



Google Chrome lanza soporte para Privacy Sandbox para despedirse de las cookies de seguimiento

Google ha oficialmente comenzado la implementación de Privacy Sandbox en el navegador web Chrome para la mayoría de sus usuarios, casi cuatro meses después de anunciar sus intenciones.

Anthony Chavez, vicepresidente de Iniciativas de Privacy Sandbox en Google, [afirmó](#): «Consideramos que es fundamental mejorar la privacidad y garantizar el acceso a la información, ya sea esta relacionada con noticias, guías prácticas o entretenimiento en video».

Chavez agregó: «En ausencia de alternativas sólidas que protejan la privacidad en lugar de las cookies de terceros, como lo hace Privacy Sandbox, corremos el riesgo de limitar el acceso a la información para todos los usuarios y de fomentar tácticas invasivas, como el fingerprinting».

En este sentido, Google ha decidido dejar inicialmente a cerca del tres por ciento de sus usuarios sin verse afectados por el cambio, con el fin de llevar a cabo pruebas exhaustivas. Se espera que la disponibilidad general se extienda a todos los usuarios en los próximos meses.

Privacy Sandbox es el término que Google utiliza para describir un conjunto de tecnologías que tienen como objetivo eliminar las cookies de seguimiento de terceros en la web y reemplazarlas por alternativas que respeten la privacidad, al mismo tiempo que ofrecen contenido y anuncios personalizados.

Adicionalmente, la empresa está llevando a cabo pruebas simultáneas de Privacy Sandbox en dispositivos móviles Android en versión beta, dirigidas a dispositivos móviles elegibles que funcionan con Android 13.

En el núcleo de este proyecto se encuentra una API de Temas, la cual categoriza a los



Google Chrome lanza soporte para Privacy Sandbox para despedirse de las cookies de seguimiento

usuarios en distintos temas (que pueden cambiar con el tiempo) basándose en los sitios web visitados y la frecuencia de estas visitas. Los sitios web pueden consultar esta API para inferir en qué temas está interesado un usuario específico y así ofrecer anuncios personalizados sin conocer su identidad.

En otras palabras, el navegador web actúa como intermediario entre el usuario y el sitio web. Los usuarios tienen la capacidad de controlar aún más su experiencia personalizando los temas de anuncios en los que están interesados, habilitando las API de relevancia y medición que prefieran o, en su totalidad, optando por no participar en estas funciones.

Sin embargo, Privacy Sandbox no está exento de críticas, ya que el Movimiento por una Web Abierta [señaló](#) la semana pasada que *«Google recopila una gran cantidad de datos personales de todos y cada uno de sus usuarios, obtenidos a través de un proceso de aceptación al que la mayoría de los usuarios de Internet tienen dificultades para evitar»*.

Este desarrollo se produce en paralelo a la habilitación por parte de Google de protecciones en tiempo real contra ataques de phishing mediante mejoras en Safe Browsing, sin tener conocimiento previo del historial de navegación de los usuarios.

Google no reveló los detalles técnicos exactos involucrados, pero ha implementado los retransmisores HTTP Oblivious (OHTTP relays) como parte de Privacy Sandbox para incorporar protecciones de anonimato y ocultar información relacionada con las direcciones IP.

Parisa Tabriz, vicepresidenta de Chrome, [explicó](#): *«Anteriormente, funcionaba mediante la verificación de cada visita a un sitio web en una lista local de sitios maliciosos conocidos, actualizada cada 30 a 60 minutos»*.

Tabriz añadió: *«Sin embargo, los dominios de phishing se han vuelto más sofisticados y hoy en día, el 60% de ellos existen durante menos de 10 minutos, lo*



Google Chrome lanza soporte para Privacy Sandbox para despedirse de las cookies de seguimiento

que dificulta su bloqueo. Al acortar el tiempo entre la identificación y la prevención de amenazas, esperamos lograr una mejora del 25% en la protección contra amenazas de malware y phishing».