

## DICCIONARIO PARA EJECUTIVOS

### Personal Video Recorders (PVR)

**ENRIQUE DANS**  
PROFESOR DEL INSTITUTO DE  
EMPRESA BUSINESS SCHOOL

El «Personal Video Recorder» o (PVR) es uno de los aparatos domésticos más apreciados por los quince millones de norteamericanos que lo poseen. ¿Por qué? Por liberar la televisión del condicionante temporal. Imagínese viendo lo que desee, a la hora que desee, sin molestas pausas publicitarias, y pudiendo parar, rebobinar o avanzar a su voluntad: como un vídeo, pero sin los engorrosos procesos y pérdida de calidad del mundo analógico, y dotado además de prestaciones que hacen que sus propietarios afirmen no entender cómo podían ver la televisión antes de tener algo así.

Pero no todo son aspectos positivos, o al menos, no para todo el mundo: ¿cómo plantear la financiación de unas cade-

nas de televisión que viven de interrumpir los programas que sus usuarios quieren ver con un contenido publicitario que sus usuarios no quieren ver? ¿Cómo evolucionará un sector en el que los anunciantes pagan costosos anuncios que un segmento determinado de la población —de muy interesante composición demográfica— se salta de manera sistemática?

El PVR supone una auténtica carga de profundidad en la industria: sus usuarios dejan de ver en torno al 70% de la publicidad emitida, lo que vaticina importantes descensos en inversión publicitaria y una fuerte presión a la baja de los precios.

Con una guía de programación a la que se accede desde el propio aparato o en la web, el usuario hace «click» en el programa que desea grabar, y decide si lo graba una vez o de manera regular. Yo, por ejemplo, encargaría «pases de temporada» para CSI, House y los informativos de mi cadena favorita, más

una película de vez en cuando, y dejaría de preocuparme de si es lunes o martes, o de terminar de cenar a tiempo para correr a estirarme en mi sofá. El disco duro del PVR almacena puntualmente todas las grabaciones programadas, y permite, por ejemplo, detener un programa de televisión, levantarse para ir al baño o contestar el teléfono, y seguir viéndolo al volver al salón.

El mercado es dinámico, sujeto a innovaciones como el doble sintonizador, para grabar dos canales a la vez y dominado por una empresa, TiVo, que encarna el concepto. El pione-

ro en España es InOutTV, con un modelo similar. Sin embargo, la actuación judicial de emisoras que afirman que existe un «contrato implícito» entre canal y espectador que obliga a este último a ver publicidad ha evitado innovaciones como la detección automática de anuncios o la compartición entre usuarios, prestaciones que sí existen para un segmento de usuarios tecnológicamente avanzados: el de los DIY (Do It Yourself), que se montan su propio DVR con un ordenador, una tarjeta de vídeo y programas que pueden descargarse de Internet.

Las reacciones van desde aparatos que restringen el cambio de canal, hasta el incremento de publicidad integrada en los contenidos. En cualquier caso, lo que está claro es que la televisión está cambiando, y sus usuarios también. Estamos viendo la manera en la que todos veremos televisión en un futuro cercano. ¿Lo siguiente? La revisión crítica de todo un modelo de negocio.

**«El PVR permite  
detener un  
programa de  
televisión y  
retomararlo cuando se  
desee»**