

## Vallas publicitarias con bluetooth se comunican con móviles y PDA

por **ABC**. (12/01/2005)

**El sistema permite que los viandantes se informen en plena calle de una película en cartel o de los servicios públicos, y en los museos de los detalles de las obras.**

- *Un hombre camina por una céntrica calle de su ciudad.*
- *Se detiene en la parada del autobús a mirar un cartel publicitario del estreno de una película.*
- *Piensa ir al cine con su novia.*
- *Saca su móvil con «bluetooth», lo orienta hacia el anuncio y, al instante, recibe un mensaje en su terminal con la ficha artística del filme y la sinopsis.*
- *A continuación visualiza el tráiler.*
- *No se lo piensa dos veces y decide en ese momento comprar las entradas utilizando su móvil.*

Esta escena, hoy, puede parecer de película, pero una empresa francesa, Kameleon, la ha hecho realidad, y quién sabe si cotidiana. Esta nueva forma de comunicación directa entre el anunciante y la audiencia es posible gracias a la integración de un microchip en el cartel publicitario, capaz de comunicarse con teléfonos móviles y ordenadores de bolsillo o PDA mediante la tecnología «bluetooth». Las vallas publicitarias, el mobiliario urbano... devienen en mini servidores multimedia y, al fin, en objetos comunicantes.

Cuando la persona se acerca a un cartel de este tipo, aparece un icono en el teléfono móvil y el contenido se captura de forma automática. A la información se accede vía GPRS, 3G o Wi-Fi. El dispositivo móvil está dotado con un software en Java, parecido al utilizado para los videojuegos, que se descarga de internet de forma gratuita.

### **Precisa herramienta de marketing**

El ingenio se revela como una potente herramienta de marketing personalizado y un preciso contador del impacto de las campañas publicitarias.

A la promoción cinematográfica se ajusta como un guante, de hecho se presentó de forma oficial en la última edición del Festival de Cannes. Y es que suministra toda la información que se quiera sobre la película (ficha artística, críticas, vídeos...), los cines, y hasta permite reservar las entradas, posibilidad con la que, de paso, se incentiva el pago por móvil. Si el dispositivo dispone de conexión a internet, además, se puede descargar más información de la web.

Pero en vez de cine, podría imaginarse la publicidad de música, mediante escuchas previas de fragmentos de canciones, y la promoción de ofertas de productos en supermercados, grandes almacenes y escaparates, y la consulta de servicios públicos como horarios de autobuses, el plano del metro, farmacias de guardia...

También para acercar las obras de arte en los museos y las atracciones en los parques temáticos a los visitantes. Sus creadores lo denominan el «Multimedia Tour»: el turista va equipado con una PDA políglota que le guía por el recinto, en un periplo programado por autores, obras de arte, o cualquier otro itinerario determinado por el museo o parque temático. Al detenerse el visitante en la contemplación del cuadro o atracción, éste acciona los iconos de la pantalla y el sistema comienza a proporcionar información, tan detallada como se quiera, sobre ella. El sistema registra en tiempo real los datos del comportamiento del visitante. El departamento de marketing dispone de ellos rápidamente.

### **Rapidísima conexión**

El microchip desarrollado por la empresa dispone de lo último en procesadores, el potente ARM 9, de 32 Mb de memoria. El reto fue rebajar el tiempo de conexión entre el teléfono móvil o la PDA y la información. El sistema sólo tarda 0,2 segundos en conectar, cuando lo habitual con «bluetooth» es que sea de 10 segundos.

El museo Madame Tussauds de Londres, donde se expone el polémico Belén de los Beckham y otros personajes de la vida pública londinense, ha camuflado en sus obras de cera el sistema Kameleon, en una experiencia piloto.