

Talking Window: ¿Publicidad mientras duermes?



Si no lo hemos hecho nosotros, hemos visto a alguien hacerlo. Me refiero a apoyar la cabeza sobre el vidrio de un transporte público para tratar de descansar un poco durante el viaje. Para algunas personas, el simple hecho de estar en movimiento les impide conciliar el sueño, pero

aquellos que sí lo logran tal vez reciban una sorpresa, siempre y cuando estén en Alemania. Una **agencia de publicidad** llamada **BBDO** experimentará a través de su división local con un **sistema de transmisión** instalado en las ventanas, que tiene la capacidad de **enviar mensajes a nuestros oídos** vía **conducción ósea**.

Millones de personas alrededor del globo hacen lo posible para obtener algunos minutos de sueño mientras se trasladan desde sus hogares hacia sus trabajos, y viceversa. Algunos pueden mantenerse dormidos sin importar el movimiento del vehículo, mientras que otros no logran ir más allá de cerrar los ojos. Independientemente de cada caso, un factor común es **apoyar la cabeza sobre el vidrio del transporte**. La vibración del propio vehículo puede ayudar a conciliar el sueño... ¿pero qué sucede cuando **el vidrio te habla**? Sí, admito que un vidrio nunca me ha hablado, pero el concepto que está explorando la división alemana de la **agencia de publicidad BBDO** tal vez logre hacer exactamente eso.

De hecho, el proyecto ha sido bautizado **Talking Window**. La idea principal es que cuando una persona apoya la cabeza sobre el vidrio, recibe mensajes utilizando **tecnología de conducción ósea**, la misma que Google aplica en su dispositivo Glass. De

este modo, el sonido llega directamente al oído interno del pasajero, *sin molestar a los demás*. La campaña se está desarrollando en favor del proveedor de contenidos televisivos Sky, y el anuncio propiamente dicho es una recomendación para descargar la aplicación móvil Sky Go. De acuerdo a BBDO, el sistema tuvo una *“respuesta positiva”* en las pruebas piloto que se llevaron a cabo en Munich y Aachen. También se ha dicho que la publicidad es apenas una de las posibles aplicaciones, ya que el mensaje puede ser alterado para entregar datos sobre el tiempo, resultados deportivos, y música.

Los representantes de Sky han dicho que todavía están evaluando si ejecutan esta campaña, y tal vez deban tomarse su tiempo. Si tenemos en cuenta los comentarios de los usuarios en YouTube y otros medios, la respuesta de **Talking Window** no es tan positiva como BBDO quiere transmitir. Un punto que se puede rescatar de esto es *el técnico*, debido a que aplicar tecnología de conducción ósea a través de un vidrio es un concepto interesante. Ahora, en cuanto a **querer o no una voz en la cabeza mientras se descansa**, eso es otra historia.