

Yahoo despide el diseño clásico de su correo electrónico

El movimiento de Yahoo implica que los usuarios de su correo tendrán que **aceptar unos nuevos términos del servicio y política de privacidad**.

En ella se especifica que **se podrán escanear los mensajes enviados para ofrecer a esos clientes anuncios** que les resulten relevantes, añadir nuevas funciones al email y protección contra abusos en el uso del servicio.

En ese sentido, desde Yahoo ya informaron al debutar la nueva versión de su correo, que vio la luz el pasado mes de diciembre, que los usuarios que no desearan recibir esa publicidad **pueden renunciar a ellos desde el apartado conocido como Ad Interest Manager**.

Entre los usuarios ya ha habido quejas de quienes creen que las nuevas condiciones del servicio son una invasión de la publicidad, pero lo cierto es que no **Gmail lleva ya mucho tiempo escaneando los emails** para enviar a sus clientes anuncios personalizados.