



DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA INFORMÁTICA
FACULDADE DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIA
UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Caso de Estudo

LUSA

www.lusa.pt

Janeiro 2001

DEI@FCTUC

www.dei.uc.pt

Miguel Anjo

anjo@student.dei.uc.pt
student.dei.uc.pt/~anjo/pesi

Trabalho realizado no âmbito da cadeira de
Planeamento Estratégico e Sistemas de Informação

www.dei.uc.pt/~pesi

Ano Lectivo
2000/2001

Sumário

SUMÁRIO	3
INTRODUÇÃO	4
PREPARAÇÃO DO CASO DE ESTUDO.....	5
O CASO.....	6
SOBRE A LUSA	6
<i>O sistema Informático da LUSA</i>	<i>6</i>
<i>Sobre a LUSA.....</i>	<i>6</i>
<i>O que faz correr a LUSA?</i>	<i>6</i>
<i>Quem são os clientes da LUSA?.....</i>	<i>7</i>
<i>Serviço Geral.....</i>	<i>7</i>
<i>Serviço Fotográfico.....</i>	<i>7</i>
<i>Centro de Documentação.....</i>	<i>7</i>
<i>Serviços Noticiosos 'ON LINE'.....</i>	<i>7</i>
<i>Serviços direccionados.....</i>	<i>7</i>
<i>Outros serviços de acesso livre.....</i>	<i>7</i>
SOBRE AGÊNCIAS DE NOTÍCIAS	8

Introdução

Este caso de estudo começou a ser planeado em meados de Outubro, quando das notícias sobre o interromper do serviço noticioso da LUSA por problemas informáticos. Consegui ter um contacto lá dentro que me permitiu ganhar autorização para fazer entrevistas com objectivo de escrever este mesmo caso de estudo. No entanto a minha falta de disponibilidade levou a que se deixasse arrastar até início de Janeiro, altura em que voltei a contactar para a LUSA e em que resolveram pedir mais dados sobre o quais eram os objectivos do caso de estudo e como garantiria a confidencialidade dos dados. Dado o aproximar da data de entrega, comuniquei que não seria possível dar essa comunicação por escrito(!) nem haveria tempo para uma entrevista.

Posto isto, o que pretendia ser um caso “de campo” acabou por se tornar em caso “de secretária” efectuado com base nas notícias publicadas na imprensa na altura do incidente.

Tal como no caso de estudo sobre A Telefonía Virtual¹ resolvi seguir o modelo descrito por Robert Bruner no seu livro², em que a escrita do caso de estudo se faz do seguinte modo:

- introdução - entre 6 a 10 linhas (na maioria das vezes romanceada)
- descrição da organização (num estilo mais formal)
- descrição do meio em que a organização de insere (igualmente num estilo descritivo)

¹ Joaquim, Luís e Miguel Anjo - **Caso de Estudo A Telefonía Virtual**, Novembro 2000

² Bruner, Robert F. - **CASE STUDIES IN FINANCE: Managing For Corporate Value Creation**, McGrawHill Higher Education, 1998

Preparação do Caso de Estudo

LUSA – Agência de Notícias

(feito antes dos contactos finais com a LUSA)

Caso pretendido

1. **Qual o tipo de caso que pretende escrever?**
 - a) Caso de incidente

2. **Quais são os principais factos (três ou quatro) que pretende que o caso levante?**
 - a) Porque a LUSA teve problemas com o sistema de informação actual
 - b) Quais as perspectivas tecnológicas da LUSA
 - c) As diferenças da LUSA com as congéneres europeias

3. **Quais são os objectivos de ensinar/aprendizagem que tem em mente? Que aprendizagem que levar acerca deste caso? O que quer que os alunos: saibam: como aparecem os problemas/onde surgem as más soluções e/ou tenham uma opinião formada sobre: nem sempre uma solução é a melhor como resultado de trabalhar no caso de estudo?**

Organização participante

4. **Foi feito algum contacto com a organização em estudo? Se sim, a que nível?**
Comercial, Administrativo e Informático.

5. **Essa pessoa sabe o que é um caso de estudo e como estes são usados para o ensino?**
Não.

6. **O contacto tem autoridade para aprovar e aceitar o caso final para o ensino?**
Penso que sim.

7. **O contacto está claro acerca da natureza precisa da cooperação que você procura? A organização aceitou cooperar nessa base?**
Não sei se está bem claro. Aceitou cooperar.

Colecta de dados

8. **Já decidiu quais os dados pretende colectar para o caso?**
Dados sobre os vários SI que existiram na LUSA; Problemas anteriores; Ideias e necessidades para o futuro da empresa.

9. **Algum desse material pode ser retirado de fontes publicadas para minimizar os pedidos directos que irá fazer na organização em caso?**
Penso que não.

10. **Como pensa colectar os dados que precisa do interior da organização?**
 - a) Questionários?
 - b) Entrevistas? (gravadas?)

11. **A organização em causa está de acordo com a colecta de dados por esses meios?**
Sim, mas ainda não está claro.

12. **Já pensou como se irá apresentar e apresentar a finalidade da pesquisa do caso, aos vários intervenientes no interior da organização?**
Não pensei. Espero ser bem recebido.

O Caso

«Ontem, às 10 e 58, a Lusa difundiu a sua última notícia. Depois, o serviço foi interrompido e foi apenas colocada em linha uma nota aos clientes, explicando que a difusão das notícias da Lusa tinha sido interrompida "devido à persistência de problemas técnicos de vária ordem". A decisão de suspender o serviço foi tomada pelo director de informação Jorge Wemans, com a aprovação da administração, como forma de protesto contra a ineficácia do sistema informático.

Depois de meses em que o sistema funcionou "com vários sobressaltos", a situação atingiu ontem um ponto limite e a Lusa acusa a Hewlett Packard de "não se mostrar à altura" do serviço e de "não assegurar a dignidade do fio noticioso".»

In Diário de Notícias, 10-Out-2000

É necessário saber: como prevenir a paragem do "core business" de uma empresa? O que falhou? O que foi feito mal?

Sobre a LUSA

O sistema Informático da LUSA

O processo de renovação tecnológica da agência iniciou-se em 1997 com um concurso para encontrar um sistema informático. A HP foi a escolhida para liderar um consórcio que engloba também outras empresas. O contrato celebrado com a HP ultrapassou a barreira dos 200 mil contos. Foi estabelecido o prazo de um ano para o funcionamento do novo sistema, mas o período experimental iniciou-se apenas em Novembro de 1999 e foi acelerado devido ao receio de problemas que o "bug" do novo milénio pudesse causar.

A partir dessa data, os problemas informáticos sucederam-se, sempre com múltiplas interrupções no serviço noticioso. Na passada quinta-feira, feriado de 5 de Outubro, iniciou-se uma complexa operação de reconstrução da base de dados. Mas, os problemas voltaram. O sistema antigo tinha que ser desactivado para permitir a activação de um novo. A direcção de informação contava ter o problema resolvido durante o fim-de-semana. Ontem, a situação agravou-se e a suspensão dos serviços noticiosos foi a solução de recurso.

Sobre a LUSA

A LUSA é a agência de notícias portuguesa. Sete dias por semana, 24 horas sobre 24 horas, a Agência distribui aos seus clientes notícias sobre o que de mais significativo acontece ou vai acontecer em Portugal e no mundo. Além dos seus 200 jornalistas, a LUSA conta mais 80 jornalistas que com ela colaboram, numa base regular ou eventual, em vários pontos do país e do globo. No apoio a esta actividade, 100 funcionários ocupam-se das funções administrativas, pessoal, técnica, comercial e logística. Como empresa, a Lusa é uma sociedade anónima com 97 por cento de capitais públicos e um volume de negócios superior a três milhões de contos (15 milhões de Euros).

O que faz correr a LUSA?

Estar perto e por dentro dos acontecimentos e poder interpelar os seus protagonistas é o que faz correr a LUSA. Jornalistas e repórteres fotográficos procuram a notícia onde quer que ela tenha lugar. Para isso a Lusa dispõe de delegações ou correspondentes em todas as capitais de distrito de Portugal e delegações em Bissau (Guiné-Bissau), Praia (Cabo Verde), Luanda (Angola), Maputo (Moçambique), Dili (Timor-Leste), Macau, Pequim, Madrid e Bruxelas. Conta com correspondentes em Berlim, Londres, Paris, Roma, Moscovo, Washington, Brasília, Joanesburgo, Rabat e Jacarta . Troca também notícias com as principais agências internacionais, e é fundadora da EPA, agência de fotografia a nível mundial.

Quem são os clientes da LUSA?

Todos os jornais portugueses de expansão nacional, as rádios e as três empresas de radiotelevisão. Muitos dos jornais e das rádios regionais. Alguma imprensa semanal e muitas dezenas de órgãos de comunicação social que se destinam às comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo. Toda a imprensa desportiva e alguma imprensa especializada. Jornais, televisões, agências e rádios dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa. Diversos organismos e instituições, públicos e privados. Cerca de 400 operadores de instituições financeiras e ainda vários clientes individuais que consultam os nossos serviços gratuitos. É um universo de mais de 800 clientes permanentes, incluindo 'sites', portais e "home-pages" portugueses na internet.

Serviço Geral

Aos seus grandes clientes a Lusa vende o Serviço Geral com notícias de política, sociedade, local, ciência, Macau e Timor-Leste e os tópicos das principais notícias de desporto, economia, internacional e África. É um serviço só disponibilizado via satélite (VSAT). São em média cerca de 350 notícias/dia. Também via VSAT, a Lusa difunde os seus serviços especializados: Desporto, Economia, Internacional e África. Cada um destes serviços produz cerca de 70 a 80 notícias/dia.

Serviço Fotográfico

Graças à sua relação com a EPA (European Photo Association), a Lusa entrega aos principais media portugueses um serviço de fotografia que além da realidade nacional cobre a actualidade mundial, oferecendo imagens a cores dos grandes acontecimentos do dia. Através da EPA, a Lusa vende aos jornais de todo o mundo as fotos mais significativas da actualidade nacional.

Centro de Documentação

Na Lusa a informação produzida (foto e texto) é guardada e classificada. Desta forma, clientes e o público em geral podem encontrar na Agência as referências de que necessitam quando tratam acontecimentos passados ou quando pretendem conhecer a história de factos e personagens.

Serviços Noticiosos 'ON LINE'

Serviços direccionados

Para clientes especiais, a Lusa criou serviços direccionados que distribui via Internet. É o caso do "Lus@Comunidades" (para os media portugueses e embaixadas em todo o mundo), do "Lus@Regional" (imprensa), do "Lus@Rádios" (locais), do "Lus@Actualidade" (municípios e organismos regionais), do "Lus@Agenda" e do "Lus@Web" (para 'sites' e portais da Internet). Ao todo são mais de 400 notícias diárias.

Outros serviços de acesso livre

Todas as notícias da área de Ciência e Tecnologia estão disponíveis gratuitamente na Internet - em <http://www.lusa.pt/cienciatecnologia/index.asp> -, o mesmo acontece com as notícias sobre Timor-Leste - <http://www.lusa.pt/ntimor/index.asp> - e cultura e espectáculos - <http://www.lusa.pt/espectaculo/index.asp> - . Os jornalistas (e outros interessados) de língua estrangeira que querem saber o que se passa em áreas sobre as quais a LUSA detém uma competência específica (não só Portugal, mas também África, Timor-Leste, Brasil e Macau) podem consultar gratuitamente o serviço em língua inglesa em que encontram todos os dias as três dezenas de notícias mais relevantes sobre aquelas áreas - em <http://www.lusa.pt/lusanews/index.asp>.

Sobre Agências de Notícias

As agências noticiosas são um serviço existente em grande parte dos países, são normalmente iniciativas do Estado que, em alguns casos, mais tarde foram privatizadas.

Têm como função principal fornecer notícias, peças jornalísticas e fotografias a todos os órgãos de comunicação social mediante acordos e pagamentos. É para muitos jornais e rádios locais o único meio de obterem notícias de nível nacional e internacional em simultâneo com os grandes órgãos de comunicação social. Por essa razão o papel das agências noticiosas é fundamental para um país.

Por outro lado, como é um serviço que envolve grandes meios e recursos, não se encontra praticamente concorrência dentro de um mesmo país.