



MANCHETE | PRESS RELEASE

Lisboa, 1 de Setembro de 2009

TEMIS e Manchete parceiras em soluções de *Text Mining* para a língua portuguesa

A Manchete aliou-se à TEMIS para o desenvolvimento de soluções analíticas de texto para o mercado português. Estes processos de Text Mining permitirão às empresas a extracção de conhecimento das fontes de informação textual.

A TEMIS (www.temis.com), líder no desenvolvimento de soluções de software para a análise textual, anunciou na Conferência de Utilizadores da Temis, a parceria tecnológica e de negócio com a Manchete, a maior empresa portuguesa de gestão e análise de informação pública, parte do grupo Novabase. Este acordo visa a expansão das soluções analíticas de texto da Temis em Portugal mediante o reselling dos seus produtos e o desenvolvimento das soluções específicas para a língua portuguesa por parte da Manchete.

“As duas empresas trabalharam em conjunto para poder desenvolver uma componente de análise textual no contexto do mercado nacional e, para que existam bases no uso do texto em Português no mundo inteiro”, foram as palavras de Charles Huot, COO e co-fundador da TEMIS, no decorrer da TEMIS User Conference, no mês passado em Barcelona.

“A Manchete assume, uma vez mais, o papel de pioneira no desenvolvimento de soluções e parcerias e na oferta de soluções tecnologicamente inovadoras. O nosso encontro com a TEMIS em 2007 tornou-se inevitável, principalmente face à componente estratégica que esta tecnologia “multilingue” permite, em se adaptar às necessidades quer do tecido empresarial português quer das organizações governamentais” – explica Fátima Rebelo, Managing Partner da Manchete.

A Manchete iniciou em 2007 este percurso com a Temis, ao verificar a importância de dispor de uma plataforma analítica multilingue capaz de utilizar fontes de informação interna e externa à empresa, para alimentação de processos de inteligência competitiva. Com esta parceria, a Manchete reforça a sua oferta de serviços nas principais áreas de actuação: Media, Reputação e *Intelligence*, passando a disponibilizar esta tecnologia às organizações que pretendam melhorar os seus processos analíticos sobre informação textual.

As soluções de *Text Mining* permitem gerar conhecimento a partir de novas fontes de informação, assim como de informação empresarial que se julgava sem valor para o negócio, revitalizando e inter-relacionando esses conteúdos de modo a enriquecer o processo da tomada de decisão.

Manchete, a Knowledge based company.

Para mais informações, por favor contacte Filipa Pais de Sousa, +351 93 472 0061

 M Public Relations, S.A. Espaço Castilho - Rua Castilho, 13 D- 7ºB 1250-066 Lx telf. +351 21 154 61 20

Sobre a Manchete

A Manchete é a maior empresa portuguesa na gestão e análise de conhecimento e informação pública do grupo Novabase. Conta já com inúmeras parcerias nacionais e internacionais e com a presença em Angola desde 2007. Com 13 anos de história e mais de 65 colaboradores, apresenta um volume de negócio na ordem do 1,9M€. Desenvolve a sua actuação segundo três orientações: *Media Based*, *Reputation Based* e *Intelligence Based*, a Manchete soma actualmente mais de 250 clientes nas mais variadas áreas de actividade, são disso exemplo a SAP, Deloitte, IBM, Pfizer, Somague, Ministério da Administração Interna ou Presidência do Conselho de Ministros. Desenvolveu o primeiro sistema de "Information Management" - MyNetpress - a funcionar em Portugal. A Manchete tem como principais factores de sucesso a aposta na qualidade dos serviços prestados, o acompanhamento personalizado dos clientes e um contínuo investimento na área da inovação, nomeadamente na Internet.

Para mais informações consulte www.manchete.pt

Sobre a TEMIS

A TEMIS é líder no desenvolvimento de soluções de software para a interpretação de Texto Analítico em empresas. O seu posicionamento visionário fica reconhecido com a solução: Luxid®, um software especialmente programado para responder às necessidades tanto na ciência, mundo empresarial, na edição, como até na segurança Interna. Conhecida também pelo desenvolvimento de uma forte capacidade táctica no uso da chamada "Intelligent Information" nas decisões estratégica da actividade empresarial, software como Competitive Intelligence, Scientific Discovery, Opinion Mining, Voice of the Customer and Content Publishing.

O Software Luxid® transforma dados não estruturados em conhecimento actual, possibilitando na análise de novos conteúdos, uma descoberta de informação estratégica.

Fundada em 2000, a TEMIS opera nos Estados Unidos, França e Alemanha, e é representada no mundo inteiro através da sua rede de parceiros certificados.

TEMIS através das soluções/software inovadores têm sido a escolha pelas principais empresas/organizações, tais como: Agence France-Presse, BASF, Bayer Schering Pharma, BNP Paribas, Boehringer Ingelheim, CARMA Internacional, Convera, Editions Lefebvre-Sarrut, Elsevier, EMC, Europol, Ministério Francês da Defesa e das Finanças, Ingenuity, Investi n France Agency, Liquid Campaign, Merck Serono, Nature Publishing Group, Novartis, PSA Peugeot-Citroen, Roche Diagnostics, Sanofi-Aventis, Solvay Pharmaceuticals, Springer Science + Business Media, The McGraw-Hill Companies, Thomson Reuters. Para mais informações consulte www.temis.com

Sobre o Text Mining

O Text mining é considerado uma especialização dos processos de data mining confinada à informação textual, na medida em que esta metodologia visa igualmente a descoberta de conhecimento "escondido" nos repositórios de dados. O principal factor de diferenciação entre data mining e text mining é a tipologia da informação utilizada para alimentar os respectivos processos de análise. No caso do text mining a fonte de dados é o texto na forma de expressão natural por contraponto às bases de dados estruturadas usadas em data mining. O interesse crescente por processos de data mining e, mais recentemente, de text mining também se justifica pela possibilidade de aproveitamento da informação existente nos repositórios corporativos. Efectivamente, através destes processos torna-se viável utilizar informação que foi produzida pelos diversos sistemas das empresas com intuítos meramente operacionais e sobre a qual não era expectável a priori, ser usada para outros fins, para extrair conhecimento e, por conseguinte, gerar valor para a organização. Para além de dar nova vida à informação corporativa interna, os processos de text mining abrem as portas à utilização de novas fontes de conhecimento. Com a adopção destes processos, torna-se viável utilizar fontes de informação externa à organização, a maior parte dela gratuita ou com baixos custos de obtenção, para alimentação de processos de inteligência competitiva e marketing intelligence.

Para mais informações, por favor contacte Filipa Pais de Sousa, +351 93 472 0061

 M Public Relations, S.A. Espaço Castilho - Rua Castilho, 13 D- 7ºB 1250-066 Lx telf. +351 21 154 61 20

Sobre o Luxid®

O Software Luxid® transforma dados não estruturados em conhecimento actual, possibilitando a análise de novos conteúdos e a descoberta de informação estratégica. Esta poderosa tecnologia permite o acesso imediato a informação e fornece conhecimentos específicos a partir de fontes de dados internas e externas. Acrescenta valor na apresentação de respostas esperadas pelo desafio da descoberta de informação e a extracção de conhecimento de dados não estruturados, que representam actualmente cerca 80% de toda a informação disponível na tomada de decisão de uma Empresa.

O Luxid® alcança um novo nível de interactividade, quando coloca o usuário no centro das soluções desenvolvidas e os conteúdos, como a base do conhecimento corporativo.

Luxid® para Sentiment Analysis (análise de Sentimento)

Permite analisar o utilizador ou o consumidor enquanto gerador de conteúdos através da sua voz e atitudes/actividades face a uma determinada opinião. Luxid® para Sentiment Analysis tem a capacidade de:

- Detectar tendências, prever comportamentos futuros dos consumidores, e antecipar necessidades e expectativas dos consumidores.
- Obter feedback directo sobre produtos e serviços, e reunir a valiosa experiência de utilizadores a partir de blogs e fóruns.
- Analisar a cobertura mediática para avaliar o reconhecimento da marca e imagem corporativa.
- Identificar rumores, detectar e identificar potenciais riscos comerciais e ameaças legais.
- Medir o impacto de campanhas de marketing viral e publicidade online.

Luxid® para Competitive Intelligence (inteligência competitiva)

Actualmente as organizações devem estar aptas a lidar eficazmente com a sobrecarga de informação. A informação enquanto matéria-prima que as organizações devem recolher, classificar e compreender com o objectivo de otimizar os seus processos de antecipação, inovação e na tomada de decisões. Luxid® para Competitive Intelligence maquina a análise de fluxos de informação de forma a separar os temas de Inteligência Competitiva para aumentar as estratégias competitivas, financeiras, de mercado, tecnologia e até de produto.