

Senhor Presidente da Comissão para a Ética, a Cidadania e a Comunicação,

Senhoras e Senhores Deputados,

Muito bom dia.

Foi com muito gosto que aceitei a possibilidade que me é dada, enquanto Presidente do Conselho de Administração da Lusa, de vos dirigir estas palavras apresentando uma visão da Lusa hoje. Gostaria de fazer notar que o atual Conselho de Administração assumiu funções no passado dia 19 de Janeiro deste ano, o que espero, possa significar já ter uma boa perspetiva da empresa bem como estar preparada para as questões que seguidamente me irão ser colocadas.

A Lusa é A (com maiúsculas) a agência de notícias de Portugal. A posição que representa cá dentro, e lá fora, é inigualável no que diz respeito ao serviço que presta. Independência, rigor, pluralidade, fiabilidade e tempestividade da informação fazem parte do ADN da Lusa.

Enquanto um dos responsáveis pela prestação de um serviço de interesse público relativo à informação dos cidadãos, a Lusa é uma marca claramente reconhecida pelos *media*, e atrevere-me-ia a dizer pela população em geral, como se ouve frequentemente referir “ah! A notícia é da Lusa, bom então é verdade”.

E é fundamental que assim seja uma vez que a Lusa representa, no território nacional, uma muito significativa maioria das notícias que são depois transmitidas, editadas, completadas, pelos restantes meios de comunicação social, bem como por outros organismos, públicos e privados que disponibilizam informação para o público em geral ou para públicos mais especializados.

Os trabalhadores da Lusa têm claramente a noção do que é serviço público e da importância do serviço que prestam.

Mas a Lusa é mais do que “breaking news”.

A Lusa, através da sua rede nacional, pratica um jornalismo de proximidade, dando voz a temas e situações que de outra forma poderiam passar despercebidas. Os jornais regionais e as rádios locais têm na Lusa um parceiro incontestável.

A Lusa também se tem dedicado a projetos especiais que, informando, recordando e atualizando, contribuem para o não esquecimento da história e compreensão da mesma, por todos, mas sobretudo pelos mais jovens.

Exemplos recentes, em 2014, um site exclusivamente dedicado à comemoração dos 40 anos do 25 de Abril, e amanhã mesmo, um novo site, relativo aos 40 anos de independência da maioria dos países de expressão portuguesa.

A Lusa dispõe igualmente de uma rede internacional. Sobretudo vocacionada para os Palop's, continua a ter importância preponderante na produção e difusão de notícias quer para Portugal quer para as agências internacionais com as quais a Lusa tem contratos de prestação de serviços ou protocolos.

Já no que diz respeito ao resto do mundo, tendo em conta os cortes de custos que foram necessários efetuar para minimizar o impacto da redução de cerca de 30% do valor da indemnização compensatória aplicado ao atual contrato de prestação de serviços com o Estado, para o triénio 2013-2015, portanto ainda em vigor, a rede internacional da Lusa foi significativamente afetada.

A Lusa no próximo triénio.

Falámos das características e da importância do serviço, sobretudo serviço público, que a Lusa presta. Falámos que é reconhecida a sua notoriedade e independência. É portanto importante manter e se possível reforçar o papel da Lusa como, e nos, meios de comunicação atuais.

É também importante continuar a trabalhar no sentido de se aumentarem receitas próprias a fim de que a Lusa possa ir sendo mais autónoma dos valores recebidos pelo Estado.

Para isso a Lusa tem de resolver alguns problemas que passo a enunciar:

1. Composição acionista

O capital social da Lusa encontra-se distribuído por ações sendo o Estado Português detentor de 50,14% do capital, ou seja é acionista maioritário, e o restante capital encontra-se dividido da seguinte forma: 23,26% da Controlinvest Conteúdos, S.A.; 22,35% da Impresa – Sociedade Gestora de Participações Sociais, S.A.; 2,72% da NP – Notícias de Portugal, CRL; 1,38% do Público – Comunicação Social, S.A.; 0,03% da RTP – Rádio e Televisão de Portugal, S.A.; 0,01% de O Primeiro de Janeiro, S.A., e 0.01% da Empresa do Diário do Minho, Lda.

Os acionistas da Lusa encontram-se portanto divididos em 50,14% do Estado e 49,86% de privados. Ou seja o atual quadro acionista da Lusa acomoda duas fortes componentes de interesses nem sempre concordantes. Uma institucional, por via do contrato de Serviço Público e porque o Estado é o maior acionista; e a outra empresarial porque a Lusa é uma empresa, tem acionistas privados e todos têm, naturalmente, expectativas de resultados e dividendos.

No caso da Lusa os acionistas privados têm uma característica muito especial: eles são, ou representam, simultaneamente clientes e potenciais concorrentes.

Neste sentido, qualquer estratégia de desenvolvimento da Lusa colide, normalmente, com “espaço já ocupado ou a ocupar” pelos seus acionistas e concorrentes.

A forma de trabalhar da Lusa, a sua qualidade, isenção e pluridisciplinaridade e tipo de serviços que presta, fazem da Lusa um parceiro ideal, sempre e desde que a Lusa não interfira em potencial “mercado, negócios” onde estão, ou que estão a ser desenvolvidos, pelos acionistas/concorrentes.

Este não seria um problema se, por outro lado, o acionista Estado, maioritário, não exigisse, e com natural direito, à Lusa, um aumento das suas receitas comerciais e bem assim da sua rentabilidade e autonomia financeira. Ora, este crescimento de receitas próprias só pode ser conseguido se a Lusa entrar noutros produtos, e noutros serviços, ou seja entrar na área de concorrência dos seus acionistas privados.

Em resumo, numa só empresa juntam-se dois aspetos contraditórios e aparentemente incompatíveis.

Esta é, em nosso entender, uma questão que urge ser resolvida, no decurso do próximo triénio.

2. A indemnização compensatória

O valor da indemnização compensatória no ultimo triénio (2010/2012) oscilou entre os € 14.8 e os € 15.6. As receitas próprias variaram entre os € 4.5 em 2010 e os € 3.9 em 2012. Durante esse período a Lusa apresentou resultados líquidos positivos.

No atual contrato, triénio 2013/2015, o valor da indemnização compensatória situou-se nos € 10.7, tendo as receitas próprias sido de € 3.6 em 2013, € 3.8 em 2014 e previsão de € 3.9 para 2015.

É preciso realçar que estamos conscientes da crise económica de todos os meios de comunicação social, crise essa que não se prende apenas com aspetos económicos, mas como uma nova forma dos destinatários da informação, estarem perante a mesma.

A mudança de paradigma nos *media* é constante e naturalmente continua. A velocidade na forma de consumir informação com que os meios se deparam, em todos os géneros - texto, áudio, vídeo - é superior à velocidade com que as empresas se conseguem ir adaptando.

Os resultados líquidos da Lusa neste triénio foram negativos, cerca de € 1 milhão em 2013, € 800 mil em 2014 e previsão de € 400 mil em 2015.

Pelos números se pode verificar que a Lusa tem claramente feito um esforço para se ajustar reduzindo custos mas sem nunca perder de vista a sua razão de ser – recolha e tratamento de material noticioso ou de interesse informativo, produção e distribuição de notícias a um alargado leque de utentes e a prestação de um serviço de informação de interesse público para a sociedade.

Este é portanto outro tema que está em cima da mesa.

3. Os recursos humanos

Do que tenho conhecimento, nos últimos 10 anos, para não ir mais atrás dado que desconheço essa informação, a Lusa não fez despedimentos.

No entanto tem feito algum esforço de redução e contenção de efetivos. O primeiro movimento dá-se entre 2009 e 2010, com a entrada em situação de pré-reforma de 33 trabalhadores.

O segundo movimento, claramente uma resposta à redução da indemnização compensatória para o triénio de 2013/2015, traduz-se em 24 saídas por mútuo acordo, no último trimestre de 2012.

Em resumo, no que diz respeito ao efetivo “ativo” a Lusa passou de 277 em 2008, para 222 em 2015.

Algumas destas saídas são reflexo da introdução de novas tecnologias, de sistematização de processos, maior eficiência de produção. Outras implicaram a diminuição da presença da Lusa nas suas redes quer nacional quer internacional.

Contamos com todos os trabalhadores. É preciso aproveitar todas as capacidades e competências dos trabalhadores da Lusa.

Foi tendo em consideração os três aspetos atrás referidos que o Conselho de Administração da Lusa tem estado a trabalhar, internamente com os responsáveis de cada área e com a comissão de trabalhadores, e externamente com a tutela financeira e com a tutela setorial, no sentido de se analisarem os cenários que conduzam ao reforço do posicionamento da Lusa, quer para os seus clientes “pagantes” quer para os clientes que beneficiam enquanto entidades previstas no contrato como cumprimento de serviço público.

Deverá haver em nosso entender um reforço na aposta do carácter distintivo da Lusa face aos restantes órgãos de comunicação social: as suas redes.

A rede Nacional que traduz um jornalismo de proximidade em que as populações sejam informadas de notícias que lhes dizem diretamente respeito no âmbito e abrangência do que é informar dentro dos critérios de serviço público;

A Rede Internacional, com significativo reforço nos PALOP's sobretudo em Angola e Mocambique onde a agência Lusa, face às suas congéneres internacionais, é ainda, e claramente, a mais bem posicionada para informar; Mas também importa alargar a cobertura a organizações económicas e políticas da região como por exemplo a SADC (Southern African Development Community) e a COMESA (Common Market for Eastern and Southern Africa). Reforçar a presença na Ásia-Pacífico, tendo em conta que se trata da zona de maior potencial económico e comercial das próximas décadas. Igualmente importante voltar a ter presença na América do Norte, na América Latina, em suma, alargar a área de influência da Lusa, assegurando a sua presença em territórios da comunidade falante de língua portuguesa, Lusofonia, mas também a cobertura de países que hoje assumem uma crescente importância política, económica e comercial para Portugal.

Tendo em conta que o atual contrato com o Estado termina este triénio, uma das principais preocupações do Conselho de Administração, nestes primeiros 6 meses, foi analisar e definir a estratégia da Lusa para o próximo triénio, e é nesta fase que estamos.

Por parte da tutela setorial o reforço no internacional e na lusofonia é também a “pedra de toque” pelo que estamos confiantes que assinaremos um contrato, para o triénio de 2016/2018, em que o papel da Lusa sairá reforçado.