

Google anunció cambios en Android para reforzar la privacidad de usuarios

18/02/2022



Google anunció que en los próximos años llevará a cabo cambios en la herramienta de identificación de los usuarios de su sistema operativo para móviles Android, un movimiento que recuerda al implementado por Apple el año pasado y que le ha valido las críticas de los anunciantes.

En una entrada en el blog corporativo, el vicepresidente de Google para seguridad y privacidad en Android, Anthony Chavez, reveló el inicio de lo que calificó como «**iniciativa de varios**

años» para dotar al sistema operativo de nuevas herramientas publicitarias que protejan más la privacidad de los internautas.

Específicamente, escribió Chavez, se **busca limitar el uso compartido de datos de los usuarios con terceros (empresas anunciantes, por ejemplo) y operar sin códigos identificadores que se compartan entre distintas aplicaciones.** Además, desde Google aseguraron estar explorando tecnologías que reduzcan el riesgo de que haya aplicaciones que recolecten datos de los usuarios de forma encubierta.

Chavez aseguró que el objetivo es mejorar la privacidad de los usuarios **«sin poner en riesgo el acceso a contenidos y servicios gratuitos»**, ya que el precio que los internautas pagan en muchos casos para acceder a estos servicios es precisamente la cesión consciente o inconsciente de sus datos personales.

Aunque el movimiento recuerda al llevado a cabo el año pasado por Apple, Android criticó a sus competidores sin citarlos directamente, al asegurar que **«otras plataformas han elegido una vía diferente que restringe de forma agresiva las tecnologías actualmente usadas por desarrolladores y anunciantes».**

«Nosotros creemos que estas vías pueden resultar no efectivas y terminar en escenarios peores para la privacidad de los usuarios y para las empresas desarrolladoras», añadieron. En abril del año pasado, Apple lanzó la actualización del sistema operativo para iPhones iOS 14.5, con una nueva política de privacidad que concede mayor control al usuario y dificulta la tarea de los anunciantes en internet. Desde esa actualización, todas las aplicaciones para móvil deben solicitar y recibir el permiso de aquellos propietarios de teléfonos iPhone que tengan la nueva versión instalada si quieren seguir sus datos a través de portales de terceros.

A su vez, estos pueden comprobar en cualquier momento qué aplicaciones han recibido permiso para seguirlos en su navegación online. Si los usuarios así lo desean, pueden cambiar estas preferencias y determinar a quién dan permiso y a quién no en el menú de configuración del iPhone o del iPad, e incluso denegar de una sola vez el rastreo a todas las aplicaciones.

Los cambios en la política de privacidad del iPhone han sido desastrosos para una empresa que vive fundamentalmente de la publicidad en internet como Meta (propietaria de Facebook e Instagram), cuyo valor bursátil ha bajado más de 300.000 millones de dólares en los últimos meses precisamente a consecuencia de ello. Un cambio similar por parte de Android podría ahondar todavía más en los problemas de la compañía.

Fuente: Diario 26