



## Agregadores y documentación periodística: una relación estratégica para la visibilidad y el acceso a las noticias

**Carlos Lopezosa**

Universidad de Barcelona ✉ 

**Javier Guallar**

Universidad de Barcelona ✉ 

**Mari Váñez**

Universidad de Barcelona ✉ 

<https://dx.doi.org/10.5209/dcin.96422>

**ES Resumen:** Presentación del número monográfico dedicado a la documentación periodística y a los agregadores de noticias. Se ofrece una visión general de la importancia de los agregadores en el ecosistema mediático y se analizan aspectos como la personalización de contenido y la curación de contenidos algorítmica. Asimismo, se ofrece una visión general sobre Google News y Google Discover, los dos grandes servicios de agregación de noticias más usados en España. Seguidamente, se presentan las investigaciones que forman parte de este monográfico. Por último, se ofrecen algunas posibles líneas de investigación que ayuden a continuar con los estudios sobre esta temática.

**Palabras clave:** Periodismo, Agregadores de noticias, Documentación periodística, Google News, Google Discover.

### ENG **Aggregators and news librarianship: A strategic relationship for news visibility and access**

**Abstract:** Introduction to the special issue dedicated to journalistic documentation and news aggregators. A general overview is provided on the importance of aggregators in the media ecosystem, exploring aspects such as content personalization and algorithmic content curation. Additionally, an overview is given of Google News and Google Discover, the two major news aggregation services most used in Spain. Following that, the research studies included in this special issue are presented. Lastly, some potential research directions are suggested to further explore this topic.

**Keywords:** Journalism, News Aggregators, Journalistic Documentation, Google News, Google Discover.

**Sumario:** 1. Los agregadores en el ecosistema mediático. 2. El papel de los servicios de agregación de noticias de Google en España. 3. La propuesta de este monográfico. 4. Referencias bibliográficas.

**Cómo citar:** Lopezosa, C.; Guallar, J.; Váñez, M. (2024). Agregadores y documentación periodística: una relación estratégica para la visibilidad y el acceso a las noticias. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 47, 1-3.

### 1. Los agregadores en el ecosistema mediático

Los agregadores de noticias desempeñan un papel significativo en la distribución de información en internet (Canavilhas y Satuf, 2016; Edo-Bolos et al., 2019). Los agregadores se caracterizan porque recopilan noticias de diversas fuentes y las presentan en un solo lugar, reduciendo el tiempo de consumo para los lectores (Mohamed et al., 2020).

Siguiendo la clasificación de sistemas de acceso a contenidos de prensa digital de Guallar, Abadal y Codina (2013), los agregadores constituyen una de las cuatro grandes categorías de fuentes para la información y la documentación periodística, junto a: los sistemas de acceso a cabeceras mediáticas (directorios), los sistemas de búsqueda de noticias (buscadores, hemerotecas digitales y bases de datos de prensa) y los sistemas de seguimiento de

noticias (servicios de clipping y seguimiento en redes sociales, entre otros). Y podemos añadir aquí, que son probablemente la más dinámica de las cuatro grandes categorías señaladas.

Así, los agregadores de noticias se han convertido en la actualidad en una parte fundamental del ecosistema que envuelve a los medios de comunicación digitales (Hanusch, 2017), principalmente porque se han transformado en fuentes de información de relevancia para las audiencias (Lee y Chyi, 2015; Camacho-Markina et al. 2019).

En este sentido, no solo brindan una manera sencilla para que los lectores accedan a una amplia gama de productos periodísticos, sino que, además, les permiten explorarlos desde diferentes perspectivas, formatos y fuentes de información (Hamborg et al., 2020).

Es importante destacar, como antes ya se ha sugerido, que en la última década los agregadores se han ido perfeccionando y sofisticando progresivamente. Así, se ha pasado de la existencia de una gran diversidad de tipos de agregadores, desde los basados en la agregación manual, a los de agregación social y de agregación automatizada de noticias (Guallar, Abadal y Codina, 2013), a unos servicios basados fundamentalmente en la actualidad en algoritmos y sistemas de automatización que son capaces de seleccionar y de personalizar el contenido para cada usuario (Cádiz, 2018).

Este tipo de distribución de noticias personalizadas por agregación algorítmica está permitiendo, por un lado, aumentar la fidelidad del lector a largo plazo (Bodó, 2021; Kotenidis y Veglis, 2021) y, por otro lado, acceder a una mayor diversidad de fuentes de información periodística (Kwak et al., 2021).

Además, no cabe duda de que este tipo de sistemas algorítmicos están teniendo un impacto muy significativo también en las prácticas profesionales periodísticas, afectando, no solo a la búsqueda y la documentación de informaciones, sino también a la distribución y a la creación de contenido de noticias (Kunert, 2019).

## 2. El papel de los servicios de agregación de noticias de Google en España

El consumo de noticias en la actualidad refleja la supremacía de Google como el principal jugador en el mercado de servicios de agregación de noticias, hasta el punto de transformar la manera en la que los usuarios consumen noticias en España (Negredo, 2023).

En este sentido, los servicios de Google News y Google Discover desempeñan roles fundamentales, principalmente porque ofrecen contenido relevante y personalizado a los usuarios, lo que supone una experiencia distinta pero complementaria a la búsqueda de información en Google y Bing (Lopezosa, 2022; Lopezosa et al. 2023), por poner algunos ejemplos.

Sin ir más lejos, Google Discover, anteriormente conocido como Google Feed, se caracteriza por su capacidad de proporcionar noticias relacionadas con los intereses de los usuarios sin la necesidad de realizar búsquedas activas en Google (Google, 2020a). De hecho, funciona como un sistema de curación de contenidos, permitiendo a los usuarios configurar sus preferencias para filtrar fuentes y recibir contenido personalizado (Google, 2020b).

En esencia, este servicio de Google combina algoritmos que identifican los intereses del usuario con las tendencias actuales, creando así un flujo continuo de noticias que abarcan secciones como actualidad, entretenimiento, deportes o datos meteorológicos (Infobae, 2019; Lopezosa et al., 2023).

Por su parte, Google News ha marcado un hito importante en el panorama mediático español desde su relanzamiento el 22 de junio de 2022 – recordemos que cerró su servicio en España en 2014 (Guallar, 2015) –. Este nuevo movimiento de Google, a través de su servicio de News, ha significado una oportunidad estratégica para los medios de comunicación en términos de visibilidad web, promoción y generación de ingresos.

Prueba de ello, son los resultados del estudio anual Digital News Report del Reuters Institute que confirma, entre otras cosas, que uno de cada cuatro usuarios españoles usa Google News, y uno de cada cinco, Google Discover (Negredo, 2023).

Por todo ello, ante la importancia actual de los agregadores de noticias en el ecosistema mediático, consideramos necesario el lanzamiento de este monográfico que examina diversas facetas del fenómeno de los agregadores de noticias.

## 3. La propuesta de este monográfico

Este monográfico, titulado Documentación periodística y agregadores de noticias, se compone de tres artículos. En conjunto, se ofrece una visión completa de los desafíos éticos, el impacto cuantitativo y los hábitos de los usuarios en el contexto de los agregadores de noticias. Se trata de investigaciones de gran valor tanto para académicos como para estudiosos y profesionales de la comunicación, la documentación y la visibilidad web.

En “Agregadores de noticias: una aproximación al estado del arte sobre las consideraciones éticas en los algoritmos de recomendación” de Juan-José Boté-Vericad, Henrique-Silva Afonso-Mendonça y Emina Adilović, se profundiza en la función de los agregadores de noticias. Para ello, se analizan 15 de ellos en términos de personalización, recomendación, notificaciones y curación de contenidos. A través de una revisión bibliográfica, el artículo aborda los desafíos éticos vinculados a la recopilación, selección y distribución de noticias, abarcando temas cruciales como la privacidad, la diversidad informativa y la lucha contra la desinformación. Además, se proponen soluciones y mejores prácticas para hacer frente a estas cuestiones éticas.

En el siguiente artículo de investigación titulado “Perspectivas en Contraste: Análisis Comparativo Cuantitativo España y Brasil de la Cobertura del Conflicto Israelí-Palestino en Google News”, Douglas Farias Cordeiro lleva a cabo un estudio cuantitativo comparativo entre las ediciones española y brasileña de Google News. Como resultados, se revelan diferencias significativas en la proporción y el enfoque de las noticias relacionadas con el conflicto israelí-palestino durante el mes de octubre de 2023.

Por último, en “Hábitos de uso y nivel de satisfacción de los usuarios frente a los agregadores de noticias chinos” de Mingzhu Li, Alejandro Morales-Vargas y Rafael Pedraza-Jiménez, se examina la creciente presencia de agregadores de noticias en

China, especialmente a través de dispositivos móviles. Este estudio analiza los hábitos de uso de los usuarios y los contrasta con las características de estas plataformas mediante una encuesta en línea que recopiló 474 respuestas válidas. El objetivo es proporcionar perfiles de usuarios chinos de este tipo de servicios, identificar tendencias de uso y frecuencia de opciones para mejorar la calidad del servicio.

Por último, instamos a todos los interesados a prestar especial atención a los resultados y las

conclusiones que se presentan en este monográfico, ya que nos brindan la oportunidad de comprender mejor algunas de las claves del funcionamiento del actual ecosistema mediático así como contemplar posibles líneas de investigación relacionadas con temas específicos, como pautas y hábitos de uso de estos sistemas, estudios comparativos de los servicios de agregadores en diferentes países o en relación con determinadas temáticas y contenidos informativos, y por ende, su impacto en el ámbito de la Documentación y la Comunicación.

#### 4. Referencias bibliográficas

- Bodó, B. (2021). Selling news to audiences—a qualitative inquiry into the emerging logics of algorithmic news personalization in European quality news media. *Digital Journalism*, 7(8) Algorithms, Automation, and News), 1054-1075. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1624185>.
- Cádima, F. R. (2018). Journalism at the crossroads of the algorithmic turn. *Artigos*, 18(32), 171-185. [https://doi.org/10.14195/2183-5462\\_32\\_12](https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_12).
- Camacho-Markina, I., Pastor, J. M. y Urrutia, S. (2019). The role of the media with regard to news aggregators. Their presence on Menéame. *Communication & Society*, 32(4), 17-28. <https://doi.org/10.15581/003.32.27388>.
- Canavilhas, J. y Satuf, I. (2016). Who brings the news?: Exploring the aggregators apps for mobile devices. In *Emerging perspectives on the mobile content evolution* (pp. 220-238). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8838-4.ch012>.
- Edo-Bolós, C., Yunquera Nieto, J. y Bastos, H. (2019). Content syndication in news aggregators. Towards devaluation of professional journalistic criteria. *Comunicar: revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 27(59), 29-38. <https://doi.org/10.3916/C59-2019-03>.
- Google (2020a). Discover y tu sitio web. *Google Developers*, <https://developers.google.com/search/docs/advanced/mobile/google-discover>.
- Google (2020b). Personalizar el contenido de Discover. *Support.google*, <https://support.google.com/web-search/answer/2819496?hl=es&co=GENIE.Platform%3DAndroid>.
- Guallar, J. (2015). Prensa digital en 2013-2014. *Anuario ThinkEPI*, 9, 153-160. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2015.37>.
- Guallar, J., Abadal, E. y Codina, L. (2013). Sistemas de acceso a la información de prensa digital: tipología y evolución. *Investigación bibliotecológica*. 2013, 27(61), 29-52. <http://eprints.rclis.org/21044/>.
- Hamborg, F., Meuschke, N. y Gipp, B. (2020). Bias-aware news analysis using matrix-based news aggregation. *International Journal on Digital Libraries*, 21(2), 129-147. <https://doi.org/10.1007/s00799-018-0239-9>.
- Hanusch, F. (2017). Web analytics and the functional differentiation of journalism cultures: individual, organizational and platform-specific influences on newswork. *Information, Communication & Society*, 20(10), 1571-1586. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1241294>.
- Infobae (2019). Cómo usar Google Discover para ver las noticias que te interesan en tu celular. *Infobae*, <https://www.infobae.com/america/tecnologia/2019/09/02/como-usar-google-discover-para-ver-las-noticias-que-te-interesan-en-tu-celular/>.
- Kotenidis, E. y Veglis, A. (2021). Algorithmic journalism – Current applications and future perspectives. *Journalism and Media*, 2(2), 244-257. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2020014>.
- Kunert, J. (2019). Journalists, Meet Your New Colleague Algorithm: The Impact of Automation on Content Distribution and Content Creation in the Newsroom. En T. Osburg, y S. Heinecke (eds.), *Media Trust in a Digital World* (pp. 135-148). Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-30774-5\\_10](https://doi.org/10.1007/978-3-030-30774-5_10).
- Kwak, K. T., Lee, S. Y. y Lee, S. W. (2021). News and user characteristics used by personalized algorithms: The case of Korea's news aggregators, Naver News and Kakao News. *Technological Forecasting and Social Change*, 171, 120940. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120940>.
- Lee, A. M. y Chyi, H. I. (2015). The rise of online news aggregators: Consumption and competition. *International Journal on Media Management*, 17(1), 3-24. <https://doi.org/10.1080/14241277.2014.997383>.
- Lopezosa, C. (2022). Google News regresa a España: retos y oportunidades para profesionales y académicos. *Anuario ThinkEPI*, 16. <https://doi.org/10.3145/thinkepi.2022.e16a20>.
- Lopezosa, C., Giomelakis, D., Pedrosa, L. y Codina, L. (2023). Google Discover: uses, applications and challenges in the digital journalism of Spain, Brazil and Greece. *Online Information Review*. <https://doi.org/10.1108/OIR-10-2022-0574>.
- Mohamed, A., Ibrahim, M., Yasser, M., Mohamed, A., Gamil, M. y Hassan, W. (2020). News Aggregator and Efficient Summarization System. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(6). <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2020.0110677>.
- Negredo, S. (2023). Uno de cada cuatro internautas españoles dice usar Google News, y uno de cada cinco, Discover. *Digitalnewsreport.es*. <https://www.digitalnewsreport.es/2023/uno-de-cada-cuatro-internautas-espanoles-dice-usar-google-news-y-uno-de-cada-cinco-discover/>.