



Masterhacks - Google ha decidido suspender uno de los formatos de publicidad más controvertidos, los anuncios dentro de Gmail, mismos que leen el contenido de correo electrónico de los usuarios para ofrecer anuncios contextuales.

Esta decisión no provino del equipo de publicidad de Google, sino de su unidad de nube, que busca captar más clientes corporativos.

Google Cloud vende un paquete de software de oficina llamado G Suite, que es la competencia con el líder Microsoft.

Los usuarios que pagan por Gmail no reciben anuncios que analizan los correos electrónicos, tal como ocurre con la versión gratuita, pero algunos clientes estaba confundidos debido a las implicaciones de privacidad, afirmó Diane Greene, vicepresidente de Google para la nube.

«Lo que vamos a hacer es dejarlo sin ambigüedades», agregó. Los anuncios seguirán apareciendo dentro de la versión gratuita de Gmail, bajo el nombre de mensajes promocionados. Pero en lugar de leer el correo del usuario, los anuncios se orientarán a otra información personal que Google obtiene de búsquedas y YouTube.

Los anuncios que se basaron en el escaneo de emails fueron muy criticados y atrajeron demandas a la compañía.

Greene escribió sobre estos cambios en su blog, donde también escribió que G Suite cuenta con más de 3 millones de compañías que pagan había duplicado su base en usuarios el último año.