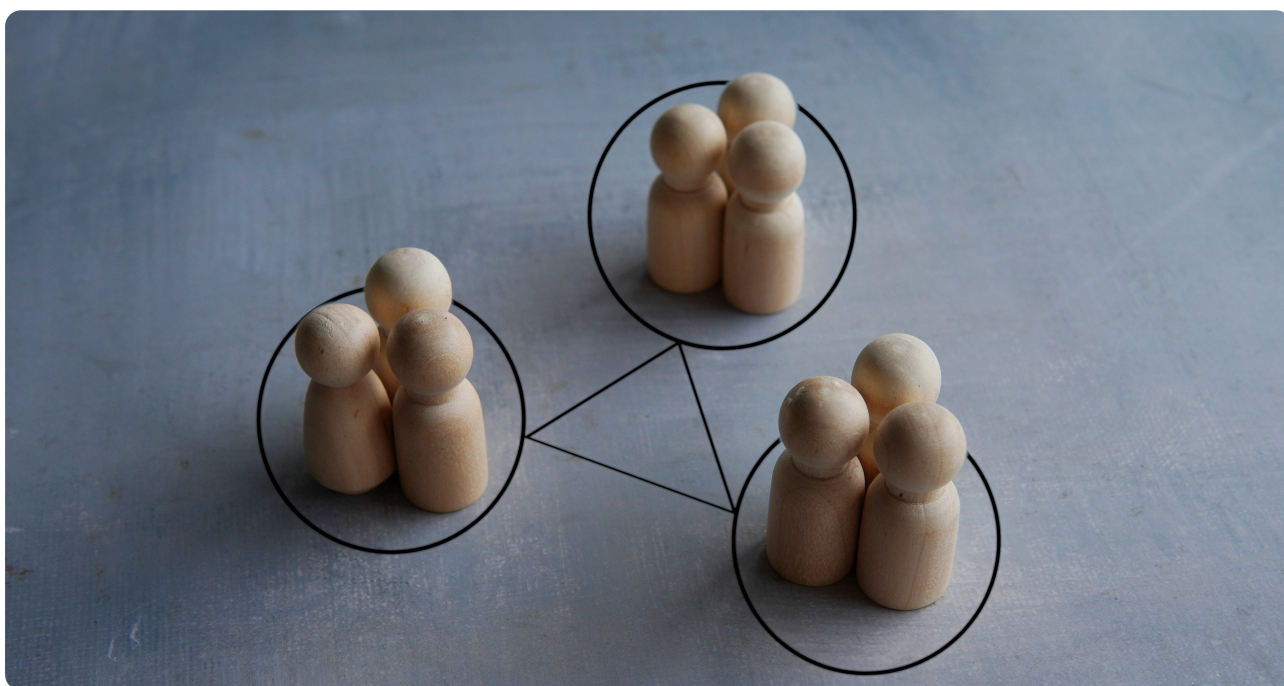


NEWS

O agente planeia, o humano decide

Como a Displayce reorganiza a compra de publicidade exterior com um conjunto de agentes de IA

6 de julho de 2026, Tobias Engl



No Cannes Lions 2026, o grande encontro do setor da publicidade, a plataforma francesa Displayce apresentou um conjunto de três agentes de IA. Devem assumir o planeamento de meios para a publicidade exterior programática, ou seja, para a parte do negócio em que os espaços publicitários digitais são reservados de forma automatizada. O que até agora exigia muito trabalho manual passa a ser preparado por agentes.

Três tarefas, três agentes

A divisão segue o percurso de uma campanha. O primeiro agente lê um briefing e traduz-o num plano de meios composto por ecrãs reserváveis. O segundo transforma a seleção numa apresentação de vendas que pode continuar a ser editada. O terceiro avalia uma campanha em curso e redige a partir dela relatórios para as agências. A base é um conjunto de dados sobre públicos-alvo, mobilidade e inventário publicitário disponível.

Ligação através de um protocolo aberto

Digno de nota é a forma como a suite está acessível. É disponibilizada através do Model Context Protocol, abreviadamente MCP, uma interface aberta à qual se podem ligar assistentes muito usados como o ChatGPT ou o Claude. Assim, a plataforma pode ser operada a partir das ferramentas com que muitas equipas já trabalham. O protocolo está a tornar-se a língua comum através da qual sistemas e agentes falam entre si.

Ferramenta, não piloto automático

A Displayce sublinha que os agentes apoiam e não decidem. Analisam, exploram possibilidades e preparam aquilo que uma equipa de meios depois decide. O diretor técnico da empresa resume a linha assim: o futuro da IA na publicidade não está em autómatos opacos, mas em agentes que mantêm as suas decisões explicáveis. O controlo fica com o humano; o agente dá-lhe espaço para respirar.

Para todo o mundo do Digital Signage, isto é um antegosto. O que aqui organiza a compra de publicidade exterior pode transferir-se para a gestão de conteúdos nos próprios ecrãs. Decisivo será onde os agentes fazem os cálculos e que dados veem. A ScreenWay aposta igualmente em interfaces abertas e vai deixar os agentes calcular no local, para que a soberania dos dados fique em casa e o humano decida.