

NEWS

Screenvolution «Living Canvas»

A nova era da IA faz dos agentes os parceiros mais importantes

20 de abril de 2026, Tobias Engl



A direção é inequívoca. Segundo o mais recente relatório do setor sobre o estado do Digital Signage, a taxa de adoção de IA subiu em dois anos de cerca de 12 para aproximadamente 41 por cento — já não uma mudança passo a passo, mas um salto. A ScreenWay vê-o em três níveis. No primeiro, a IA trata da papelada: a programação e os relatórios correm automaticamente, desde que o ser humano defina as regras. No segundo, entra a verdadeira inteligência contextual — os ecrãs reconhecem o tempo ou o público e adaptam os conteúdos. Mas a verdadeira revolução é o terceiro nível, a Agentic AI. Aqui, o ecrã torna-se um agente autónomo que comunica, para lá das fronteiras dos sistemas, com bases de dados, gestão de mercadorias e sistemas técnicos do edifício. O ser humano define apenas o objetivo; o caminho, escolhe-o a própria IA.

Como isso funciona em concreto, mostra-o o fim do «ecrã vazio». As suites de IA modernas geram layouts complexos de várias zonas por comando de voz. Quem carrega uma foto do design pretendido recebe-o segundos depois como template funcional. Se a equipa de cozinha de um hotel introduz de manhã os novos pratos, a IA constrói a partir daí, sem passar pelo departamento gráfico, um menu board pronto — ajustado à hora do dia, à ocupação e ao design corporativo. E a IA tem, de certa forma, olhos: através de análises anonimizadas baseadas em câmaras ou sensores, e por isso em conformidade com o RGPD, o sistema compreende o seu público em tempo real, muda de língua perante hóspedes internacionais ou aumenta o tamanho da letra para um grupo de viajantes mais velhos.

O tema ganha particular vida com os avatares de IA. O que durante muito tempo soou a ficção científica faz parte, em 2026, do mix de serviços. Seja como totem interativo na receção ou como consultor na loja. Os avatares mantêm conversas reais, reagem com empatia e dominam fluentemente mais de cem línguas. A Gartner prevê que, até 2029, a IA baseada em agentes resolva de forma autónoma cerca de 80 por cento dos pedidos de serviço habituais. Economicamente, é um ganho. O avatar assume o suporte de primeiro nível 24 horas por dia e liberta a equipa para os casos verdadeiramente complexos.

O ponto alto é o agente que toma ele próprio a iniciativa. Graças a padrões como o Model Context Protocol (MCP), a IA funciona como uma «porta USB para a inteligência» e liga-se sem costuras a sistemas empresariais como o ServiceNow ou o Salesforce. Um agente que lê o sistema de gestão do hotel sabe de imediato quando um VIP faz check-in e adapta a imagem de boas-vindas em todos os ecrãs relevantes. Reconhece problemas de hardware antes de um ecrã se apagar e cria autonomamente um ticket de manutenção. A próxima vaga — reconhecimento de emoções em filas de espera agitadas, ecrãs 3D, sistemas A2A que negociam entre agentes — já se desenha no horizonte.

Para os clientes ScreenWay, isto significa sobretudo uma coisa: o Digital Signage deixou de ser uma ferramenta de comunicação estática para se tornar um participante ativo e pensante no sucesso da empresa. O ecrã vê, pensa e age — alivia o pessoal, aumenta as receitas através de uma personalização certa e fornece indicadores mensuráveis para cada píxel. A questão em 2026 já não é se se integra a IA, mas quem constrói hoje a infraestrutura para amanhã não ficar para trás. A ScreenWay acompanha este caminho, desde o primeiro modelo inteligente até à rede de ecrãs totalmente autónoma e interativa. O futuro já está a emitir sinal; basta olhar.

FONTES Gartner (comunicado de imprensa, março de 2025): a IA baseada em agentes resolve de forma autónoma cerca de 80 % dos pedidos habituais de apoio ao cliente até 2029 (–30 % de custos operacionais) · Model Context Protocol (MCP), Agent-to-Agent (A2A) · Taxa de adoção, dados de fornecedores e produtos: relatório do setor sobre Digital Signage / enquadramento interno da ScreenWay.