NEWS

A parede que se paga a si própria

Como a superfície de um ecrã se transforma numa fonte de receita

9 de novembro de 2026, Tobias Engl



Um ecrã na loja custa dinheiro, tanto na compra como no funcionamento. O que muitos não veem: a mesma superfície também pode render alguma coisa. Onde até agora só passavam avisos próprios, é possível alugar espaço a marcas cujos produtos já estão, de qualquer modo, na prateleira.

O princípio é conhecido do grande retalho. Um fabricante de bebidas paga para que o seu produto apareça no ecrã à hora de almoço; uma empresa de laticínios promove a sua campanha exatamente quando os clientes estão junto ao expositor refrigerado. O comerciante não vende apenas mercadoria, vende também atenção, no lugar certo e à hora certa.

O controlo fica em casa. Que marca aparece e quando, decide-o o operador, e entre as inserções pagas continuam a passar as ofertas próprias. Hora do dia, dia da semana e localização podem ser programados separadamente, de modo que a oferta de pequeno-almoço passa de manhã e o aperitivo ao fim da tarde.

Em muitas redes publicitárias fica para trás um perfil dos clientes; aqui não. O ScreenWay reproduz as campanhas localmente e conta as inserções no local, sem que circulem dados pessoais. O comprovativo para a marca é gerado e a privacidade dos visitantes permanece intacta.

© ScreenWay | www.screenway.com

Assim, com o tempo, a tecnologia paga-se a si própria, por vezes mais do que isso. Uma despesa transforma-se numa superfície que trabalha, e o ecrã ganha por si o seu lugar.

© ScreenWay | www.screenway.com