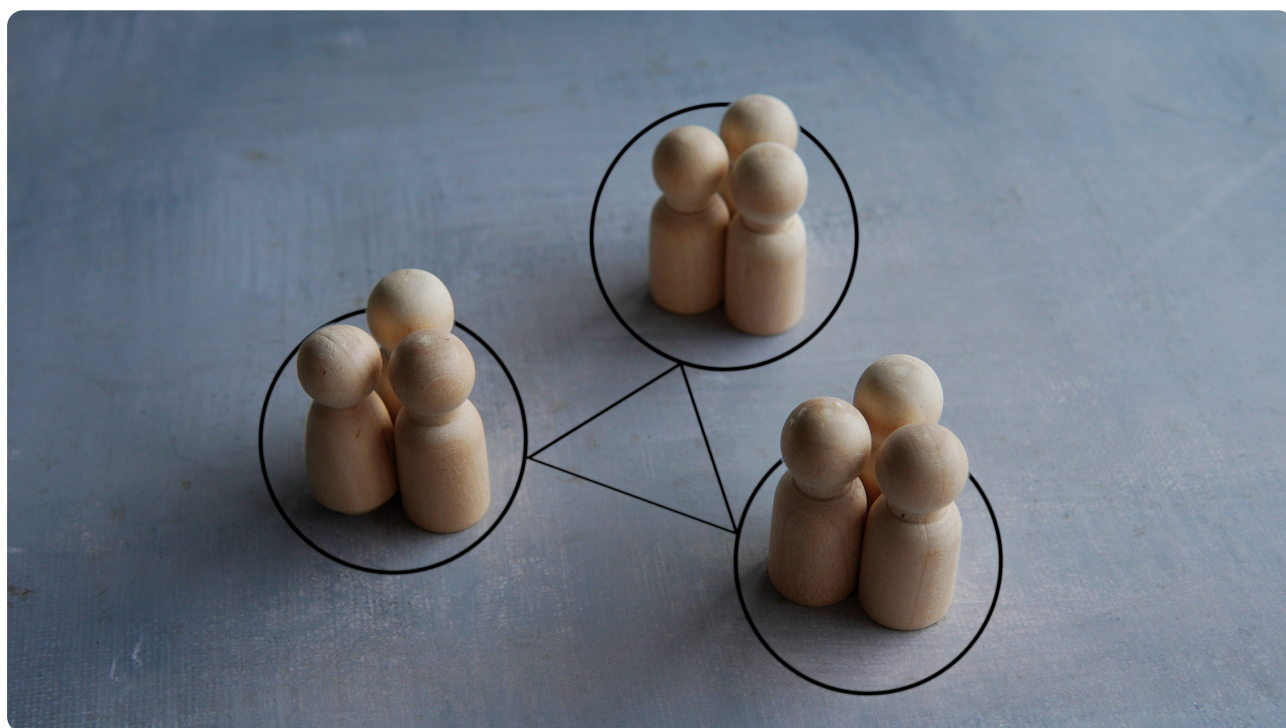


NEWS

El agente planifica, la persona decide

Cómo Displayce reordena la contratación de publicidad exterior con una suite de agentes de IA

6 de julio de 2026, Tobias Engl



En los Cannes Lions 2026, el gran encuentro del sector publicitario, la plataforma francesa Displayce presentó un paquete de tres agentes de IA. Deben asumir la planificación de medios para la publicidad exterior programática, es decir, para esa parte del negocio en la que las superficies publicitarias digitales se contratan de forma automatizada. Lo que hasta ahora exigía mucho trabajo manual, ahora lo preparan agentes.

Tres tareas, tres agentes

El reparto sigue el curso de una campaña. El primer agente lee un briefing y lo traduce en un plan de medios de pantallas contratables. El segundo convierte la selección en una presentación de ventas que se puede seguir editando. El tercero evalúa una campaña en marcha y redacta con ello informes para las agencias. La base es un fondo de datos sobre públicos objetivo, movilidad e inventario publicitario disponible.

Conexión mediante un protocolo abierto

Es notable cómo se accede a la suite. Se ofrece a través del Model Context Protocol, MCP para abreviar, una interfaz abierta a la que pueden conectarse asistentes extendidos como ChatGPT o Claude. Así, la plataforma se puede manejar desde las herramientas con las que muchos equipos trabajan de todos modos. El protocolo se está convirtiendo en la lengua común con la que sistemas y agentes hablan entre sí.

Herramienta, no piloto automático

Displayce subraya que los agentes apoyan y no deciden. Analizan, exploran posibilidades y preparan lo que después acuerda un equipo de medios. El jefe técnico de la empresa resume la línea así: el futuro de la IA publicitaria no está en autómatas inescrutables, sino en agentes que mantienen sus decisiones explicables. El control queda en la persona; el agente le da aire.

Para todo el mundo del digital signage esto es un anticipo. Lo que aquí ordena la contratación de publicidad exterior se puede trasladar a la gestión de pantallas propias. Lo decisivo será dónde calculan los agentes y qué datos ven. ScreenWay también apuesta por interfaces abiertas y hará que los agentes calculen in situ, de modo que la soberanía de los datos se quede en casa y la persona decida.