

La Agencia Española de Protección de Datos (AEPD) ha declarado ilegal el modelo de publicidad personalizada del servicio de correo electrónico, Gmail. Tras una denuncia previa de la Federación de consumidores en Acción (**FACUA**), la **AEPD** ha considerado que el gigante estadounidense incurre en una intromisión en la privacidad de los usuarios, tanto de los que contratan el servicio de forma gratuita (cediendo su privacidad a cambio de 6 gigas de mail) como de quienes les envían mensajes.

El origen de la disputa yace en el servicio de personalización publicitaria de Gmail. Cuando un individuo envía un correo electrónico, la información queda almacenada para filtrar correo basura, detectar un contenido concreto como material ilegal, y también para incluir publicidad personalizada en función del mensaje.

La AEPD [ha confirmado](#) que el escaneo de los correos e "interceptación de contenidos" incumple la "legislación española", aunque esos procesos sean realizados por máquinas.

Sólo se admite una excepción, cuando "los correos se escanean por motivos de seguridad del servicio", esto es, la prevención de virus y de correo basura. "Aún así, los proveedores de servicios deben informar sobre sus prácticas de cribado de correo electrónico y ofrecer a sus abonados la posibilidad de decidir sobre el filtrado para evitar el 'spam'", indica la Agencia.

Precedentes

El buscador de Google, por su parte, tuvo que acatar el dictamen de la Comisión Europea en junio de 2006 y reducir a 18 meses el tiempo durante el cual almacena las búsquedas de sus usuarios.

En diciembre de 2007, más de 13.000 usuarios de la red social Facebook protestaron contra un nuevo sistema de publicidad de la página, que informaba a sus miembros de las compras que realizaban sus amigos a través de Internet.

Fuente: adn.es