

NEWS

O agente no vidro

Como o ecrã que fala e age beneficia concretamente os comerciantes e os seus clientes, e porque é que a confiança é o fator decisivo.

22 de junho de 2026, Tobias Engl



Durante quinze anos, um ecrã numa loja fez sobretudo uma coisa: mostrar o que alguém tinha planeado previamente. Isso está a mudar de forma fundamental. O ecrã começa a compreender, a responder e a agir. Deixa de ser montra para se tornar interlocutor. Para os comerciantes, não é um mero passatempo, mas uma alavanca concreta sobre as vendas, os custos e a experiência do cliente. E, para os clientes, significa ajuda exatamente quando é necessária.

O QUE É

Do ecrã ao interlocutor

O «agente no vidro» reúne três coisas: 1. percebe o seu contexto de forma anónima (quantas pessoas estão à sua frente, durante quanto tempo, a que hora do dia), 2. responde a perguntas em linguagem natural, por voz ou por escrito, e 3. gera cada vez mais os seus próprios conteúdos a partir de dados em tempo real... sortido, preços, marcações, percursos. Onde faz sentido, chega mesmo a desencadear processos: reservar uma marcação, guiar até à prateleira certa. De um ciclo interminável nasce um diálogo.

PERSPETIVA 1

Do ponto de vista do comerciante

Fim da roda infinita dos conteúdos. Manter os conteúdos atualizados era, até agora, um trabalho permanente. O agente vai buscar promoções, preços e disponibilidades por si próprio e compõe a partir daí mensagens coerentes, sem que alguém tenha de mexer diariamente em ficheiros.

Mais relevância, mais conversão. Em vez de uma mensagem para todos, o agente mostra a mensagem adequada no momento certo, em função da hora do dia, do stock e do contexto. Uma abordagem relevante no local da decisão reflete-se diretamente no talão de compra.

Menos carga para a equipa. Às perguntas recorrentes (Onde encontro...? Quanto custa...? Quando é...?) responde o agente a qualquer hora do dia. A equipa ganha tempo para aquilo que as pessoas fazem melhor: aconselhar e acompanhar.

Finalmente, medições fiáveis. O agente sabe, de forma anónima, quantas pessoas o viram e utilizaram e que conteúdos funcionam. A intuição transforma-se em prova: a base para melhores decisões e, onde fizer sentido, para receitas publicitárias no próprio espaço.

PERSPETIVA 2

Do ponto de vista dos clientes

Resposta imediata, sem app, sem fila. Pergunta-se e obtém-se uma informação clara na própria língua: o produto certo, o caminho mais curto, a próxima vaga disponível. Sem descarregar nada, sem esperar ao balcão.

Pessoal, mas não invasivo. A ajuda sente-se próxima, sem que alguém seja reconhecido ou medido. O agente reage à pergunta, não ao rosto.

Acessível a todos. Letras grandes, função de leitura em voz alta, contraste elevado e muitas línguas num só dispositivo tornam a informação mais acessível do que qualquer placa impressa e cumprem, ao mesmo tempo, os requisitos de acessibilidade.

Útil em vez de publicitário. Como o agente resolve primeiro a pergunta, cria-se confiança, e é precisamente essa confiança que torna eficaz a recomendação que a acompanha.

O PONTO CRUCIAL

A confiança é o fator decisivo

Quanto mais um ecrã fala e age por si próprio, mais importante se torna saber se se pode confiar nele. Na Europa, isso não é um tema secundário. Um agente no vidro pode ser curioso quanto à pergunta, mas não quanto à pessoa. A medição é anónima e agregada: contactos visuais e tempo de permanência, sem interpretação demográfica ou emocional, tal como exigem o EU AI Act e o RGPD. Os conteúdos gerados permanecem rastreáveis e identificados, os dados são processados localmente e na UE. Assim, a proteção de dados deixa de ser um travão para se tornar um argumento de venda.

É exatamente aqui que reside a força da ScreenWay! O padrão que sustenta o ecrã falante (agentes isolados e controláveis, processamento local, soberania europeia dos dados) já está inscrito na arquitetura concebida segundo o princípio local-first. O agente no vidro não é uma mudança de plataforma, mas o passo seguinte mais natural.

A Bergx2 constrói desde 1998 precisamente esta base: local-first, em conformidade com o RGPD e, se desejado, on-premises. Veja numa demonstração gratuita como os seus espaços se transformam num interlocutor: screenway.com · vertrieb@screenway.com.

FONTES

ISE 2026 / invidis – IA agêntica no CMS, assistentes MCP. – spatialagents – o ecrã como interlocutor falante, voice-first. – blinksigns – sistemas autónomos. – Nento – conteúdos generativos hiperpersonalizados.

Regulamento (UE) 2024/1689 (EU AI Act), art. 5.º – restrição do reconhecimento de emoções/categorização biométrica; RGPD – minimização dos dados, transparência, consentimento.