

## Televisiones inteligentes ¿Ventaja para el espectador o solo para las marcas?

Domingo, 29 Marzo 2015 10:14 | tamaño de la fuente - + | Imprimir | Email

Valora este artículo  (1 Voto)



Las televisiones inteligentes son capaces de conocer desde los contenidos vistos, comprados, descargados o reproducidos en streaming hasta la información sobre aplicaciones usadas, los clics que se hagan sobre "Me gusta" o "No me gusta", la dirección IP, la información almacenada en cookies y otras tecnologías semejantes de sus usuarios.

¿Es la "caja tonta" cada vez más lista? A juzgar por la nueva generación de televisiones inteligentes que campan por nuestros hogares, la respuesta es afirmativa. El que los televisores dispongan de opciones que casi podemos

denominar de espías, es lo que les dota de la inteligencia necesaria a través de la cual conocer mejor a los televidentes y del uso de la red o de los canales y programas que vemos y por lo tanto acercarnos a la tv personalizada y a la carta que deseamos.

Y es que el lado positivo de esta moneda es que las Smarttv pueden ofrecer una verdadera experiencia personalizada. Que nos ofrezcan el contenido que realmente nos interesa y no tener que ver lo que no nos gusta, para mí es positivo, al fin y al cabo es lo que cada vez sucede más en Internet y el mundo offline. En este caso las televisiones van por el mismo camino, el offline y el online convivirán con la captación de información de cada uno de nosotros.

Pero, ¿se puede decir que las televisiones inteligentes son fuente de captación de datos comerciales? A juzgar por la propia información que aparece en los manuales de instrucciones de las marcas, queda poco lugar para las dudas. Hay casos en los que para poder usar la tv hay que registrarse en la propia página de la marca o se tiene que hacer reconocimiento de voz para controlar y utilizar muchas de sus funcionalidades mediante comandos de voz. Es más, si las palabras que lleguemos a decir incluyen información personal o confidencial de cualquier tipo, las mismas pueden añadirse a los datos capturados y transmitidos a un tercero cuando utilizemos el reconocimiento de voz.

Así las cosas ¿qué información o datos son los que una SmartTV puede obtener de nosotros? Sobre los contenidos vistos, comprados, descargados o reproducidos en streaming así como acerca de las aplicaciones a las que hemos accedido a través de los diferentes paneles; los clics hechos en "Like" (Me gusta), "Dislike" (No me gusta), "Watch Now" (Ver ahora) y otros botones y otra información sobre el uso de la SmartTV y de sus dispositivos como puede ser la dirección IP, la información almacenada en cookies y otras tecnologías semejantes, la información que identifica su configuración de hardware o software, la información del navegador y de las páginas solicitadas.

Ante dicho "control" Merodio recomienda leer muy bien los términos para aceptar solo los que deseemos ya que una vez demos al "sí, quiero" estaremos en manos de la SmartTV. Una vez pinchemos sobre el permiso hacia el uso de datos o de aplicaciones podrán no solo recoger determinada información sino utilizarla de cara a terceros. Pasaremos entonces de pensar que estamos facilitando datos a las propias marcas para actividades de personalización de contenidos, a proporcionarles fines de negocio o información que puedan facilitar a terceros.

## Información adicional

---

<b>Contacto:</b>	<a href="mailto:comunicacion@juanmerodio.com">comunicacion@juanmerodio.com</a>
<b>Clasificación Colaborador:</b>	Redes sociales y marketing, experto en 2.0
<b>Email:</b>	<a href="mailto:comunicacion@juanmerodio.com">comunicacion@juanmerodio.com</a>
<b>Web:</b>	<a href="#">El blog de Juan Merodio</a>
<b>Facebook:</b>	<a href="#">Juan Merodio</a>
<b>Twitter:</b>	<a href="#">@juanmerodio</a>
<b>Linkedin:</b>	<a href="#">Juan Merodio</a>