AIRNITE

ZERO DAY

NÚMERO 11/2026 · MARKETING Y SEO

Contenido ajeno, reputación prestada: la norma de Google contra el «abuso de reputación del sitio»

Desde 2024, Google actúa contra las webs que alquilan su buena reputación a contenidos de terceros. En noviembre de 2024 endureció la norma: ni siquiera la supervisión del propietario protege ya. Qué supone para las empresas y el SEO.

Publicado: 21 de noviembre de 2026 Tiempo de lectura: 5 min Autor: Redacción de Airnite

// LA SITUACIÓN EN CIFRAS

3
nuevas políticas antispam
dominios caducados, contenido a escala y abuso de reputación (Google, 05/03/2024)

05/05/2024
aplicación desde
para el abuso de reputación del sitio (Google Search Central)

19/11/2024
norma endurecida
la implicación del propietario ya no protege (Google)

EEE
trato diferenciado
según la política actual, clasificación aparte en el EEE en lugar de una acción manual

Patrones típicos: un conocido medio de noticias con una sección llena de códigos de descuento, un portal especializado con textos de apuestas comprados, la web de una asociación con publicidad de créditos. Durante mucho tiempo se pudo ganar dinero con la buena reputación de un dominio alquilándola a contenidos ajenos. Google lo llama **abuso de reputación del sitio** (site reputation abuse) y actúa contra ello desde 2024.

// ¿Qué ha pasado?

El 5 de marzo de 2024, Google anunció una actualización principal de la Búsqueda y tres nuevas políticas antispam: contra el **abuso de dominios caducados**, contra el contenido generado en masa (**abuso de contenido a escala**) y contra el **abuso de reputación del sitio**. Para esta última, Google dio dos meses a los propietarios; se aplica desde el **5 de mayo de 2024**.

En origen, la norma iba dirigida a contenidos de terceros publicados con poca o ninguna supervisión del propietario. El **19 de noviembre de 2024**, Google la endureció: ninguna implicación del propietario cambia el carácter fundamentalmente ajeno de esos contenidos. Desde entonces, el abuso de reputación del sitio es la publicación de páginas de terceros para aprovechar las señales de posicionamiento del sitio anfitrión, **tanto si el propietario participa o supervisa los contenidos como si no**.

// ¿Cómo funciona?

El modelo de negocio es sencillo: con los años, una web se ha ganado la confianza de Google con sus propios contenidos. Un tercero paga por publicar en ese dominio sus propias páginas —cupones, comparativas, textos de afiliación— que poco tienen que ver con el núcleo de la web. Esas páginas posicionan entonces mejor de lo que nunca podrían en un dominio propio.

La versión actual de la política describe el caso como contenidos de terceros publicados sobre todo por las señales de posicionamiento que el anfitrión se ha ganado con sus propios contenidos. Según la política, fuera del EEE Google trata las infracciones con acciones manuales; dentro del EEE, esas páginas se clasifican aparte.

// ¿A quién afecta?

Afecta sobre todo a dominios grandes y fuertes que han cedido secciones a socios: grupos de medios, portales, asociaciones, universidades. Pero también pueden verse afectadas pymes, por ejemplo si publican artículos invitados de pago sin relación con su oferta o ceden subdirectorios a agencias.

No todo contenido ajeno es un problema. Lo decisivo es si está en su dominio sobre todo porque su dominio posiciona bien o porque tiene una relación real con sus visitantes y su oferta.

// ¿Qué hay que hacer ahora?

Las empresas deben saber qué contenidos de terceros hay en su web y valorar con honestidad si encajan con su oferta. Lo que no encaje debe eliminarse o bloquearse para los buscadores. Las colaboraciones necesitan acuerdos claros. A largo plazo, solo compensa una cosa: contenidos propios y expertos. La lista de control de abajo resume los pasos.

// ¿Cómo ayuda Airnite?

En una **auditoría SEO**, Airnite revisa los riesgos de su web según las políticas antispam de Google y pone orden con usted. En el **recorrido SEO** creamos paso a paso contenidos de conocimiento propios que posicionan a largo plazo. En la **consultoría** evaluamos colaboraciones y ofertas de artículos invitados antes de que se conviertan en un riesgo.

> Nota: la base son las publicaciones de la propia Google. El efecto sobre cada web depende del caso concreto. Estado de la investigación: 21 de noviembre de 2026.

Lista de control: qué hacer ahora

[+] Registre todas las zonas de su web en las que publican terceros: artículos invitados, páginas de socios, secciones de cupones o comparativas.

[+] Compruebe si esos contenidos encajan con el núcleo de su web o están ahí sobre todo por su fuerza de posicionamiento.

[+] Elimine los contenidos ajenos que no encajen con su oferta o bloquéelos para los buscadores.

[+] En cada colaboración, acuerde por escrito quién aporta los contenidos, quién responde de ellos y cómo se identifican.

[+] Revise con regularidad en Search Console las acciones manuales y las caídas llamativas de directorios concretos.

[+] Apueste por contenidos propios y expertos en lugar de alcance comprado.

Cómo ayuda Airnite

- SEO y visibilidad – Visible en Google y en las respuestas de la IA.
- El recorrido SEO – De invisible a encontrado.
- Consultoría – Una mirada externa sobre sus planes y proyectos.

¿Está limpia su web a ojos de Google?

Airnite revisa su web en busca de contenidos que puedan infringir las políticas antispam de Google —artículos invitados, páginas de socios o de cupones, textos generados en masa— y desarrolla una estrategia de contenidos basada en su propio conocimiento.

Solicitar una primera conversación · Escribir un correo · Por WhatsApp

Contacto

¿Preguntas sobre este artículo? Escríbanos por WhatsApp: +49 174 6834842

Leer en línea: https://airnite.de/es/revista/google-abuso-reputacion-sitio-politica-spam/

Fuentes

Cada dato de este artículo se basa en las fuentes indicadas a continuación. Las fuentes primarias están señaladas.

1. **Google Search Central · What web creators should know about our March 2024 core update and new spam policies** · 05/03/2024 · FUENTE PRIMARIA
   Fuente primaria: tres nuevas políticas antispam, aplicación desde el 05/05/2024
   https://developers.google.com/search/blog/2024/03/core-update-spam-policies
2. **Google Search Central · Updating our site reputation abuse policy** · 19/11/2024 (añadidos 06/12/2024, 21/01/2025) · FUENTE PRIMARIA
   Fuente primaria: endurecimiento, la implicación del propietario no cambia el carácter ajeno
   https://developers.google.com/search/blog/2024/11/site-reputation-abuse
3. **Google Search Central · Políticas sobre spam para la Búsqueda web de Google (abuso de reputación del sitio)** · versión actual · FUENTE PRIMARIA
   Fuente primaria: definición actual, trato diferenciado en el EEE
   https://developers.google.com/search/docs/essentials/spam-policies#site-reputation

Información editorial general, no constituye asesoramiento jurídico ni una evaluación de sus sistemas concretos. Vigencia: fecha de publicación.

Airnite GmbH · Am Waldbach 7 · 77654 Offenburg · airnite.de