



FÓSFORO VERDE

## El 'adpocalipsis'

por Enrique Dans

@edans

16.06.2017



COMENTA

**Google ha hablado:** a principios del próximo año 2018, su navegador Chrome, [utilizado actualmente por el 60% de los usuarios de la web](#), pasará a [incorporar un bloqueador de publicidad](#).

Muchos millones de personas pasarán a tener una experiencia web diferente: **no libre de publicidad, pero sí de anuncios molestos**, definidos en [una serie de formatos](#) acordados por una coalición liderada por la propia Google y en la que se encuentran agencias, medios, redes sociales y anunciantes.

**Las ventanas emergentes o *pop-ups*, los anuncios enormes que tapan toda la pantalla o secuestran tu navegación durante varios segundos**, los desplegados, los vídeos o sonidos preactivados y otras abominaciones similares serán parte de la [triste historia de la web](#), un capítulo absurdo que nunca debió existir.



ojos de los usuarios, porque son detenidas por el navegador. Anunciantes, agencias y medios que, no lo olvidemos, **se dedicaban a molestar a sus usuarios bajo la estúpida teoría de que “si no molesta, no funciona”**, como si cada vez que accedes a una página, una mano surgiese de la pantalla y te metiese el dedo en el ojo.

**Quien domina el navegador, domina internet.** [Google lo sabe](#), y antes de que el fenómeno del bloqueo de la publicidad ocurra sin su control, prefiere, dado que sus ingresos dependen en un 89% de la publicidad ([79.38 miles de millones de dólares](#) sobre [un total de 89.46](#) en 2016), jugar un papel activo en el proceso. Algo que ya hizo hace más de una década cuando lanzó una barra para eliminar los *pop-ups*, entonces ubicuos, y logró reducirlos a una presencia residual.

[¿Tiene sentido que sea el mayor vendedor de publicidad el que lance la herramienta que define qué publicidad se ve y cual no?](#) Aunque inicialmente no suene muy bien, todo indica que sí: **si alguien entiende la web hoy, ese es Google. Y si decide abusar del sistema y nos lanza publicidad molesta, ya nos ocuparemos de protestar.**

Apple, por su parte, [pasará a bloquear activamente el retargeting](#), esa prestación que hace que **cuando has buscado un hotel en París, todas las páginas por las que pasas te ofrezcan hoteles en París.** Entre uno y otro movimiento, es posible que la experiencia de utilizar la web mejore un poco y se oriente, al fin, hacia la lógica y la sostenibilidad de la relación con el usuario.

**¿Apocalipsis? Pues bienvenido sea...**



COMENTA



COLUMNAS ANTERIORES



*El error de Theresa May*