



www.adinoel.com

## Google dejará de mostrarte anuncios basados en tu historial de navegación

### TEXTO – TAREFA DO ALUNO: COPIAR TEXTO (COPIEM O TEXTO ABAIXO)

El año pasado Google anunció que Chrome, su navegador, dejaría de recopilar este tipo de cookies de terceros. Es en parte una decisión a la que la compañía se ha visto forzada porque algunos de los navegadores rivales, como Safari o Firefox, ya no permiten tampoco hacer este tipo de seguimiento, y por tanto la estrategia ha perdido efectividad.

### TEXTO – TAREFA DO ALUNO: MARCAR PALAVRAS

Esta tarefa deve ser realizada antes da leitura e tradução do texto. Vocês devem olhar para o texto e marcar todas as palavras iguais e parecidas com as palavras da língua portuguesa.

### TEXTO – TAREFA DO ALUNO: LEITURA E TRADUÇÃO

#### Google dejará de mostrarte anuncios basados en tu historial de navegación

Google dejará de ofrecer a terceras compañías la posibilidad de comprar anuncios basados en el historial de navegación de las personas, una práctica que durante años ha sido uno de los pilares de la publicidad digital.

La empresa, que controla más de la mitad del mercado de la publicidad en Internet, recopilaba esta información mediante las conocidas como "cookies", pequeños archivos de rastreo que nuestros dispositivos generan cada vez que visitamos una web y que Google podía asociar a cada persona particular.

Con este historial, creaba perfiles muy precisos sobre los intereses de cada usuario, información que luego utilizaba para mejorar la efectividad de los anuncios que terceras compañías compraban a través de la plataforma Google Ads.

#### UN CAMBIO MUY ESPERADO

El año pasado Google anunció que Chrome, su navegador, dejaría de recopilar este tipo de cookies de terceros. Es en parte una decisión a la que la compañía se ha visto forzada



[www.adinoel.com](http://www.adinoel.com)

porque algunos de los navegadores rivales, como Safari o Firefox, ya no permiten tampoco hacer este tipo de seguimiento, y por tanto la estrategia ha perdido efectividad.

David Temkin, Director de gestión de productos, privacidad en publicidad y confianza de Google, ha añadido que Google no sustituirá esta función con ninguna otra herramienta de seguimiento individualizado. "Si la publicidad digital no evoluciona para abordar las crecientes preocupaciones de los usuarios acerca de su privacidad y de cómo se utiliza su identidad, el futuro de la red libre y abierta está en riesgo", explica.

Según un estudio del centro de investigaciones sociológicas Pew, el 72% de los usuarios está convencidos de que casi todo lo que hacen en la red está siendo rastreado por anunciantes y empresas tecnológicas, y un 81% afirma que los posibles riesgos que para ellos supone la captación de sus datos superan los beneficios.

"Los usuarios no deberían tener que aceptar que se les rastree en la red para beneficiarse de una publicidad relevante. Y los anunciantes no deberían tener que rastrear a los consumidores en la red para obtener los beneficios de la publicidad digital", explica Temkin.

Fonte:

<https://www.elmundo.es/tecnologia/2021/03/03/603fb300fdddffba408b45b1.html>  
(adaptado)

## **TEXTO – TAREFA DO ALUNO: MONTAR VOCABULÁRIO**

Na tarefa de montar vocabulário, os alunos deverão levar para o caderno todas as palavras que não conseguiram entender no momento da leitura e tradução. A seguir, procurem o significado dessas palavras no dicionário.



[www.adinoel.com](http://www.adinoel.com)

## **TEXTO – TRADUÇÃO LIVRE**

### **Google dejará de mostrarte anuncios basados en tu historial de navegación**

Google deixará de te mostrar anúncios baseados em teu histórico de navegação

Google dejará de ofrecer a terceras compañías la posibilidad de comprar anuncios basados en el historial de navegación de las personas, una práctica que durante años ha sido uno de los pilares de la publicidad digital.

Google deixará de oferecer a terceiras companhias a possibilidade de comprar anúncios baseados no histórico de navegação das pessoas, uma prática que durante anos há sido um dos pilares da publicidade digital.

La empresa, que controla más de la mitad del mercado de la publicidad en Internet, recopilaba esta información mediante las conocidas como "cookies", pequeños archivos de rastreo que nuestros dispositivos generan cada vez que visitamos una web y que Google podía asociar a cada persona particular.

A empresa, que controla mais da metade do mercado da publicidade na Internet, reunia esta informação mediante os conhecidos "cookies", pequenos arquivos de rastreamento que nossos dispositivos geram cada vez que visitamos uma web e que Google podia associar a cada pessoa particular.

Con este historial, creaba perfiles muy precisos sobre los intereses de cada usuario, información que luego utilizaba para mejorar la efectividad de los anuncios que terceras compañías compraban a través de la plataforma Google Ads.

Com este histórico, criava perfis muito precisos sobre os interesses de cada usuário, informação que depois utilizava para melhorar a efetividade dos anúncios que terceiras companhias compravam por meio da plataforma Google Ads.

## **UN CAMBIO MUY ESPERADO**

Uma mudança muito esperada



[www.adinoel.com](http://www.adinoel.com)

El año pasado Google anunció que Chrome, su navegador, dejaría de recopilar este tipo de cookies de terceros. Es en parte una decisión a la que la compañía se ha visto forzada porque algunos de los navegadores rivales, como Safari o Firefox, ya no permiten tampoco hacer este tipo de seguimiento, y por tanto la estrategia ha perdido efectividad.

No ano passado Google anunciou que Chrome, seu navegador, deixaria de reunir este tipo de *cookies* de terceiros. É em parte uma decisão a qual a companhia se há visto forçada porque alguns dos navegadores rivais, como Safari ou Firefox, já não permitem tampouco fazer este tipo de seguimento, e portanto a estratégia há perdido efetividade.

David Temkin, Director de gestión de productos, privacidad en publicidad y confianza de Google, ha añadido que Google no sustituirá esta función con ninguna otra herramienta de seguimiento individualizado. "Si la publicidad digital no evoluciona para abordar las crecientes preocupaciones de los usuarios acerca de su privacidad y de cómo se utiliza su identidad, el futuro de la red libre y abierta está en riesgo", explica.

David Temkin, diretor de gestão de produtos, privacidade em publicidade e confiança do Google, há assinalado que o Google não substituirá esta função com nenhuma outra ferramenta de seguimento individualizado. "Se a publicidade digital não evolui para abordar as crescentes preocupações dos usuários sobre sua privacidade e de como se utiliza sua identidade, o futuro da rede livre e aberta está em risco", explica.

Según un estudio del centro de investigaciones sociológicas Pew, el 72% de los usuarios está convencidos de que casi todo lo que hacen en la red está siendo rastreado por anunciantes y empresas tecnológicas, y un 81% afirma que los posibles riesgos que para ellos supone la captación de sus datos superan los beneficios.

Segundo um estudo do centro de investigação sociológicas Pew, 72% dos usuários estão convencidos de que quase tudo aquilo que fazem na rede está sendo rastreado por anunciantes e empresa tecnológicas, e 81% afirmam que os possíveis riscos que para eles supõe a captação de seus dados superam os benefícios.

"Los usuarios no deberían tener que aceptar que se les rastree en la red para beneficiarse de una publicidad relevante. Y los anunciantes no deberían tener que



[www.adinoel.com](http://www.adinoel.com)

rastrear a los consumidores en la red para obtener los beneficios de la publicidad digital", explica Temkin.

“Os usuários não deveriam ter que aceitar que fossem rastreados na rede para se beneficiar de uma publicidade relevante. E os anunciantes não deveriam ter que rastrear os consumidores na rede para obter os benefícios da publicidade digital”, explica Temkin.