

GMail :

El análisis y comercialización de la información en el correo electrónico

Google se ha convertido en los últimos años, en una de las compañías más fuertes en el Internet. De sólo ser un buscador en sus inicios, hoy ofrece servicios como mapas interactivos, videos, e-mail, creación de blogs, páginas personales, y por supuesto el rentable negocio de la publicidad en Internet. Aparte del correo electrónico, los motores de búsqueda son el principal servicio que los cibernautas utilizan. De no existir, sería imposible encontrar la información que se busca en la red.

En 2004, Google lanzó su versión beta (de prueba) de GMail, su sistema de correo electrónico. Los usuarios sólo podían acceder al registro a través de



una invitación hecha por un tercero. Así, Google controló la cantidad de usuarios de su nuevo producto, mientras aumentaba la capacidad en sus

servidores, ya que GMail se diferenciaba de los demás servicios como Hotmail, por su capacidad. Hotmail, en su momento el sistema de correo electrónico más popular, durante años sólo ofreció 2mb de espacio, GMail ofrecería 1000mb, por lo que el usuario acostumbrado a borrar todos sus correos, nunca más tendría la necesidad de borrar nada. Esto implicaba una fuerte inversión de Google para poder proporcionar esa cantidad de almacenamiento a miles de usuarios, pero como se confirmaría más adelante, las ganancias fueron mucho mayores.

¿Pero cómo es que ofrecer tanto espacio para cada usuario es un negocio cuando el servicio de GMail es gratis?

La respuesta es muy simple. Al ofrecer tanto espacio, los usuarios ya no tienen la necesidad de borrar ningún correo. Esto es muy útil, ya que pueden tener almacenada toda la información que les llega al correo, incluyendo archivos adjuntos que siempre podrán encontrar con el buscador especializado para correo electrónico.

Sin embargo, esto es mucho más útil para Google. Al tener tanta información disponible que los usuarios nunca borran, se tiene un enorme potencial de vender esa información para fines publicitarios. Google, a través de los sistemas de programación que incluyen Ajax, JavaScript, y Opera 8+, escanea los correos de todos los usuarios y detecta palabras clave en los correos que envían y reciben. Este proceso es automatizado y muy rápido, por lo que inmediatamente que el usuario recibe un correo que contiene



palabras clave, las escanea y coloca anuncios relacionados con el texto que contiene el correo.

Por ejemplo, recibí un correo en mi cuenta de GMail cuyo asunto era: "*Trabajo*". El texto que contenía era el siguiente:

En esta página hay un artículo que tiene información que puede servirnos, y sacar ideas y planear el proyecto.

Con sólo ese texto, Gmail de inmediato muestra en una barra ubicada junto al correo, titulada *links patrocinados* los siguientes anuncios publicitarios:

- [Trabajo](#)
Ofertas de trabajo en todo México.
Publica tu CV gratis. Empléate ya!
www.monster.com.mx
- [Trabaje desde su casa.](#)
Sin jefe. Sin horarios. Sin prisas.
Cambie su vida. Viva sin agobios.
www.gananciasadicionales.com
- [Planes de Negocio Gratis](#)
Para la Pequeña Empresa en América Latina, del Banco Mundial
www.herramientaempresarial.org

Con este simple ejemplo, se muestra cómo ha utilizado como una herramienta publicitaria que le genera enormes ingresos el invadir la privacidad de sus usuarios. Gmail ha recibido críticas al respecto, aunque ellos argumentan que los usuarios de este servicio aceptaron los términos y condiciones del contrato, que por cierto muy pocas personas leen y sólo dan click al botón "aceptar términos y condiciones". Sin embargo, Gmail también invade la privacidad de cualquiera que envíe correos a Gmail, aunque sea desde otro servicio como Yahoo o Hotmail. En el ejemplo anterior, la persona que me envió el correo lo hizo desde su cuenta de Yahoo, y él nunca aceptó los términos y condiciones de Gmail que está invadiendo su privacidad y comercializándola sin su consentimiento.

Pero Gmail tiene una ventaja adicional. Al tener un motor de búsqueda por Internet muy popular, Google relaciona la información que envían y reciben los usuarios de Gmail, con las búsquedas que realizan en Google. No se sabe que otros usos hace Google de ésta información, y hasta el momento más de 30

agencias de derechos civiles y privacidad han presionado a Google, sin éxito, a suspender el servicio de GMail hasta resolver estos problemas.

Otro asunto clave, es que en las políticas de privacidad de Google, hay una cláusula que dice: *“Copias residuales de mensajes eliminados por el usuario pueden tardar hasta 60 días en ser eliminados de nuestros servidores activos y mantenerse en nuestros sistemas de respaldo que no están en línea”*. De este modo, aunque el usuario desee eliminar de inmediato todos los correos que envía y recibe, GMail los conserva 60 días más en su sistema.

El asunto de la privacidad se está convirtiendo en un tema de discusión importante entre los usuarios que tienen conocimiento del tema. Sin embargo, la mayoría de ellos ignora que se invade su privacidad, por lo que envían información importante o incluso confidencial sin saber que es analizada y comercializada. La discusión se centra en que al ser un servicio gratuito de correo electrónico, la compañía necesita financiar la inversión en más servidores que otorguen más espacio al usuario. Sin embargo, la manera en que se financian es considerada por muchos como una invasión a los derechos de privacidad de los usuarios de GMail y de los externos que envían información a las cuentas de este sistema. Al no haber un gobierno en Internet, no existen entidades específicas que regulen el comportamiento de las compañías establecidas en la red por lo que los grupos que demandan que Google modifique sus políticas, no tienen la certeza de a qué entidad acudir a presentar sus quejas.