

Mafalda Mingle

a mulher avatar

Mafalda vive o mundo virtual que criou com os colegas de forma única. Mulher, avatar, escolheu um recreio na vida real e digital

Uma equipa de alunos do Mestrado em Inovação e Empreendedorismo Tecnológico da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, ganhou o primeiro prémio do concurso de ideias NET-SA, que consiste num ano de incubação na NET-SA. Fernando Almeida, Jorge Santos e Fernando Gomes, os três membros da equipa, desenvolveram o Plano de Negócios do Projecto Mingle orientado ao mercado dos adolescentes. O Mingle é um interface digital para um mundo virtual com base numa plataforma de comunicações móveis ou *Web* criado por e para adolescentes, onde estes podem possuir diferentes identidades (ava-

tares). O projecto associa conceitos de *Mobile Social Networking* e mundos virtuais numa plataforma inovadora ideal para promoção de empresas com grande eficácia num mercado cada vez mais "digital".

Para leigos, o Mingle é um local da *Web* onde se pode ter uma página pessoal, comunicar aqui pelo telemóvel, ganhar prémios, falar no Messenger, ouvir música na Rádio Mingle, jogar, ter a sua galeria de imagens, avatares, escrever no blogue e fórum, definindo parâmetros de privacidade.

"O mestrado que fizemos tem uma estrutura curricular que aborda de forma eficaz todas as áreas de conhecimento essenciais à criação de um negócio. Durante o ano lectivo, era-nos pedido um plano de negócios passível de ser concretizado, e desta forma começou o que viria a ser o projecto Mingle (www.mingle.pt). Mesmo não fazendo parte do grupo que desenvolveu o plano de negócios original, colaborava sempre que necessário nesta ideia que começava a achar interessante", conta Mafalda Moreira. O prémio levou os alunos a constituírem a Ideavity. "Foi criada com o lema *Ideas to the Power of Creativity*, e nessa altura juntei-me ao projecto de forma mais activa, ajudando a criar a equipa e a desenvolver o que hoje conhecemos como Mingle", refere. Mafalda trabalhava na faculdade onde se formou (ESAD – Escola Superior de Artes e Design, Matosinhos). "Apesar de gostar muito do meu trabalho, abracei este desafio de imediato. Era uma oportunidade quase única de desenvolver algo inovador e com bastante potencial de vencer no mercado. Era, e continua a ser, um desafio que merece ser aceite", justifica.

O interface apresenta um conjunto de funções que não se encontram facilmente na concorrência. É uma *social network* que funciona como um *playground*, onde existem jogos, música, passeios, fóruns, páginas pessoais, entre muitas outras coisas.



"Outra das vantagens do Mingle é a sua dinâmica... periodicamente entram novas funcionalidades e passatempos, e o próprio *site* tem uma estrutura que permite a comunicação fácil entre os membros da comunidade", salienta. Mafalda é uma utilizadora assídua. "Pessoalmente, uso o Mingle para colocar fotos, tenho um blogue e converso bastante com amigos, mesmo com aqueles que não estão no Mingle. Isto porque importei a minha lista de contactos para o *instant messenger* do Mingle – o Point. O melhor de tudo é que todas estas funções se encontram numa só página, o que me poupa bastante tempo", diz, resumindo as características e os atractivos do serviço para o público-alvo adolescente.



As origens do Mingle

Tudo começou com uma abertura progressiva a diferentes realidades. A inovadora já utilizava plataformas de interacção virtual, mas sem dúvida que, com o Mingle e com um uso alargado da Internet, alargou os conhecimentos pessoais. "Penso que uma abertura à dimensão virtual me tornou mais desperta e atenta ao que me rodeia, mas também me ensinou a filtrar melhor a informação de acordo com as minhas necessidades", frisa.

O mundo virtual está sempre presente na sua rotina, desde a pesquisa para perceber melhor o mercado de trabalho e as suas exigências à pesquisa de novidades e concorrentes. Passa do uso extensivo do *e-mail* como meio de comunicação principal ao *instant messenger*, para contactos mais directos, com um desvio pela navegação no Mingle, monitorizando a comunidade e aproveitando algum tempo de lazer. "De momento, não imagino a minha vida sem o acesso à *Web*, pois recorro a ela para quase tudo o que faço", refere.

A actividade principal da Ideavity (*Ideas to the Power of Creativity*) é desenvolver e implementar com qualidade projectos criativos e inovadores no que se denomina por nova *Web* (conhecida entre outros por: *Web 2.0*, *the living Web*, *the hypernet*, *the active Web*, *the read/write Web*). "Este conceito baseia-se fortemente na colaboração das massas como alavanca dinamizadora da capacidade de inovação e geração de valor. Conceptualmente, identificamo-nos fortemente com os princípios e modelos do conceito *Wikinomics* (*openess, peering, sharing, and acting globally*)", esclarece.

Um factor essencial para o sucesso da empresa é a sua equipa jovem, apaixonada e complementar em termos de áreas de conhecimento, que tem como principais valores a amizade, o respeito e a franqueza. A criatividade, imaginação e autonomia são elementos sempre presentes no dia-a-dia da equipa. "O *breakeven* do projecto Mingle pretende ser atingido em 2008. O modelo de negócio actual assenta na venda de conceitos inovadores de publicidade e na venda de componentes virtuais que enriquecem a experiência do utilizador. Um dos nossos objectivos é utilizar o Mingle como plataforma-base para um conjunto de projectos únicos e diferenciadores na nova *Web*", ambiciona Mafalda, pronta para o futuro. Ganhou o seu lugar na "nova geração da Net", o *slogan* do Mingle. ☺