

Media

QSP Summit: Balsemão ataca Google e Facebook

Elisabete Felismino
23 Março 2017



95



O debate entre produtores e distribuidores de conteúdos esteve animado no painel de debate que marcou o fim do QSP Summit. O CEO da Impresa disparou baterias à Google e ao Facebook.

O encerramento da 11ª edição do QSP Summit fez jus ao mundo dos *marketeers*. Num painel onde o tema era informação, os produtores de conteúdos e os distribuidores marcaram presença, para uma luta que se previa “feroz”. E Francisco Pedro Balsemão, CEO da Impresa, que juntamente com Gonçalo Reis, presidente da RTP, alinhava pela equipa dos produtores de conteúdos, não se fez rogado e atacou os distribuidores de conteúdos – a Google –, que também fazia parte do painel através de Bernardo Correia, country manager da empresa em Portugal, – e o Facebook –, por **absorverem a fatia de leão das receitas publicitárias**. Na equipa de distribuidores de conteúdos alinhava ainda, o CEO da Nos, Miguel Almeida.

Para Balsemão, a solução passa por “uma harmonização de condições para todos e por uma maior transparência fiscal” e “pagamento de direitos de autor”. O CEO da Impresa insistiu que há uma dicotomia entre o que são os *media* tradicionais e os novo *media*, e garantiu que “não somos os dinossauros com a carga pejorativa do nome e o contraponto são os cachorros fofinhos da Scottex”. Balsemão lembrou que os “*media* estão sempre na linha da frente da inovação e das alterações tecnológicas”.

"Sem os nossos conteúdos de qualidade não haveria Google e Facebook, eram umas páginas amarelas com uns gatinhos a tocar piano."

Francisco Pedro Balsemão
CEO do grupo Impresa

"Sem os nossos conteúdos de qualidade não haveria Google nem Facebook, eram umas páginas amarelas com uns gatinhos a tocar piano", criticou, acrescentando que "é preciso dignificar o nosso contexto" de modo a "criar um ecossistema credível para todos".

Gonçalo Reis apontou também baterias para os distribuidores de conteúdos afirmando que estes serão **"mais ricos e mais atrativos se tiverem uma produção de conteúdos com maior qualidade"**.

Bernardo Correia, country manager da Google em Portugal, e a quem estavam apontadas as baterias, afirmou concordar com a **necessidade de criar "um ecossistema credível e sustentável de apoio à inovação"**. E lembrou que a "Google contribuiu com 3,6 milhões de euros para a área da informação através do fundo Digital News Initiative (DNI)".

Para o country manager da Google, "há grandes ideias em Portugal e a Google tem orgulho de trabalhar com esses *players*".

"Vai haver uma disrupção tecnológica e regulatória."

Miguel Almeida
CEO da NOS

Miguel Almeida, CEO da NOS, defendeu que "vai haver uma disrupção tecnológica e regulatória". E lembrou que "sem rede de comunicações não é possível aceder a conteúdos através do telemóvel e televisão". Miguel Almeida frisou que "há desequilíbrios nos conteúdos mas que nunca tivemos tantos conteúdos como hoje". Para o presidente da NOS, "os mercados vão ter que se ajustar para criar um modelo ajustado" e, se isso não for possível através do mercado, **"terá de ser via regulação"**.

E para não destoar, apontou também baterias à Google afirmando que este mostra as notícias que “têm mais visualizações e não as que têm maior qualidade”. O ceo da NOS defendeu que a “curadoria é fundamental desde que obedeça a uma certa regulação, até porque é muito fácil criar notícias falsas”.

Miguel Almeida lembrou ainda que a “**informação livre, independente e credível é um pilar da democracia**”, para justificar a razão pela qual não se pode dar aos consumidores apenas a informação que querem. “Estou certo que esse não é o caminho”, referiu.

Uma opinião partilhada pelo presidente da RTP que afirmou que “**não podemos fazer apenas o que os consumidores mais pedem, no imediato até pode dar resultados, mas a prazo não acrescenta nada e estamos a perder personalidade**”.



95

<https://eco.pt/oZPzn>

Copiar