

# **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>

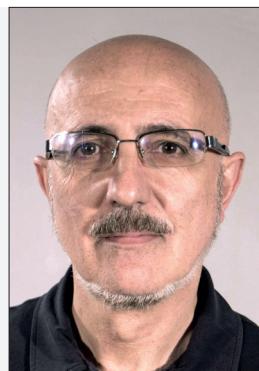
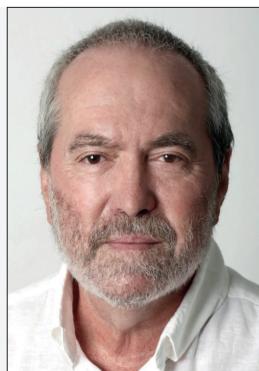
Publicado en *IweTel* el 24 de abril de 2025

## **Carlos Lopezosa**

<https://www.directorioexit.info/ficha4659>  
<https://orcid.org/0000-0001-8619-2194>  
Universitat de Barcelona  
*lopezosa@ub.edu*

## **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 AIO* 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).

The screenshot shows a Google search results page for the query "cómo utilizar las normas apa". At the top, there's a search bar with the query, followed by a navigation bar with links like "Todo", "Videos", "Imágenes", "Vídeos cortos", "Web", "Noticias", "Libros", "Más", and "Herramientas". Below the search bar, there are several buttons: "Ensayo", "7ma edición", "Importante", "Ventajas", and "Word". A prominent feature is a blue diamond icon followed by the text "Vista creada con IA". Below this, a snippet of text reads: "Para utilizar las normas APA, debes seguir pautas de formato, citar las fuentes y elaborar una lista de referencias." Under the heading "Formato", there's a bulleted list: "Usar papel carta (21.59 cm x 27.94 cm) sin calcomanías, cinta adhesiva, pegamento o grapas", "Utilizar interlineado de 2.0, sin espacio entre párrafos", "Alineación a la izquierda, sin justificar", "Márgenes de 2,54 cm en todos los lados del papel", and "Usar una fuente legible, como Times New Roman o Arial, en tamaño 12". The section "Citas" contains: "Utilizar el sistema de autor-fecha", "En el texto, incluir el apellido del autor y el año de publicación entre paréntesis", "Si no hay fecha, usar "s.f." (sin fecha) o "n.d." (no date)", "Si se trata de un artículo de revista aceptado pero sin publicar, usar "en prensa" o "in press\"", and "Si se cita una idea general de la obra de un autor, incluir solo el nombre del autor y el año de publicación". The "Referencias" section includes: "Incluir en la lista de referencias cada fuente citada en el documento" and "Cada entrada en la lista de referencia debe haber sido citada en el texto". At the bottom left, it says "La IA generativa es experimental." On the right side, there's a sidebar titled "Más información" with three cards: "Normas APA con plantilla y generador 2025 - Séptima edición", "Las Normas APA: cómo aplicarlas en tus trabajos escritos", and "Cómo citar una página web en formato APA - Scribbr". Below these is a card for "Referencias APA" from "Normas Apa.org" and a link to "Qué son las normas APA y cómo".

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 results page for the query "qué es la catalogación". At the top, there is an AI-generated overview section titled "Vista creada con IA" which provides a general definition of cataloging. Below this, there are several traditional search results, each with a snippet of text and a small image. The results include a Wikipedia entry on cataloging, a link to "Conceptos básicos. Apuntes de catalogación - Bibliopos: Biblioteca ...", and a link to "que es catalogacion - Pregunte, las bibliotecas responden". At the bottom of the AI-generated overview, there is a note stating "La IA generativa es experimental." with two blue circular icons for interaction.

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 ícono 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 ícono del pulgar.

Google

¿estudiar periodismo o no?

Vista creada con IA

Estudiar periodismo puede ser una buena opción si te interesa la comunicación, la creatividad, y el trabajo en equipo. Sin embargo, también implica trabajar bajo presión y con plazos ajustados.

Ventajas de estudiar periodismo

- Desarrollarás tu pensamiento crítico, creatividad, y habilidades de comunicación
- Podrás especializarte en un tema específico
- Trabajaráis en entornos digitales avanzados
- Podrás trabajar en diversos medios de comunicación, como televisión, radio, revistas, y periódicos
- Podrás gestionar tus propios emprendimientos

Desventajas de estudiar periodismo

- El periodismo puede implicar trabajar bajo presión y con plazos ajustados

Habilidades que se desarrollan estudiando periodismo

- Investigación y verificación
- Redacción
- Análisis y medición de datos
- Edición de video
- Conocimientos de SEO
- Dominio de redes sociales

Salidas laborales de la carrera de periodismo

Redactor/a, Productor/a, Cronista, Guionista, Community manager, Editor.

Consideraciones finales

Si prefieres una carrera con un ritmo más tranquilo o menos exigente, es posible que desees explorar otras alternativas.

La IA generativa es experimental.

Más información

UFV

Por qué no estudiar Periodismo? - UFV

23 mar 2024 — 3. Presión y estrés. El periodismo es una profesión que suele implicar trabajar bajo presión y con plazos ajustados.

UFV

Por Qué Estudiar Periodismo: Ventajas - Esneca

20 sept 2023 — Lista de ventajas de estudiar periodismo: Aquí tienes una lista de ventajas...

Esneca Business School

Por qué estudiar Periodismo - Universidad ORT Uruguay

Podrás desempeñarte en diversas áreas y proyectos de los medios de comunicación...

Universidad ORT Uruguay

Mostrar todos

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.

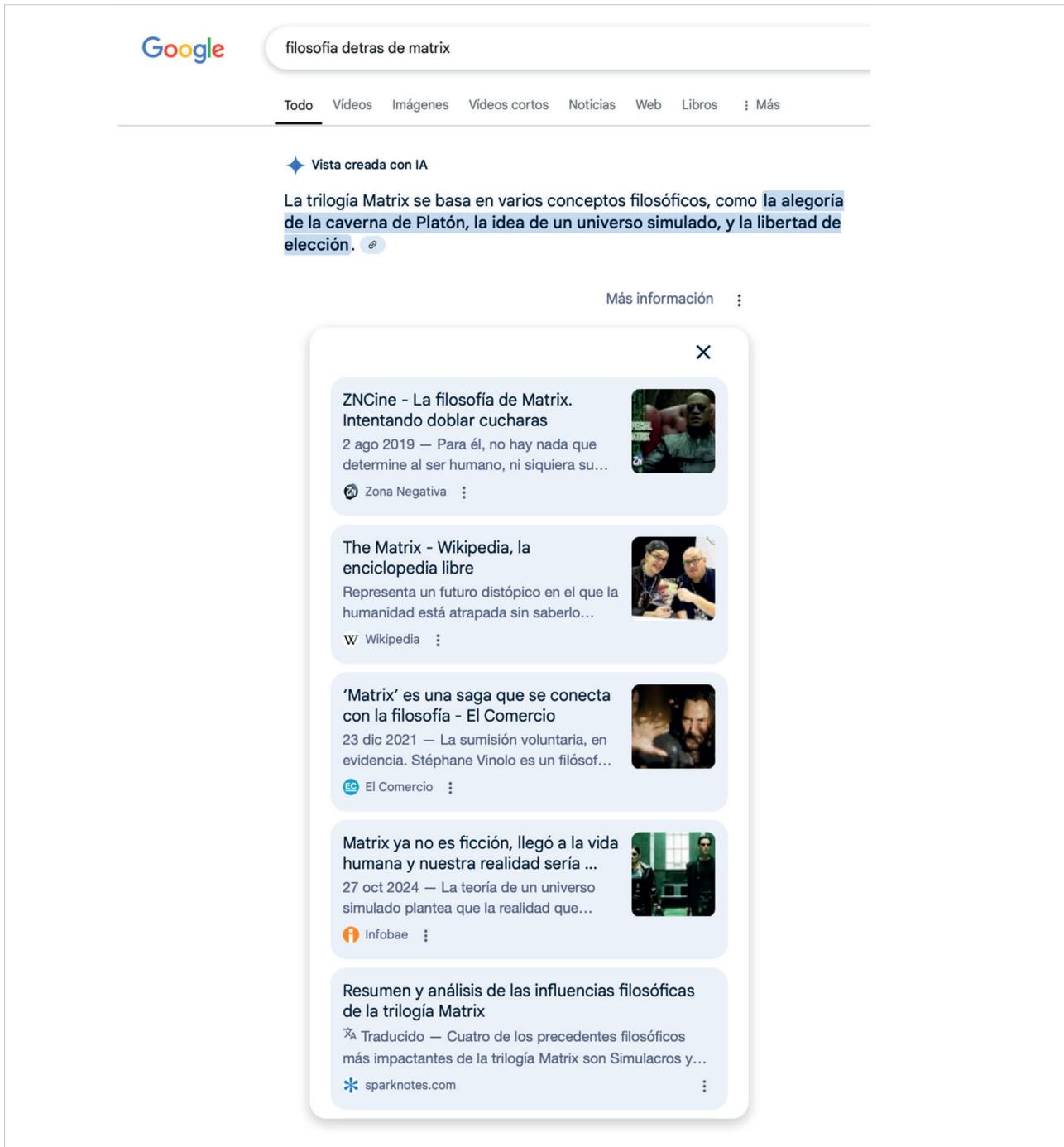


Figura 4. Resultados de búsqueda con funcionalidad de AI Overviews para la consulta “filosofía detrás de Matrix” (captura: 9 abril 2025).

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 AI/O*; 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 AI/O* 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/PID2021-1235790B-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](https://arxiv.org/pdf/2311.09735.pdf)
- 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>