



Google comenzará a bloquear la publicidad que considere molesta en su nueva versión del navegador Chrome. Sin embargo, muchos de los anuncios de su propia compañía publicitaria no se verán afectados por estos filtros.

La compañía había anunciado estas medidas desde junio pasado, con el fin de hacer la publicidad en Internet más tolerable. Por lo tanto, Chrome añadirá a una lista los sitios que considere tienen mucha publicidad y bloqueará los anuncios molestos, incluyendo los videos que se reproducen automáticamente.

Esta medida representa un gran problema para muchos webmasters que verán reducidos sus ingresos publicitarios, especialmente porque el navegador Google Chrome es uno de los más utilizados en todo el mundo.

Rahul Roy-Chowdhury, vicepresidente de Google, escribió en un blog que el objetivo de la empresa es mantener un buen ambiente en la red al «*filtrar y excluir experiencias publicitarias molestas*».

Google y Facebook dominan la publicidad en línea, lo que ha causado polémica ante estas nuevas acciones por parte de Google. Ambas compañías representan más del 63% de los 83 mil millones de dólares que se gastaron en publicidad digital en Estados Unidos durante 2017, según informó eMarketer.

Estas medidas tomadas por Google se enfocan en 12 formatos publicitarios muy criticados por un grupo denominado Coalition for Better Ads, que tiene como miembros a Google, Facebook, News Corp y News Media Alliance, que representa a dos mil diarios en Estados Unidos y Canadá.