



La función de Privacidad Sandbox o Característica de Privacidad de Anuncios de Google, que tiene un nombre eufemístico, es objeto de un acalorado debate. Si bien es cierto que está alterando fundamentalmente el seguimiento en Internet al eliminar las cookies de terceros, aún se apoya en la creación de perfiles de usuarios.

Se dice que otorga a Google un mayor control sobre el mercado publicitario y marca la primera vez que una solución publicitaria que incluye seguimiento se integra de forma nativa en un navegador web.

Google está introduciendo gradualmente las nuevas características publicitarias en la versión estable de Chrome. Dado que la empresa también tiene el control de Chromium, la base de código abierto de Google Chrome, está incorporando estos cambios en ese navegador. Esta integración coloca en una situación incierta a otras empresas e individuos que utilizan Chromium como base para sus propios navegadores.

Varias compañías, incluyendo Brave Software, ya han anunciado que desactivarán estas características en sus navegadores. La mayoría argumenta que la privacidad del usuario es la principal preocupación, y en cierta medida, también se refieren al control de la publicidad en Internet.

Vivaldi Technologies [publicó un nuevo artículo](#) en su blog oficial recientemente, en el que reveló que no habilitará la funcionalidad de «Google Topics» en su navegador. «Google Topics» es una parte de la Privacidad Sandbox de Google; traslada el seguimiento desde el nivel del usuario, que en gran medida se basa en cookies y datos de sitios web en la actualidad, al nivel de grupos.

En lugar de rastrear a usuarios individuales, sus actividades y crear perfiles utilizando la información recopilada, «Google Topics» seguirá analizando las actividades y agrupará a los usuarios individualmente en categorías. Según Google, este análisis se lleva a cabo de manera local. Por ejemplo, un usuario que visite muchos sitios web sobre gatos o perros podría ser incluido en el grupo de «Animales». Los sitios web y los anunciantes pueden utilizar esta información para mostrar anuncios que coincidan con los intereses de estos



grupos de usuarios.

Vivaldi Technologies explicó que *«nunca confió en la API de Topics desde el principio»*, calificando a «Topics» como un *«intento engañoso de Google de mostrar un enfoque en la privacidad mientras introduce nuevas formas de seguimiento de sus usuarios»*. Integrar el seguimiento y la creación de perfiles en un navegador se considera *«fundamentalmente incorrecto»* según Vivaldi, por lo que siempre se opondrán a ello.

La empresa confirmó que la API de «Topics» nunca se habilitará en su navegador web Vivaldi. Para habilitar «Topics» en Vivaldi, se necesitarían dos «elementos», ambos de los cuales han sido desactivados por ingenieros de Vivaldi.

No todos los fabricantes de navegadores han expresado sus preocupaciones tan públicamente como lo ha hecho Vivaldi. Google tiene planeado desactivar el soporte para cookies de terceros en la segunda mitad de 2024, después de varios retrasos, y en ese momento, todos los navegadores basados en Chromium deberán decidir si permiten o deshabilitan estas cookies en sus navegadores.