

NEWS

O futuro pertence aos ecrãs que não se veem

Smart Glass – a era da revolução invisível começa quando o hardware desaparece

24 de abril de 2026, Tobias Engl



É sábado de manhã, nove e meia. Uma cliente passeia junto a uma boutique de moda, para por instantes e olha. Na montra surgem imagens suavemente animadas: o novo vestido de verão em três cores, combinado com os acessórios a condizer e, por baixo, um desconto especial válido só hoje. O vidro em si parece intocado, límpido, convidativo. E, no entanto, está a trabalhar. O que soa a cena de um filme futurista é hoje realidade. Os ecrãs OLED transparentes transformam superfícies de vidro em suportes de comunicação vivos, sem sobrecarregar o espaço, sem bloquear linhas de visão, sem perturbar a atmosfera.

O Digital Signage atingiu nos últimos anos uma maturidade notável. O mercado global foi estimado em 2024 em cerca de 29 mil milhões de dólares americanos e deverá crescer para mais de 57 mil milhões até 2035. Na Europa, o crescimento anual supera os 17 por cento. Mas a verdadeira revolução não é o crescimento. É a qualidade. Os ecrãs modernos são mais nítidos, mais luminosos e mais eficientes em termos energéticos do que nunca. E, com o surgimento das tecnologias transparentes, o próprio ecrã torna-se invisível: a mensagem passa para primeiro plano, o suporte recua.

Uma montra que é ao mesmo tempo transparente e utilizável para conteúdos. Isto não é magia. É o atual estado da técnica.

Os ecrãs OLED transparentes, tal como a LG e a Samsung os oferecem desde 2024 em tamanhos comerciais até 77 polegadas, atingem uma transparência de 40 a 55 por cento com uma resolução 4K de nitidez extrema. Podem integrar-se em vidros de montra, ser usados como portas de vitrinas frigoríficas ou servir de divisórias em escritórios e hotéis. A par disso, os ecrãs LED mesh transparentes, que deixam passar até 90 por cento da luz, abrem possibilidades totalmente novas para fachadas de edifícios e grandes superfícies. E, desde o outono de 2025, existe mais uma categoria: os chamados Hololuminescent Displays, que convertem material de vídeo 2D comum em hologramas 3D realistas, sem software especial, sem pipeline 3D. Quem vê ecrãs assim, para. E é exatamente esse o ponto.

Porque parar não chega e onde o software faz a diferença

Um ecrã impressionante é um bom começo. Mas só o software certo transforma uma moldura de vidro cara numa verdadeira vantagem competitiva. É aqui que entra a ScreenWay. A plataforma liga ecrãs de todos os tipos (seja uma parede LED clássica, um painel OLED transparente ou um quiosque holográfico) aos dados e sistemas que uma empresa já utiliza. Gestão de reservas, sistema de informação, sistema de caixa, função de calendário:

a ScreenWay sincroniza-se com mais de 50 integrações e garante que o conteúdo certo aparece na hora certa no lugar certo, de forma totalmente automática e sem intervenções manuais.

O que isso significa em concreto: um proprietário de restaurante altera o preço do prato do dia uma única vez na caixa, e o ecrã de menu mostra-o corretamente em segundos. Um hotel saúda pelo nome os hóspedes que chegam, porque a ScreenWay lê o sistema PMS. Um consultório médico reproduz automaticamente na sala de espera vídeos explicativos, por exemplo sobre campanhas de vacinação em curso, assim que o outono começa. E, se num escritório dispara o alarme de incêndio, a ScreenWay sobrepõe-se com um único clique a todos os ecrãs em simultâneo, quer sejam um, cem ou mil.

A plataforma foi deliberadamente concebida para não exigir conhecimentos de TI. Em menos de 30 minutos, o primeiro ecrã está a funcionar. Mais de 300 modelos específicos por setor fornecem de imediato conteúdos de aspeto profissional, sem agência e sem programa de design gráfico. E quem cresce não precisa de mudar: a ScreenWay gere com a mesma tranquilidade um único ecrã num consultório médico e uma rede com 1.000 ecrãs em 200 filiais.

A questão já não é se o Digital Signage compensa. A questão é se alguém se pode dar ao luxo de esperar.

De hoje até 2050: a evolução que há muito começou

O que hoje começa com ecrãs OLED transparentes e personalização apoiada por IA vai acelerar nos próximos anos. Até 2030, os ecrãs transparentes passam de produto premium a padrão. Montras, divisórias de vidro e vitrinas frigoríficas passarão a receber conteúdos com toda a naturalidade. Só o mercado dos ecrãs transparentes deverá crescer para mais de 65 mil milhões de dólares americanos até 2035, com um crescimento anual superior a 31 por cento. Pouco depois, por volta de 2036, os óculos de realidade aumentada tornam-se produto de massas: a partir desse momento, as empresas passam a ter dois canais de informação paralelos: o ecrã físico para todos os visitantes e uma sobreposição digital para utilizadores com óculos AR. As plataformas capazes de alimentar ambos os canais a partir de uma única fonte vão definir o mercado. E, a mais longo prazo, por volta de 2045 e para lá disso, o próprio conceito de ecrã dissolve-se: cada superfície, cada parede, cada janela torna-se potencialmente um suporte de informação. O software que controla tudo isso torna-se a camada de sistema operativo do mundo físico.

A ScreenWay foi construída precisamente para este caminho. A plataforma não pensa em dispositivos, mas em canais. Não em ecrãs, mas em mensagens. Quem começa hoje com a ScreenWay, seja com um único ecrã transparente na montra ou com uma rede de filiais interligada, posiciona-se para uma evolução que está apenas a ganhar velocidade. E

quem ainda espera, em breve estará a olhar para concorrentes cujas montras há muito falam.