

Google prueba su nueva tecnología para registrar datos a los usuarios y agregarle publicidad

En una nueva publicación de su blog oficial, titulada: «Privacidad, sustentabilidad y la importancia de 'y'», Google confirma el lanzamiento de una prueba en los navegadores Google Chrome de la tecnología bautizada como Federated Learning of Cohorts, o por sus siglas, FLoC.

Los navegadores de millones de usuarios en todo el mundo, pues Chrome es el más utilizado de todos a nivel global, empezarán a utilizar FLoC para agruparlos en distintas categorías según su comportamiento cuando navegan por Internet con el fin de hacer conocer a los anunciantes qué intereses tienen estos grupos y así poder venderles publicidad dirigida para los usuarios

Desde Google, aseguran a EL MUNDO que «los grupos son tan grandes que se conforman por miles de usuarios, por lo que los usuarios individuales no se pueden identificar. Al mismo tiempo, los miembros son lo suficientemente similares como para que probablemente estén interesados en el mismo tipo de contenidos o anuncios.»

Las categorías que Google utilizará son de momento desconocidas, pero en esta primera prueba, según cálculos de EFF, hay más de 33.000 posibles variables.

El grupo de usuarios seleccionado para probar esta herramienta es aleatorio (de entre un grupo de países concreto entre los que no figura todavía España) y bastante reducido (5% del total), pero Google pronto ampliará el ensayo con más usuarios de otras regiones.

Y de momento, no hay manera de negarte a participar. Google no ha pedido consentimiento explícito a sus usuarios ni ha desarrollado por el momento una opción para salirse del grupo de pruebas de FLoC. Las versiones futuras de Chrome, según la compañía, sí incluirán esta opción.

Google asegura que no comparte tu historial de navegación con otros ni categoriza grupos que pueda considerar sensibles, como páginas webs médicas, sobre religión o sobre política. Del mismo modo, las páginas webs pueden optar por no compartir su

información con FLoC si lo consideran oportuno. De esta forma, Google considera que no pone en riesgo a sus usuarios.

Sin embargo, durante el periodo de pruebas, no parece que los responsables de las páginas webs vayan a poder salirse y todas aquellas que ofrezcan publicidad alojada por Google pueden ser susceptibles de estar ofreciendo datos de usuario a Google a través de FLoC.

Google ha aclarado que su tecnología podrá cambiar tras estos primeros ensayos, por lo que la versión final de FLoC puede distar mucho de lo que es actualmente.

Dado que la Unión Europea estableció una política muy clara de restricción y consentimiento del seguimiento por cookies de terceros para las páginas webs que funcionen en territorio comunitario, es de esperar que la legislación se adapte a este nuevo formato.

De momento, Google no tiene pensado lanzar el programa de pruebas de FLoC en la Unión Europea por posibles incompatibilidades con la GDPR. Según palabras de un empleado de la compañía, [que recogen en Ad Exchange](#), es posible que esta nueva tecnología de seguimiento infrinja la GDPR. Google no parece tener claro por el momento qué entidad sería la responsable de vigilarlo.

Con información de El Mundo