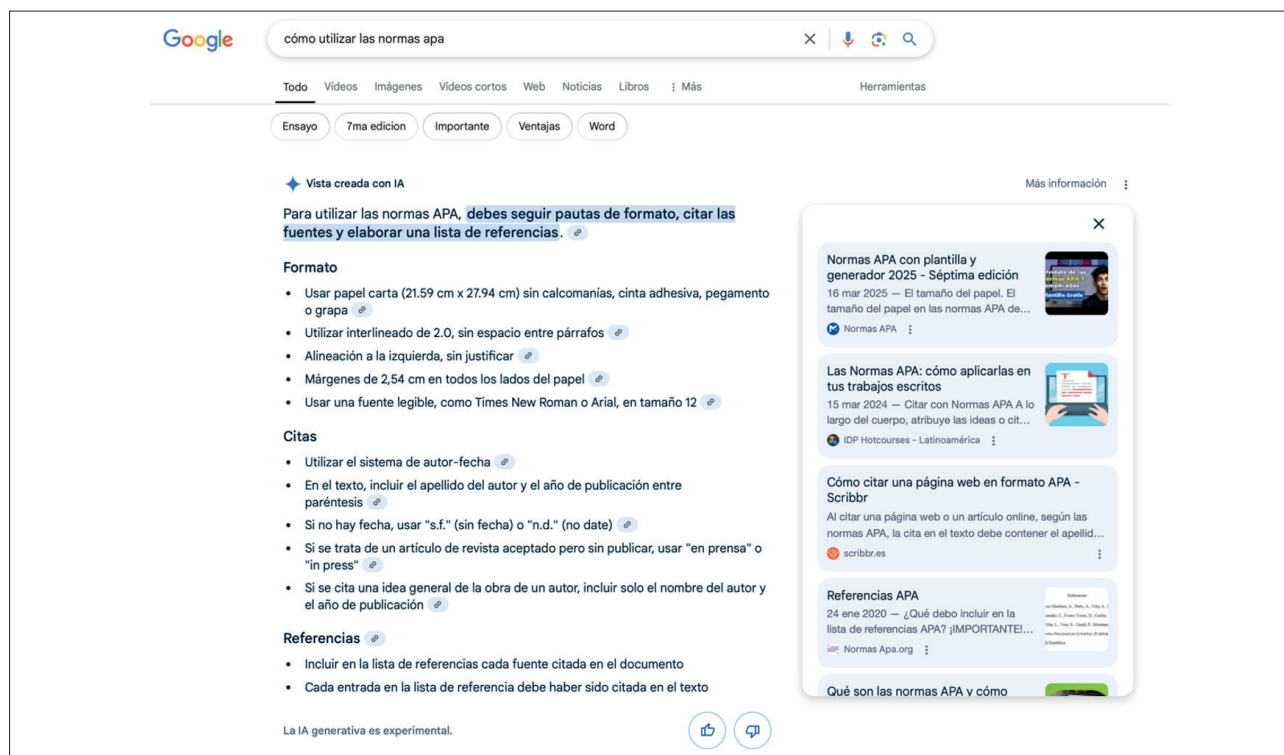


Figura 1. Resultados de búsqueda con función de *AI Overviews* para la consulta de búsqueda “cómo utilizar las normas APA” (captura: 9 abril 2025).

Para lograr estos contenidos generativos, *Google* utiliza tecnología de IA que está impulsada por su modelo de lenguaje avanzado *Gemini* (Reid, 2024).

Otra forma de enfocar este cambio consiste en considerar que *Google AIO* es una aplicación de la nueva tecnología denominada *Retrieval Augmented Generation (RAG)*, en la que *Google* no quiere quedarse atrás. Los sistemas *RAG* sirven precisamente para ofrecer síntesis narrativas o resúmenes obtenidos tras una fase de recuperación de información.

Cabe aclarar que *Google* no siempre muestra la funcionalidad de *AI Overviews* en los resultados de las búsquedas. De hecho, en el momento en el que escribimos esta nota, las pruebas que hemos realizado han demostrado que, al menos de momento, es más frecuente encontrar los resultados de búsqueda tradicionales que los resultados de búsqueda que incorporan *AI Overviews*. No obstante, incluso en el período de unas pocas semanas se ha podido detectar un incremento en los resultados que presentan *AI Overviews*.

En general, parece que las *AI Overviews* tienden a aparecer en consultas temáticas o en preguntas con estructuras similares a “Qué es X”.

En los siguientes párrafos, se lleva a cabo una descripción general de *Google AIO* centrándonos en los elementos que la componen. En este sentido, si realizamos una búsqueda en *Google* y obtenemos un resultado de “Vista creada con IA” se observan algunos elementos diferenciales a los resultados tradicionales (figuras 2, 3 y 4).

The screenshot shows a Google search interface with the query "qué es la catalogación". The search results are displayed in a clean, modern layout. At the top, there's a navigation bar with tabs for "Todo", "Imágenes", "Videos", "Videos cortos", "Noticias", "Libros", "Web", and "Más". Below this, the search results are organized into sections. The first section is titled "Vista creada con IA" (View created with AI). It contains a definition of cataloging: "La catalogación es el proceso de describir y organizar documentos de manera que se puedan identificar y recuperar. Es una técnica de análisis documental que se utiliza en bibliotecas, archivos, museos, y otros depósitos." This is followed by a list of objectives: "Objetivo Identificar y localizar documentos, Organizar colecciones, Facilitar la recuperación de información, Proporcionar puntos de acceso para buscar y seleccionar recursos." Then, there's a section titled "Etapas" (Steps) with four numbered points: 1. Seleccionar y describir los elementos informativos, 2. Establecer puntos de acceso, como autorías, títulos, o temas, 3. Asignar una signatura topográfica, 4. Producir listas de recursos de información. Below this is a section titled "Normas" (Standards) with three bullet points: La catalogación se realiza de acuerdo a normas vigentes y ampliamente utilizadas, Los puntos de acceso deben ser coherentes, and Deben haber suficientes metadatos en el registro sustituto. The next section is titled "Resultado" (Result) with one bullet point: El resultado de la catalogación es el catálogo, que actúa de intermediario entre los usuarios y el fondo documental. Finally, there's a concluding sentence: "La catalogación es una disciplina de la Ciencia de la Información." To the right of the main text, there's a sidebar with additional information, including a Wikipedia entry for "Catalogación" and a link to "Conceptos básicos. Apuntes de catalogación - Bibliopos: Biblioteca...". At the bottom of the sidebar, there's a button that says "Mostrar todos" (Show all).

Figura 2. Resultados de búsqueda con funcionalidad de *AI Overviews* para la consulta “qué es la catalogación” (captura: 9 abril 2025).

En primer lugar, encontramos un epígrafe que indica “Vista creada con IA”, que informa al usuario de que el resultado obtenido está creado con inteligencia artificial.

Un segundo elemento que se observa es el propio contenido generado por IA. En él se muestra:

- Un destacado que por lo general es la afirmación o descripción corta que cubre de manera básica la intención de búsqueda; en el caso de la figura 2 sería “...proceso de describir y organizar documentos de manera que se puedan identificar o recuperar” y en el caso de la figura 3 “...puede ser una buena opción si te interesa la comunicación, la creatividad y el trabajo en equipo”.
- La posibilidad de ampliar la respuesta en algunos casos. Es fácil que, en general, esta respuesta ampliada consista en una síntesis narrativa bien articulada en apartados con cabeceras y que incluyan elementos como listas.
- Un icono de cadena que representa las fuentes consultadas para construir el contenido generado por *AI Overviews*. Esta cadena es un enlace interactivo que permite mostrar las fuentes que se encuentran en la parte lateral del resultado creado con IA (figura 4).

En tercer lugar, se muestra la afirmación “La IA generativa es experimental” y los iconos pulgar arriba y pulgar abajo. Estos dos elementos confirman por un lado que el resultado de IA generado por *Google* puede ser impreciso, y que, por otro lado, podemos ayudar a refinar los resultados interactuando con el icono del pulgar.

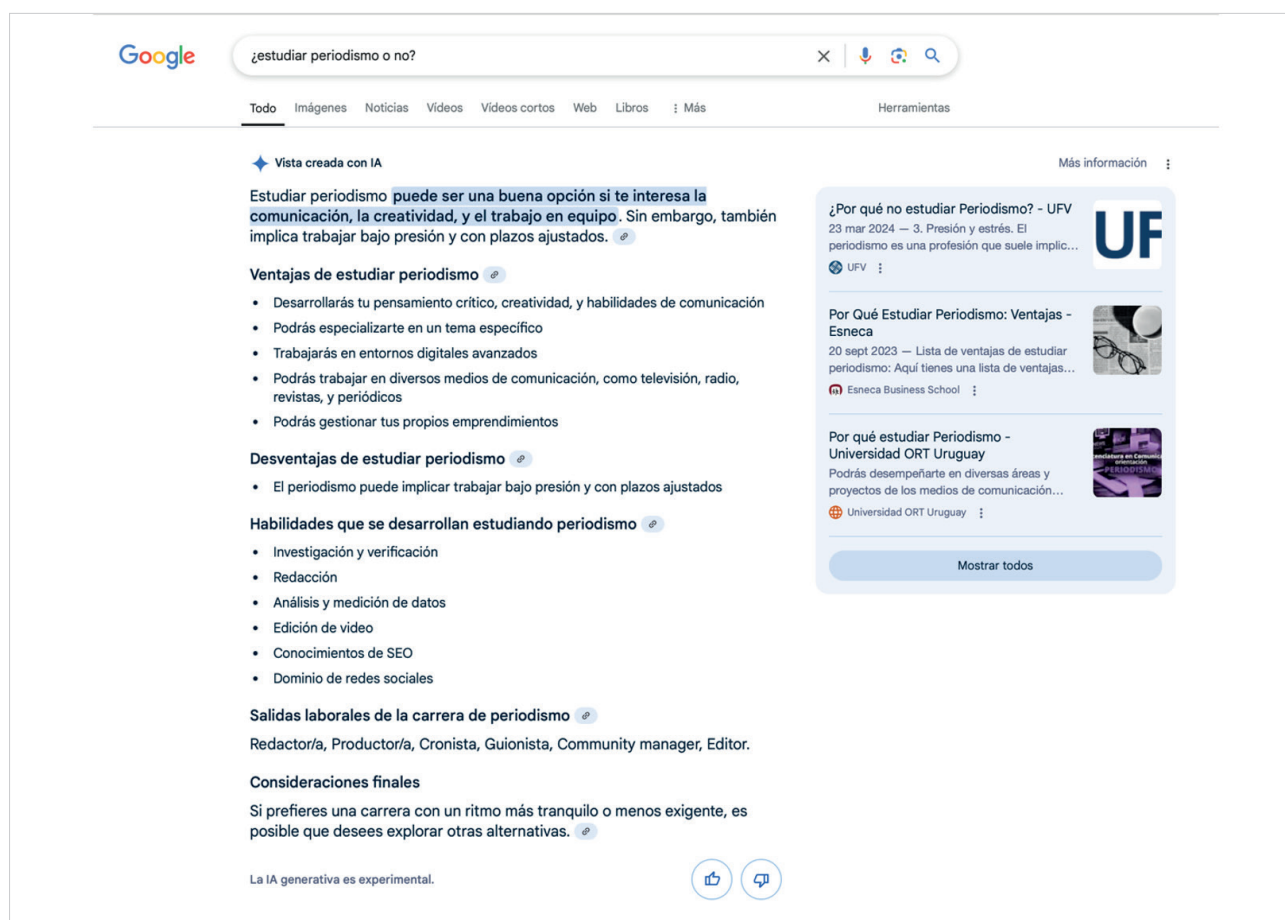


Figura 3. Resultados de búsqueda con funcionalidad de *AI Overviews* para la consulta “¿estudiar periodismo o no?” (captura: 9 abril 2025).

Por último, en el lateral de los resultados aparecen las fuentes con las que se construyó el texto generado por *AI overviews*. Este elemento, por tanto, incluye las fuentes consultadas por *Google* para generar el contenido sintético que trata de resolver la intención de búsqueda y, además, permite al usuario ingresar a la página web donde está el contenido completo de la fuente.



Figura 4. Resultados de búsqueda con funcionalidad de AI Overviews para la consulta “filosofía detrás de Matrix” (captura: 9 abril 2025).

Si bien se han mostrado solo algunos ejemplos de los muchos posibles y posiblemente habrá nuevas funcionalidades en el futuro (Reid, 2023), queda patente que con AI overviews sintetizando información y presentándola directamente en los resultados de búsqueda, es necesario aprender nuevas estrategias de visibilidad que ayuden a garantizar que las publicaciones de los sitios web sean reconocidas y citadas por la IA.

En este sentido, consideramos que, por sus características específicas, los académicos de Información y Comunicación jugarán un papel fundamental, tanto en la investigación como en la docencia con esta nueva página de resultados que combina un sistema de recuperación de información con un sistema de respuestas.

Desafíos y oportunidades

Estamos en una fase muy embrionaria de *Google AIO*; sin embargo, nos aventuramos a decir que los investigadores y profesores de Comunicación y Documentación que tienen como líneas de investigación y ejes de especialización los medios de comunicación online y la recuperación de la información, por citar solo algunos casos, enfrentan el reto de adaptarse a esta tecnología, lo que implica, inevitablemente, actualizar sus conocimientos sobre las tendencias actuales en inteligencia artificial.

En este sentido, creemos que, al mismo tiempo, la integración de *AI Overviews* abre líneas de investigación fascinantes relacionadas, especialmente, con la visibilidad web, el impacto en el comportamiento del usuario y las estrategias digitales.

Concretamente, estos nuevos ejes investigativos podrían ir encaminados, entre otras cosas, a:

- evaluar la precisión de los resúmenes generados por IA;
- analizar los cambios en la interacción con los resultados de búsqueda y por lo tanto con el comportamiento de los usuarios;
- analizar cómo los sitios web ajustan sus contenidos para optimizar su visibilidad, lo que se ha denominado, al menos por el momento, *Generative Engine Optimization* (GEO) como analogía al SEO (Aggarwal et al., 2024),
- estudiar el efecto que tendrán los resultados con IA sobre el tráfico web e incluso a analizar el rol que tendrán las búsquedas informativas en contraposición de otro tipo de búsquedas como por ejemplo las transaccionales;
- estudiar cuestiones como la ética y la transparencia, en aspectos como los sesgos o posibles tendencias que vayan contra valores democráticos o de convivencia;
- estudiar el uso de las fuentes en las respuestas;
- por último, se podría estudiar *AI overviews* desde un punto de vista más tecnológico haciendo hincapié en las posibles mejoras de su modelo generativo.

Estas propuestas de investigación son solo algunas ideas de las muchas posibilidades investigativas que consideramos se materializarán en un futuro (Lopezosa; Codina, 2023; Lopezosa, 2023). Creemos que estos trabajos serán fundamentales para comprender cómo *Google AIO* puede acabar transformando el ecosistema digital y, en particular, la forma en que interactuamos con los buscadores.

Asimismo, será importante explorar vías para incorporar los resultados de estas investigaciones en los planes docentes de los grados de Documentación y Comunicación, con el objetivo de que los estudiantes no solo aprendan a utilizar adecuadamente herramientas como *AI Overviews*, sino que también comprendan el impacto de los sistemas *RAG* en general, tanto desde el punto de vista de los medios de comunicación en cuanto a visibilidad, veracidad y jerarquización de la información, como desde el punto de vista de la recuperación de información, respecto a nuevos modelos de interacción, contextualización y síntesis de resultados con IA.

En definitiva, esta nota ha querido mostrar por un lado cómo son los resultados de *Google AI Overviews* en estos momentos y, por otro lado, poner en relieve que esta tecnología puede acabar modificando la forma en la que buscamos y usamos la información a través de los buscadores. Sin duda, estamos ante un campo apasionante y lleno de posibilidades en el que desde la Academia tenemos mucho que aportar.

Financiación

Este trabajo forma parte del proyecto “Parámetros y estrategias para incrementar la relevancia de los medios y la comunicación digital en la sociedad: curación, visualización y visibilidad (CUVICOM)” financiado por MICIU/AEI/PID2021-123579OB-I00 y por FEDER/UE.

Referencias

- Aggarwal, Pranjal; Murahari, Vishvak; Rajpurohit, Tanmay; Kalyan, Ashwin; Narasimhan, Karthik; Deshpande, Ameet** (2024). “GEO: Generative engine optimization”. In: *Proceedings of the 30th ACM SIGKDD Conference on Knowledge Discovery and Data Mining*, pp. 5-16.
<https://arxiv.org/pdf/2311.09735>
- González-Villa, Juan** (2023). “La patente detrás de Google SGE, explicada”. *Useo*, 30 noviembre.
<https://useo.es/patente-google-sge>
- González-Villa, Juan** (2025). “Las AI Overviews llegan a España: tipos de búsqueda, efectos y ejemplos”. *Useo*, 28 marzo.
<https://useo.es/google-ai-overviews-espana>
- Google** (2025). *Resúmenes creados con IA y tu sitio web*.
<https://developers.google.com/search/docs/appearance/ai-overviews?hl=es>
- Lopezosa, Carlos** (2023). “Bing chat: hacia una nueva forma de entender las búsquedas”. *Anuario ThinkEPI*, 17.
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a04>
- Lopezosa, Carlos; Codina, Lluís** (2023). “Probando *Bard*: así funciona la Inteligencia Artificial Generativa de Google”. *Anuario ThinkEPI*, 17.
<https://doi.org/10.3145/thinkepi.2023.e17a25>
- Nifong, Casey** (2024). “Google AI Overviews: Everything you need to know”. *Search Engine Land*, December 18.
<https://searchengineland.com/google-ai-overviews-everything-you-need-to-know-449399>
- Ong, Si-Quan** (2025). “Google AI Overviews: Todo lo que tienes que saber”. *Hrefs*, 18 enero.
<https://ahrefs.com/blog/es/google-ai-overviews-guia>
- Reid, Elizabeth** (2023). “Supercharging Search with generative AI”. *Blog Google*, May 10.
<https://blog.google/products/search/generative-ai-search>
- Reid, Elizabeth** (2024). “Generative AI in Search: Let Google do the searching for you”. *Blog Google*, May 14.
<https://blog.google/products/search/generative-ai-google-search-may-2024>
- Southern, Matt** (2024). “Google Expands AI Overviews in search to over 100 countries”. *Search Engine Journal*, October 24.
<https://www.searchenginejournal.com/google-expands-ai-overviews-in-search-to-over-100-countries/531016>