

12
JORNADES CATALANES
D'INFORMACIÓ
I DOCUMENTACIÓ
BARCELONA
19 I 20 DE MAIG DE 2010

Guerra de medios digitales. Google News, el ABC.es y la cobertura de la búsqueda 'estatut' durante la crisis informativa de la 'dignitat de Catalunya'

CARLOS GONZALO / Doctorando en Comunicación Social, Universitat Pompeu Fabra.
Consultor de e-comunicación, Grupo Inforpress
cgonzalo@inforpress.es

Resumen

El editorial de 12 periódicos catalanes en defensa del estatut de Catalunya del 26 de noviembre detonó una escalada informativa en prensa escrita y online. Durante un periodo de diez días se registraron los resultados para la búsqueda 'estatut' del agregador de noticias Google News España. El análisis de los datos extraídos muestra que el diario ABC fue el medio online líder con una cobertura mucho mayor que 'El País', 'El Mundo' o la prensa catalana. Un análisis en detalle de los resultados de Google News abre algunas incógnitas sobre la relevancia de las noticias de ABC y la manera en la que Google indexó y ordenó las noticias relativas al estatut.

Palabras clave

guerra mediática, Google News, Estatut de Catalunya, prensa digital, medios digitales, ABC.es, grupo Vocento, dinámicas de información, contrainformación

1. Introducción

El 26 de Noviembre la búsqueda 'estatut' mostraba como primer resultado en Google News una noticia del periódico Público.es titulada 'Guerra mediática en torno al Estatut'¹. El editorial común de los 12 diarios catalanes en defensa de la dignidad de Catalunya y del Estatut detonó una escalada de reacciones en todos los medios de comunicación españoles y tuvo un enorme eco mediático desde el instante de su publicación en papel. A las pocas horas la noticia apareció en todas las cadenas de televisión

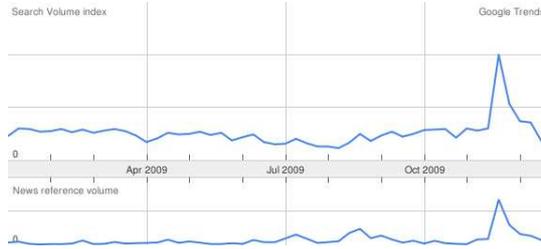
¹ Moreno, Jesús (2010). «Guerra mediática en torno al Estatut». En: Público.es. Madrid. <<http://www.publico.es/espana/273018/guerra/mediatica/torno/estatut>>. [Consulta: 30/03/2010].



pero los diarios españoles tuvieron que esperar hasta la mañana del día siguiente para mostrar sus editoriales sobre el editorial catalán.

A diferencia de la prensa escrita tradicional, las versiones digitales de los medios de prensa fueron capaces de reaccionar pocas horas más tarde, y mientras que para la versión impresa tuvimos que esperar un día entero,

a las pocas horas asistimos a una escalada de titulares de medios de todas las orientaciones políticas y a la multiplicación de noticias centradas en el 'estatut'. El gráfico de Google Trends para la palabra clave 'estatut' muestra la expectación que creo casi inmediatamente en la web, tanto en el volumen de búsquedas que podemos observar en el gráfico superior como el en volumen de referencias encontradas en el agregador de noticias Google News.



Ante el advenimiento de una la previsible escalada informativa el día 24 de Noviembre hasta el día 10 de diciembre se llevó cabo una recolección de resultados en Google News para la palabra clave 'estatut' y términos relacionados con política catalana. En cuatro días el número de noticias para la búsqueda 'estatut' se duplicó, pasando de 2.386 resultados el 24 de Noviembre a 5.211 el 28 de Noviembre, alcanzando el mayor número de resultados el día 1 de diciembre con 8.242 artículos indexados que contenían la palabra clave 'estatut'.

Al mostrar sólo resultados en lengua castellana, de los 12 diarios del editorial Google News mostró únicamente las noticias de Elperiodico.com y Lavanguardia.es, mientras que los artículos en lengua catalana del resto de periódicos no estuvieron disponibles en Google News.

Ya durante el proceso de recolección de datos se pudo constatar que la escalada mediática tenía como líder informativo al diario www.abc.es con una cobertura mucho más amplia que la del segundo medio más importante, www.elpais.com, que los medios catalanes www.elperiodico.com y www.lavanguardia.es se posicionaban justo detrás en número de resultados y que el diario www.elmundo.es, primero en audiencia online en España según OJD/Nielsen, apenas aparecía en resultados.



1.1 Audiencias de Medios online en España

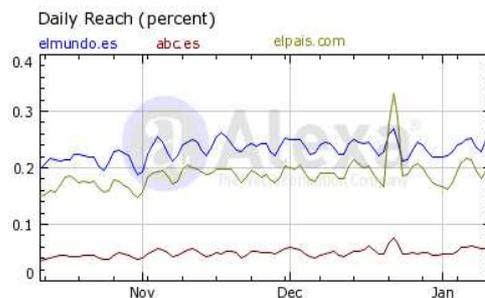
En la actualidad, una búsqueda sobre el diario líder en audiencia en los medios digitales españoles da como resultados que tanto www.elmundo.es como el www.abc.es se atribuyen el liderato a nivel estatal. La confusión viene dada por los dos sistemas de medición que conviven en la actualidad en el mercado español, Nielsen Netview y Nielsen Market Intelligence, ambos propiedad de Nielsen Netratings.

Nielsen NetView basa su medición en un panel de usuarios que permite conocer datos y perfiles de audiencia, y donde las cifras de tráfico son bastante menores que las difundidas por OJD/Nielsen. Es la única herramienta que mide todo el mercado español de Internet en términos de audiencia y que además incluye los grandes portales como Google, Facebook, Microsoft y Yahoo.

Por el contrario Nielsen Market Intelligence es un sistema de pago por inclusión en código fuente que consiste en la integración en todas las páginas de un sitio web de un código generado por la empresa de medición. Auditados por OJD desde finales de 2007, los datos de Nielsen Market Intelligence son los que publica www.elmundo.es y que respaldan su liderazgo como principal medio de comunicación en Internet con más de [24 millones](#) de usuarios únicos el pasado mes de noviembre.

Sin embargo, la principal crítica que recibe Market Intelligence es que no incluye los principales medios de comunicación españoles, 'El País' y el ABC. En 2002 el grupo Prisa fue expulsado de OJD y todavía no se ha incorporado al nuevo sistema de medición, y en abril de 2009 el grupo Vocento anunció que dejaba la medición de audiencias en Internet de Nielsen Netratings y OJD. La razón fue un desacuerdo con los datos de medición de tráfico de OJD, que tras un cambio en su sistema de medición en febrero de 2009 había permitido duplicar su tráfico a los medios de Unedisa (www.elmundo.es, www.marca.com y www.expansion.com).

A partir de entonces Vocento acepta únicamente la medición del panel de Nielsen NetView, según el cuál en noviembre de 2009 Vocento sería el primer grupo español de comunicación en Internet con [9.5 millones](#) de usuarios únicos y con un crecimiento por encima de Prisacom y Unidad Editorial.





Una tercera fuente, www.Alexa.com, arroja unos datos similares a Nielsen Market Intelligence. El gráfico muestra el porcentaje de tráfico de los tres principales diarios online en el que se observa el primer puesto de www.elmundo.es con la excepción del día 22 de diciembre, día de la lotería de Navidad en el que www.elpais.com superó a su rival.

1.2 El problema Google News

La entrada de Wikipedia sobre Google News dice que “es un agregador y buscador de noticias automatizado que rastrea de forma constante la información de los principales medios de comunicación online”² que además es capaz de hacer llegar a los usuarios todas las noticias publicadas online por todos los medios en un solo portal. Desde su lanzamiento en septiembre de 2002 Google News se convirtió en uno de los fenómenos más revolucionarios en la edición de prensa online, pero también en una amenaza para la prensa escrita. Se estima que en la actualidad Google News envía alrededor de 100.000 clics cada minuto a los diarios. A pesar de que cada una de esas visitas es una oportunidad de negocio para que los medios online muestren anuncios, ganen lectores o vendan suscripciones, la capacidad del gigante de Internet de copiar y reproducir la prensa escrita ha sido vista también con reticencias por los mismos medios, especialmente por el hecho de que el nuevo mercado de publicidad online creado por Google es el mismo que está asfixiando financieramente a los diarios.

Durante los últimos meses el propio Google News a recogido noticias acerca de la posición dominante de Google y de las reacciones de diferentes agrupaciones de editores europeos, primero en Italia con la FIEG³, más tarde en con la EDVZ⁴ alemana, y más recientemente en España con AEDE⁵.

En agosto de 2009 la FIEG, Federación Italiana de Editores de periódicos, denunció a Google por abuso de posición dominante en la red. La FIEG acusó igualmente a Google de falta de claridad en los algoritmos que ordenan el ranking de noticias de Google News, y alegando que el uso de sus contenidos por parte de Google perjudicaba la capacidad de la

² Wikipedia.org (2010). «Google Noticias». En: Wikipedia.org. Madrid. <http://es.wikipedia.org/wiki/Google_Noticias>. [Consulta: 30/03/2010].

³ Federazione Italiana Editori Giornali

⁴ Confederación Alemana de Editores de Periódicos

⁵ Asociación de Editores de Diarios Españoles



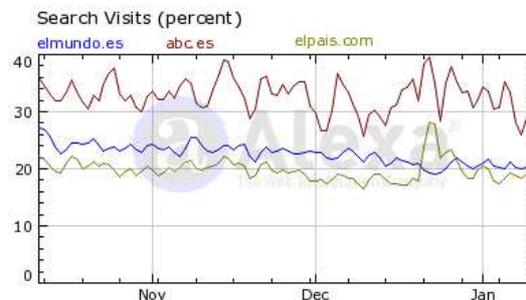
prensa para atraer usuarios y anunciantes, la FIEG consiguió que las autoridades antimonopolio italianas abriesen una investigación.

En noviembre de 2009 cuando la EDVZ alemana pidió a Google que aclarase cómo funcionaba el algoritmo de Google News y que explicase la razón por la que determinados medios encabezaban los resultados de noticias del buscador. Ante el silencio de Google el pasado 19 de enero la EDVZ denunció al buscador en la Oficina Federal Alemana Antimonopolio acusándole de no pagar los derechos por los resultados de las búsquedas, cuyos contenidos devengan a Google 1.200 millones de euros por la publicidad contextual de los resultados.

También en noviembre de 2009 el presidente de News Corporation Rupert Murdoch, que cuenta entre sus diarios con 'The Sun', 'The Times' y 'The Wall Street Journal', amenazó a Google con retirar de Google News todos los contenidos de sus diarios. Al igual que la prensa alemana e italiana, Rupert Murdoch amenazaba a Google News con retirarle el permiso de indexar y distribuir de forma gratuita sus contenidos, si bien con la intención de ceder en exclusiva los derechos de distribución online a los canales de noticias de Microsoft.

En España los datos de 2009 atestiguan que el descenso publicitario en prensa escrita había sido superior al 30% y el pasado día 5 de enero el diario www.elconfidencial.com publicó el artículo titulado [La prensa reclama al Gobierno más control sobre Google News y el resto de agregadores](#)⁶. Durante una reunión en la Moncloa, Antonio Fernández-Galiano, presidente de la Asociación de Editores de Diarios Españoles, AEDE, y consejero delegado de Unidad Editorial, defendió frente a la vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega, la necesidad de proteger por la vía legislativa "la propiedad intelectual de los creadores de la información frente a los meros agregadores de noticias en Internet".

A pesar de que gran parte de la prensa europea ve en Google News una amenaza, en España la AEDE negocia con el buscador sin descartar la



⁶ Toledo, Daniel (2010). « La prensa reclama al Gobierno más control sobre Google News y el resto de agregadores». En: El confidencial. Madrid. <<http://www.elconfidencial.com/comunicacion/duenos-prensa-piden-medidas-contra-agregadores.html>>. [Consulta: 30/03/2010].



posibilidad de querellarse contra Google News por un aprovechamiento ilícito de contenidos". Mientras se agotan todas las vías de negociación la realidad de la prensa online española y el agregador de noticias es que el periódico ABC del grupo Vocento es el mayor beneficiario en términos de tráfico dado que entre el 30% y el 40% de sus visitantes proviene del buscador Google.

2. Objetivos y metodología

El estudio tiene como objetivo analizar el comportamiento del buscador de noticias Google News España y la distribución de medios online españoles en los resultados de noticias sobre política catalana.

Los resultados se obtuvieron de búsquedas relativas al Estatut de Catalunya y de un conjunto de palabras clave que incluían el término 'estatut' y nombres de partidos políticos catalanes. Para cada uno de los grupos de palabras clave seleccionadas se extrajo el Top30 de Google News desde el día 24 de Noviembre hasta el 10 de diciembre, días precedentes y posteriores a la publicación del editorial 'La dignitat de Catalunya'.

Después de la extracción de datos los resultados fueron sometidos a un análisis cuantitativo del que nos centramos en el incremento del número total de resultados y en la cobertura y distribución de los principales medios de prensa online para la palabra clave 'estatut'.

Los principales indicadores tenidos en cuenta en el análisis son:

1. El número total de resultados por palabra clave.
2. La distribución de medios digitales en Google News en diferentes muestras temáticas.
3. La distribución de resultados y medios en el Top30 de Google News para la búsqueda 'estatut'.
4. El número de resultados de ABC.es y su evolución durante los días de la muestra, así como su tipología y factores de optimización SEO.



3. Resultados

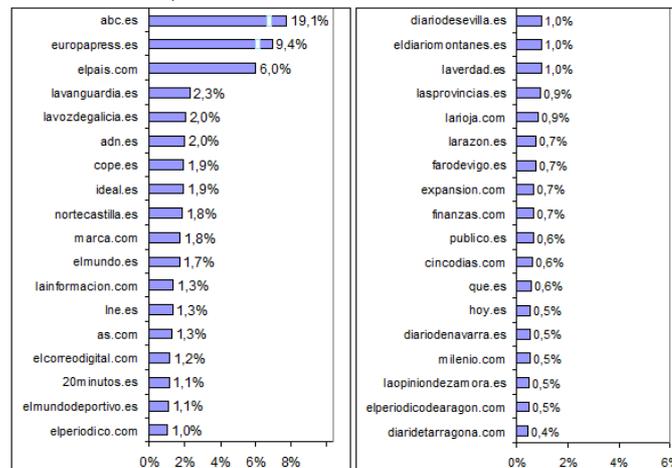
3.1 Muestra global

Para analizar los resultados de Google News se seleccionaron dos tipos de muestras, una específica con palabras clave relacionadas con el término 'estatut', y una muestra global para elaborar un marco de referencia y conocer cuál es la distribución natural de medios online en el agregador de noticias de Google.

Para la muestra global realizamos diferentes extracciones de datos usando diferentes tipos de palabras clave no relacionadas con el 'estatut'. Los grupos de palabras clave usados fueron los siguientes:

- 1. Localizaciones geográficas.** Fue el mayor grupo de palabras clave e incluía todas las provincias españolas, así como nombres de capitales europeas y algunas localidades españolas.
- 2. Nombres de políticos.** En este grupo fueron incluidos los nombres de todos los presidentes de comunidades españolas así como de altos cargos del PSOE.
- 3. Noticias generales.** Un tercer grupo abarcó un grupo heterogéneo de palabras clave relacionadas con noticias de ciencia, deportes, espectáculos e Internet entre otras.

De un total de 91 palabras clave pertenecientes a los tres anteriores grupos se extrajo de Google News un total de 21.848 noticias, obteniendo como resultado el siguiente histograma de distribución de frecuencias correspondiente al 70,5% del total de la muestra.





Los resultados señalan a ABC (19,1%) como el medio online que más artículos posiciona en los resultados de búsqueda de Google News, seguido por 'Europa Press' (9,4%) y por 'El País' (6%). Sin embargo la onceava posición de 'El Mundo' con sólo un 1,7% no parece corresponderse con las cifras de Nielsen/OJD que lo sitúan como medio de comunicación líder en Internet.

Los datos del gráfico de Alexa.com del apartado anterior sí coinciden con nuestra muestra global ya que señalan que las visitas conseguidas por ABC a través de buscadores oscilan entre el 30 y el 40% de su tráfico, cifras superiores a las de sus rivales y que sí concuerdan con el volumen de tráfico que consigue a través de Google News.

3.2. Resultados muestra 'estatut'

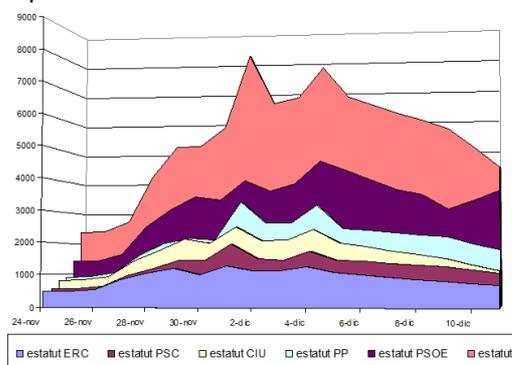
La muestra principal giró en torno a la palabra clave 'estatut' y para su extracción se usaron dos series de palabras clave.

Primera serie. Para el periodo 24nov-11dic se extrajeron resultados de las palabras clave 'CIU', 'ERC', 'estatut' y 'Ridao'.

Segunda serie. Para el periodo 28nov-11dic se usaron los bigramos 'estatut CIU', 'estatut ERC', 'estatut PP', 'estatut PSC' y 'estatut PSOE'.

En base a los totales extraídos de la búsqueda 'estatut' extrapolamos los resultados de los días 24-27 para la segunda selección, obteniendo la siguiente serie temporal de resultados totales para las búsquedas 'estatut' y 'estatut+partido político'.

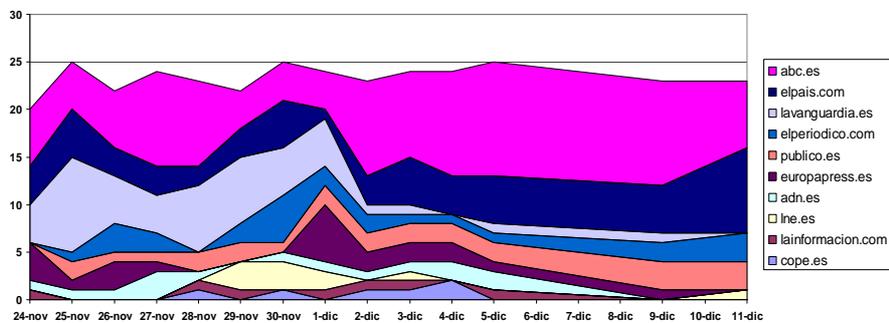
Como se puede apreciar en el gráfico, la 'guerra mediática' y la escalada informativa hizo que en cuatro días el número de noticias para la palabra clave 'estatut' se duplicase, pasando de 2.386 resultados el 24 de Noviembre a 5.211 el 28 de Noviembre, y alcanzando el mayor número de resultados el día 1 de diciembre con 8.242 artículos indexados que contenían la palabra clave 'estatut'.





Tras constatar el gran incremento de noticias centradas en el 'estatut' a raíz del editorial de la prensa catalana, el objetivo del estudio fue analizar cuál era la visibilidad de los distintos medios de prensa online en dichos resultados. Para este análisis se recogieron diferentes muestras diarias de los 30 primeros resultados que mostraba Google News. El siguiente gráfico muestra la cobertura de los diferentes medios que el algoritmo de Google News mostraba en su Top30 para query 'estatut' durante todo el periodo de tiempo.

Los 10 principales medios coparon entre un 66% y un 83% del total del Top30 durante los días de la muestra, siendo especialmente significativa la evolución de los resultados del ABC. Los resultados de la prensa catalana, 'El Periodico' y 'La Vanguardia', bien posicionados durante la primera semana de la crisis gracias a noticias anteriores al 26 de Noviembre, se diluyen a partir del 1 de diciembre, fecha que coincide con el número máximo de resultados para la búsqueda 'estatut' y con el inicio de un posicionamiento avasallador por parte de ABC en el Top30.



El día 27 de Noviembre, justo al día siguiente de iniciarse la crisis informativa, ABC copó un tercio del Top30 con diez de sus resultados. Los días 29, 30 de Noviembre y 1 de diciembre tan sólo consiguió posicionar 4 resultados, sin embargo a partir de esa fecha los resultados de Google News incrementaron su cobertura sobre el resto de medios alcanzando el 9 de diciembre los 18 resultados en el Top30, un 60% de las tres primeras páginas de resultados.

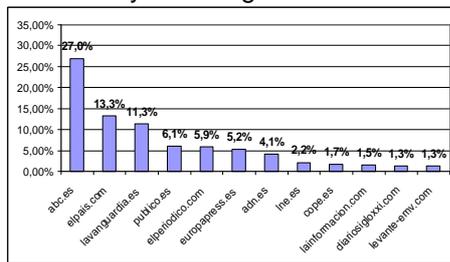
3.3. ¿Quién dio cobertura para la búsqueda 'estatut'?

La distribución de medios en Google News mostrados anteriormente y basados en una muestra global definían un ranking de prensa online liderado por el ABC con un 19,1% del total de resultados, seguido por

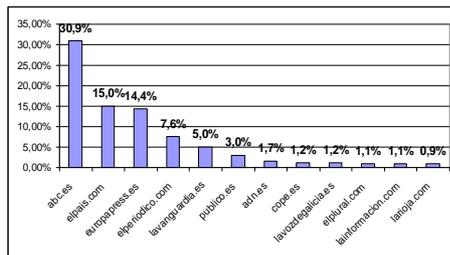


'Europa Press' con un 9,4% y por 'El País' con un 6%. Sin embargo, al hacer los mismos cálculos con las muestras específicas del 'estatut' encontramos que los resultados diferían considerablemente respecto a la muestra global.

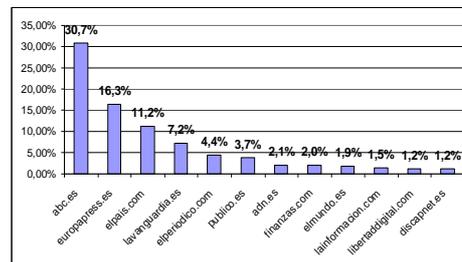
El ABC obtuvo el 27% del total de resultados para la palabra clave 'estatut' mientras que por grupos políticos superó el 30% para búsquedas que incluían ERC, PSC y PSOE. 'Europa Press' no superó su media de la muestra global para la búsqueda 'estatut' (5,2% frente a un 9,4%), sin embargo alcanzó porcentajes superiores para las búsquedas específicas que incluían partidos políticos y fue el segundo medio online en cobertura para búsquedas 'estatut-ERC'. 'El País' se posicionó como segundo diario online en el resto de grupos, seguido por los dos diarios catalanes, 'El Periódico' y 'La Vanguardia'.



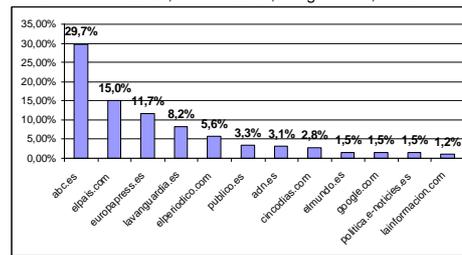
Palabra clave: 'estatut'



Palabras clave: 'estatut PSOE', 'Montilla', 'estatut PSC'



Palabras clave: 'ERC', 'estatut ERC', 'Puigcerros', 'Ridao'



Palabras clave: 'Artur Mas', 'CIU', 'estatut CIU'

3.4. Ranking de noticias del ABC en Google News.

Como mencionamos anteriormente, la FIEG italiana ha acusado a Google de falta de claridad en los algoritmos que ordenan el ranking de noticias de Google News, y la EDVZ alemana ha pedido explicaciones sobre la razón por la que determinados medios encabezan los resultados de noticias del ranking alemán. En las páginas precedentes hemos mostrado datos que demuestran el papel preponderante de ABC en los resultados del



agregador de noticias de Google, y a continuación mostraremos una selección de casos que constatan la falta de claridad en la forma en la que Google News elabora el ranking de noticias españolas.

El día 2 de diciembre a las 9.30h se realizó una captura de pantalla del Top30 de Google News para la palabra clave 'estatut'. El primer resultado era un comunicado de prensa de la agencia EFE publicado por el ABC.es a las 0:00h de aquel mismo día. En la captura de pantalla de Google News se podía leer junto al titular de la noticia 'hace 9 horas', tiempo que el artículo llevaba publicado en Google News.



Ante la inexistencia de indicadores de popularidad de enlaces, el ranking de noticias recientes debe realizarse basándose fundamentalmente en la densidad de palabra clave en la página web indexada (en título, url, metatags y cuerpo de texto) y en otros indicadores tales como la popularidad del sitio web que lo publica, la existencia o no de duplicados del texto en otros medios, la aparición de gráficos y fotografías significativas o la existencia de enlaces salientes hacia otras fuentes relevantes de información.

Menos de 30 minutos después de que el ABC publicase la noticia titulada '[Montilla: es tiempo defender](#)', el texto era



indexado por Google News y su algoritmo la seleccionaba para aparecer en primer lugar del ranking de noticias para la palabra clave 'estatut'. A las 21 horas del aquel mismo día la noticia pasó a Top2 del ranking, al día siguiente a Top3, el 4 de diciembre a Top 7 y el día 5 a Top9. El día 11 de diciembre permanecía dentro del índice de resultados 'frescos' de Google News en posición 17, último día de en el que se recogieron datos para la palabra clave 'estatut'.

El documento xml News Sitemaps ofrece a los editores la posibilidad de informar a Google News de la publicación de nuevos artículos. En base a este documento, que incluye la url, el título del artículo y palabras clave, el buscador es capaz de indexar las nuevas noticias y mostrarlas en resultados en un tiempo record. Gracias a News Sitemaps el ABC no sólo consiguió que Google News indexase su noticia en menos de 30 minutos, sino que además logró que su copia no completa de un artículo

⁷ Noticias de agencia (2010). « Montilla: es tiempo defender ». En: ABC.es. Madrid. <<http://www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=193668>>. [Consulta: 30/03/2010].



de la agencia EFE permaneciese en el índice durante más de nueve días, siendo desechadas por Google News otras fuentes con copias enteras de la noticia, que presumiblemente no usan News Sitemaps.

De hecho la primera versión del artículo de la agencia EFE fue publicado online el día 1 de diciembre por ADN.es con el título y el texto completos '[Montilla: es tiempo defender constitucionalidad Estatut no de hablar fallo TC](#)'⁸.

A pesar de que la versión de ABC era una copia, tenía una densidad de la palabra 'estatut' menor que versión de ADN, dado que el primer párrafo del texto de la agencia EFE incluía el término 'estatut', y éste fue borrado por el ABC. Además, la interfaz de ADN ofrecía, según las valoraciones de Google, más valor añadido al dotar a sus lectores de la posibilidad de añadir comentarios. Google News sin embargo seleccionó la versión más reciente de ABC.es, de menor número de palabras, con un título incompleto, de una densidad de palabra clave 'estatut' menor y publicado en una interfaz menos usable, sin posibilidad de añadir comentarios.

El 75% de las noticias que ABC posicionó para búsquedas del 'estatut' provienen de agencias y tienen características similares a la noticia que acabamos de analizar. Las notas de prensa, a veces de sólo uno o dos párrafos y por tanto de densidad de palabra clave alta, son muy fáciles de distinguir por sus títulos limitados a 29 caracteres, lo que hace que muchos aparezcan cortados. La mayor parte de estas noticias se pueden encontrar en Google usando la búsqueda [allinurl:noticia.asp?noticia site:abc.es](#).

Entre las noticias de ABC encontramos varias notas de prensa que destacaban por su poca o nula relevancia respecto al término y al momento de la búsqueda, y además por permanecer en el Top de Google News durante toda la crisis del 'estatut'. El artículo titulado '[Chaves destaca peso y vigencia](#)'⁹ publicado el día 25 de Noviembre apareció en resultados para la palabra clave 'estatut' un total de 7 días entre el 25 de noviembre y el 11 de diciembre. Es de destacar que el artículo no incluye el término 'estatut' aunque sí 'estatuto'.

adn » actualidad » política

Montilla: es tiempo defender constitucionalidad Estatut no de hablar fallo TC

adn.es / Política

EFE | Barcelona | 01/12/2009 | comentarios | votar | +1-0 | imprimir

El presidente de la Generalitat de Cataluña, José Montilla, ha afirmado hoy que ahora es momento de defender la constitucionalidad del Estatut, no de hablar de una posible sentencia contraria por parte del Tribunal Constitucional, y ha pedido "unidad de acción" de los partidos catalanes.

Montilla, que ha sido entrevistado en el programa de TVE-Catalunya "59 segons", ha asegurado no obstante que si hay una sentencia contraria, no habrá un "silencio resignado" por su parte.

⁸ EFE (2010). « Montilla: es tiempo defender constitucionalidad Estatut no de hablar fallo TC ». En: ADN.es. Madrid. < <http://www.adn.es/politica/20091201/NWS-3458-TC-Estatut-constitucionalidad-defender-hablar.html>>. [Consulta: 30/03/2010].

⁹ Noticias de agencia (2010). « Chaves destaca peso y vigencia ». En: ABC.es. Madrid. <<http://www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=185863>>. [Consulta: 30/03/2010].



El caso más llamativo de todos se dio en diciembre cuando ABC posicionó un artículo titulado '[Pujol dice sentirse orgulloso](#)'¹⁰. Apareció en resultados en seis ocasiones en la búsqueda 'estatut', la primera vez el día 2 de diciembre en posición 7. Sin embargo, ni el título de la página, ni el texto que muestra ABC, ni los metadatos contienen el término 'estatut'. A pesar de todo el título original, publicado en Hoy.es, sí contenía la palabra clave: '[Pujol dice sentirse orgulloso del editorial Estatut, que tilda de "valiente"](#)'.

El problema de ABC con los títulos nos depara un último caso, el artículo titulado [Pedro Sanz: Cataluña intenta](#)¹¹. Limitados a 29 caracteres los títulos parciales de ABC son fáciles de identificar, sin embargo lo sorprendente de este caso es que Google News sí mostraba el título completo de la noticia el día de su publicación.



El Semanal
Digital

[Pedro Sanz: Cataluña intenta con el Estatut igualarse al Gobierno ...](#)

ABC.es - 26/11/2009

El presidente de La Rioja, Pedro Sanz, ha criticado hoy que Cataluña intenta utilizar el Estatuto de autonomía para "buscar más autogobierno, ...

[Pedro Sanz en COPE: Zapatero es cómplice de la situación que se ...](#) COPE

[los 14 artículos informativos »](#) [Enviar noticia](#)

En la página de resultados de Google News del día 27 de Noviembre podía leerse el titular completo del ABC "Pedro Sanz: Cataluña intenta con el Estatut igualarse al Gobierno". Sin embargo, al abrir la página y buscar en el código fuente, únicamente aparecía el título parcial de 29 caracteres.

A fecha de hoy Google todavía guarda en su base de datos dos urls que muestran la razón de las anomalías mostradas hasta ahora. La búsqueda [allinurl:187148 site:abc.es](#) arroja dos resultados, uno en el host *n3abc10* con el título completo, y otro resultado de título incompleto en el host *www*. Esta duplicidad explica que Google News sea capaz de mostrar el título completo a pesar de que la página no lo contenga, lo que nos lleva a la conclusión de que la SEO manager del ABC utiliza la técnica *cloaking*, considerada una técnica SEO *black hat*, aunque permitida por Google en su portal de noticias.

¹⁰ Noticias de agencia (2010). « Pujol dice sentirse orgulloso ». En: ABC.es. Madrid. <<http://www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=193642>>. [Consulta: 30/03/2010].

¹¹ Noticias de agencia (2010). « Pedro Sanz: Cataluña intenta ». En: ABC.es. Madrid. <<http://www.abc.es/agencias/noticia.asp?noticia=187148>>. [Consulta: 30/03/2010].



4. Conclusiones

La entrada de Wikipedia a la que nos referíamos al principio del artículo dice que “existen más de 40 ediciones regionales de Google Noticias en diversos idiomas [...] Cada una de dichas ediciones está adaptada específicamente a los lectores de los respectivos países. La promoción de este sitio asegura neutralidad en la selección de las noticias mostradas debido a que en la misma no existe intervención humana”.

La principal cuestión que nos planteamos tras los resultados del estudio es si el hecho de que cerca del 30% de las noticias del ‘estatut’ y de política catalana provengan del diario ABC es fruto de una adaptación específica de Google hecha para lectores de España, si es cierto que la selección de Google News es neutral, o si simplemente ABC ha conseguido posicionar sus noticias mejor que ningún otro medio usando entre otras la técnica del cloaking.

Del análisis aquí mostrado se desprende que el grupo Vocento, encabezado por ABC.es, es líder de audiencias en Google News con una amplia mayoría en resultados en noticias de ámbito político catalán. Se ha podido constatar que durante los días de la crisis, ABC consiguió reaccionar a una primera semana desfavorable en resultados añadiendo al índice de Google News un gran número de noticias de prensa, que eran seleccionadas por el buscador en detrimento de otros duplicados con títulos y textos completos. En relación a los duplicados hemos mostrado ejemplos del límite de 29 caracteres de los títulos de ABC y de casos en que, a pesar de no mostrar un título completo en su código fuente, Google News ha posicionado noticias parciales y les ha añadido el título entero tomándolo de otra fuente, presumiblemente de los enlaces de News Sitemaps.

A pesar de que finalmente el presente estudio haya derivado en un análisis de noticias del ABC, el análisis original pretendía estudiar el comportamiento de los medios online durante un caso de crisis informativa o guerra mediática. Para tal efecto seleccionamos Google News, el agregador de noticias por excelencia, y recopilamos los datos durante las fechas de la crisis de la ‘Dignitat de Catalunya’. La perspectiva mutó al empezar a analizar los primeros resultados y al constatar cuál era la cobertura que Google News ofrecía. Ernest Abadal y Lluís Codina publicaron en 2007 un artículo titulado ‘¿Es Google una amenaza para la diversidad cultural?’, donde se hacía referencia al sesgo que puede generar un algoritmo de ordenación de resultados en detrimento de un entorno cultural. La solución planteada fue la selección de idioma en las opciones de búsqueda para encontrar recursos próximos a nuestro entorno cultural, sin embargo en



Google News no existe una opción de búsqueda de noticias en catalán y a través del buscador sólo podemos acceder a prensa en castellano. Los datos arriba tratados demuestran que en los resultados de Google News España sí existe un sesgo en la selección de medios y noticias sobre política catalana, algo que podría justificar actuaciones como las llevadas a cabo en Alemania e Italia contra el abuso de posición dominante de Google News.

6. Bibliografía

- Abadal, Ernest; Codina, Lluís. "¿Es Google una amenaza para la diversidad cultural?". Anuario ThinkEPI, El profesional de la información, 2006. p. 94- p.96.
- Bennett, W.L. "Political communication, citizenship and democracy: From the mass society to personal information networks". Presentación distribuida por el autor, 2004.
- Burton, Graeme. Media and Society. Critical perspectives. New York: Open University Press, 2005.
- Crum, Chris. «Google News SEO Tips – Ranking in News Search». En:webpronews.com.<<http://www.webpronews.com/topnews/2009/09/02/google-news-seo-tips-ranking-in-news-search>>, 2009. [Consulta: 30/03/2010].
- Koopmans, Ruud; Zimmermann, Ann. "Internet: A New Potential for European Political Communication?". ISSN 1612-1635, Berlin, 2003.
- Maarek, Philippe J. Marketing político y comunicación. Barcelona: Editorial Paidós, 2009.
- Schwartz, W. Information Warfare: Chaos on the Electronic Superhighway. New York, Thunder's Mouth Press, 1995.