

PM SERVICES

EDIÇÃO  
97

# MAGAZINE

MARÇO 2026



**RICARDO COSTA:**

**“O VERDADEIRO SUCESSO NÃO ESTÁ NOS LUCROS, MAS NAS PESSOAS QUE TRANSFORMAMOS”**

PÁGINAS: 5 A 7

LUCÍLIO MONDLANE:

# Liderar com Propósito Num País de Desafios e Oportunidades

**N**um contexto económico exigente e em constante transformação, Lucílio Mondlane afirma-se como uma das vozes emergentes de uma nova geração de líderes africanos. Mais do que cargos ou títulos, define-se como um construtor alguém movido por criar oportunidades, desenvolver soluções e abrir caminhos onde antes não existiam.

A sua trajetória não é linear, nem isenta de dificuldades. Pelo contrário, é marcada por desafios, decisões complexas e uma constante necessidade de adaptação. Ainda assim, mantém-se firme numa convicção clara: o verdadeiro crescimento constrói-se com propósito, resiliência e visão de longo prazo.

Para Lucílio Mondlane, os cargos representam apenas fases de um percurso em construção. Por trás da liderança, existe um homem que assume responsabilidades, enfrenta pressões invisíveis e continua a evoluir diariamente.

“Não sou um produto final. Estou em construção”, afirma.

Essa consciência reflete-se

na forma como encara o seu papel: não apenas como gestor, mas como alguém que representa uma geração de empresários moçambicanos com ambição de ir além-fronteiras.

Num mundo empresarial frequentemente guiado por números, Lucílio destaca a fé como um elemento central na sua tomada de decisões.

Para ele, os negócios não são apenas uma fonte de lucro, mas uma plataforma de impacto. A fé define limites éticos, orienta escolhas difíceis e reforça uma liderança baseada no serviço e na responsabilidade.

“Nem toda oportunidade é uma boa oportu-



nidade”, sublinha, destacando a importância de manter a integridade mesmo perante ganhos aparentes.

Além disso, é na fé que encontra estabilidade emocional para lidar com a pressão, os riscos e as incertezas inerentes ao ambiente de negócios.

Ser CEO nos setores financeiro e de seguros em Moçambique implica navegar por um conjunto complexo de desafios. Entre eles, destacam-se a instabilidade económica, a limitação no acesso ao financiamento e a necessidade de construir confiança num mercado ainda em desenvolvimento.

A gestão de risco assume um papel central, sobretudo num

contexto onde a literacia financeira ainda está em crescimento. Paralelamente, o desenvolvimento de talento exige investimento contínuo, formação e alinhamento com a visão da empresa.

“O desafio é crescer com responsabilidade, garantindo que a estrutura acompanha essa evolução”, explica.

*“Young African Dreamer”: mais do que um conceito*

Lucílio Mondlane assume-se como um verdadeiro “Young African Dreamer” não como um slogan, mas como uma prática diária.

Para ele, sonhar implica agir. Significa transformar ideias em execução, investir no continente africano e assumir a responsabilidade de contribuir para o seu desenvolvimento.

“É acordar todos os dias e escolher construir, com visão, coragem e consistência”, afirma.

Apesar da intensidade da vida profissional, é na família que encontra o seu maior equilíbrio e propósito. Esposo e pai, vê nesses papéis uma missão pessoal profundamente ligada à sua própria história.

mou em motivação para estar presente na vida dos seus filhos.

“Quero criar memórias, educar e acompanhar. Quero que saibam que não estão sozinhos”, partilha.

Mais do que sucesso profissional, procura construir um legado de presença, valores e amor.

A sua atuação é guiada por princípios claros: integridade, responsabilidade, respeito pelas pessoas e foco em soluções.



A perda dos pais aos 16 anos marcou-o de forma irreversível, criando um vazio que transfor-

Lucílio acredita que a cultura organizacional começa no exemplo de quem lidera. Por

isso, procura alinhar visão estratégica com execução prática, mantendo sempre uma perspetiva de longo prazo.

“Prefiro perder uma oportunidade do que comprometer os meus valores”, afirma.

Ao longo do percurso, enfrentou momentos em que a pressão financeira, as responsabilidades e as incertezas colocaram tudo à prova.

Houve fases em que a continuidade do negócio esteve ameaçada não apenas em termos operacionais, mas também emocionais.

O que o manteve firme foi uma combinação de fatores: a fé, a responsabilidade para com as pessoas à sua volta e a consciência de que desistir não resolveria os problemas.

“Os momentos difíceis não são apenas crises. São pontos de viragem”, reflete.

Lucílio vê nas pequenas e médias empresas o principal motor de transformação económica do país. No entanto, reconhece que ainda existem barreiras estruturais que limitam o seu crescimento.

Defende uma abordagem baseada em cinco pilares:

- profissionalização da gestão
- maior acesso a financiamento
- formalização empresarial
- digitalização e inovação
- criação de ecossistemas colaborativos

Para ele, o crescimento sustentável das PME depende de visão estratégica e de um esforço conjunto entre empresas, instituições e governo.

Na sua análise, os jovens moçambicanos têm talento e criatividade, mas precisam de desenvolver disciplina, consistência e mentalidade de longo prazo.

Destaca também a importância da educação financeira, da experiência prática e da colaboração.

“Ninguém cresce sozinho. O sucesso é quase sempre coletivo”, afirma.

Mais do que resultados imediatos, Lucílio Mondlane quer deixar um impacto duradouro. No mundo empresarial, ambiciona construir organizações sólidas e sustentáveis. Na sociedade, pretende inspirar uma geração mais consciente, disciplinada e colaborativa.





Mas é no plano pessoal que o seu legado ganha maior significado: ser lembrado como pai, esposo e ser humano presente.

“Quero que os meus filhos me recordem por quem fui, não apenas pelo que construí.”

Num país onde os desafios são reais, mas as oportunidades também, Lucílio Mondlane representa uma geração que escolhe não esperar por mudanças — escolhe construí-las.



**RICARDO COSTA:**

# “O VERDADEIRO SUCESSO NÃO ESTÁ NOS LUCROS, MAS NAS PESSOAS QUE TRANSFORMAMOS”

**n**um tempo em que os resultados financeiros continuam a dominar o discurso empresarial, Ricardo Costa propõe uma mudança de paradigma: colocar as pessoas no centro da estratégia não como retórica, mas como prática concreta de gestão.

Com uma visão moldada por uma forte herança familiar e por uma leitura contemporânea da liderança, Ricardo Costa tem vindo a afirmar-se como uma das vozes mais consistentes na defesa de uma cultura organizacional mais humana, onde o bem-estar, a confiança e o propósito caminham lado a lado com a performance.

“O verdadeiro sucesso de uma empresa não se mede pelos lucros que gera, mas pelas vidas que transforma e pelas oportunidades que cria.”

Para Ricardo Costa, a identidade de um líder não se constrói nos cargos que ocupa, mas no impacto que deixa nas pessoas. Filho de uma tradição empresarial sólida, cresceu a observar modelos de liderança assentes na proximidade, no respeito e na confiança.



Essa base foi determinante, mas não suficiente. Ao longo do seu percurso, compreendeu que o sucesso sem propósito é vazio e que as empresas devem ser mais do que estruturas de produção de resultados.

“Gosto de pensar que construo contextos onde as pessoas podem crescer, evoluir e encontrar sentido no seu trabalho”, afirma.

Durante anos, falar de felicidade nas organizações foi visto como algo acessório. Ricardo Costa ajudou a inverter essa percepção ao demonstrar, na prática, que equipas mais felizes são também mais produtivas, inovadoras e resilientes.

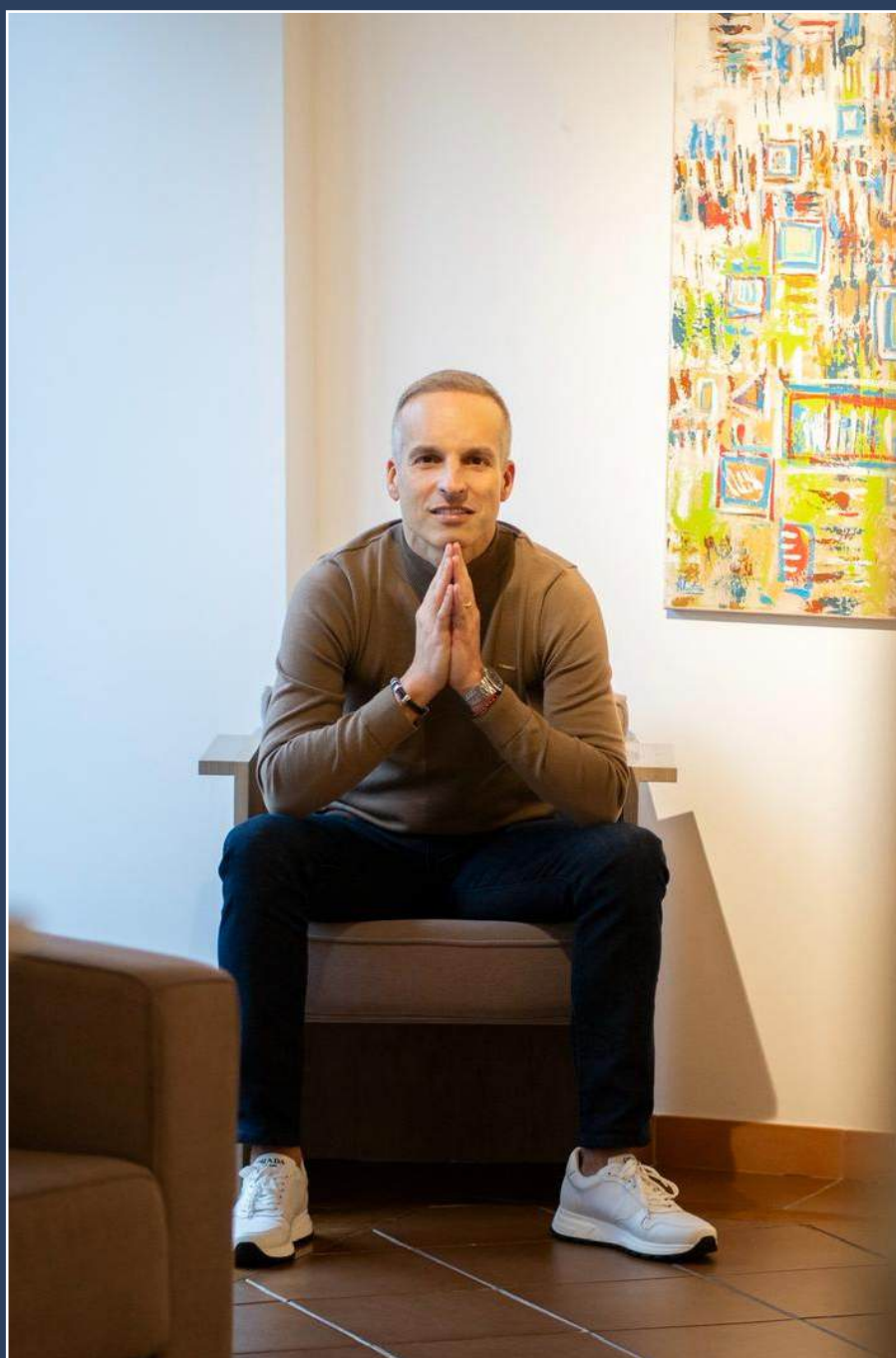
“A produtividade nas-

ce da competência. Mas multiplica-se pela felicidade.”

Foi essa evidência que o levou a defender a felicidade no trabalho como uma verdadeira estratégia de gestão especialmente num contexto global cada vez mais exigente e competitivo.

O “Departamento da Felicidade”: da intenção à acção

Uma das suas contribuições mais marcantes foi a criação do conceito de “Departamento da Felicidade”. Mais do que uma ideia simbólica, trata-se de uma estrutura organizacional que garante que o bem-estar dos colaboradores deixa de depender da sensibilidade individual de cada líder.



“O objectivo é dar coerência ao discurso. Muitas empresas dizem que as pessoas são o mais importante, mas isso não se reflecte nas decisões.”

Ao institucionalizar práticas como escuta activa, equilíbrio entre vida pessoal e profissional e desenvol-

No entanto, Ricardo Costa manteve a convicção, apoiado pela evidência prática: equipas valorizadas produzem melhores resultados.

*“O maior desafio não foi implementar ideias. Foi mudar mentalidades.”*



vimento contínuo, Ricardo Costa transforma valores em processos concretos.

Contrariando a ideia de que líderes nascem feitos, defende que liderar é uma competência que se desenvolve com o tempo, através da experiência, da reflexão e, sobretudo, do erro.

“As pessoas não abandonam empresas. Abandonam líderes.”

Para o gestor, liderar implica muito mais do que autoridade formal. Exige inteligência emocional, capacidade de adaptação e uma verdadeira preocupação com o outro.

A introdução de conceitos como bem-estar e inteligência emocional em ambientes empresariais mais conservadores não foi isenta de resistência. Durante muito tempo, essas ideias foram vistas como secundárias face à pressão por resultados imediatos.

Ao contrário do que muitos defendem, Ricardo Costa não vê conflito entre resultados e bem-estar. Pelo contrário, considera-os interdependentes.

Num mercado global marcado pela escassez de talento, cuidar das pessoas tornou-se uma questão estratégica. As organizações que ignorarem esta realidade arriscam perder competitividade.

“As pessoas hoje têm mais consciência, mais opções e mais exigência. Isso obriga as empresas a repensar a forma como lideram.”

Na sua visão, o que distingue uma empresa comum de uma organização verdadeiramente bem-sucedida não são apenas os resultados, mas a forma como estes são alcançados.

Empresas comuns focam-se em tarefas. Empresas extraordinárias focam-se em pessoas e propósito.

Empresas comuns geram cumprimento. Empresas extraordinárias geram compromisso.



E é nesse compromisso que reside a verdadeira diferença.

Mais do que construir empresas sólidas, Ricardo Costa ambiciona deixar um impacto duradouro nas pessoas. O seu conceito de sucesso inclui crescimento económico, mas valoriza sobretudo o desenvolvimento humano.

“No final, ninguém se lembra dos números. Lembra-se das pessoas que ajudámos a crescer.”

Essa visão ganha expressão também no seu envolvimento em iniciativas sociais, como a Associação Fernando Costa, onde promove oportunidades para jo-



vens através da educação.

Para gestores e empreendedores que ainda não valorizam o bem-estar das suas equipas, Ricardo Costa deixa um alerta claro: ignorar as pessoas é comprometer o futuro do negócio.

“Cuidar das pessoas não é sensibilidade. É sobrevivência empresarial.”

Num mundo empresarial em transformação, a visão de Ricardo Costa reforça uma ideia simples, mas poderosa: empresas fortes constroem-se com resultados — mas sustentam-se com pessoas.



# DESTAQUE A SUA MARCA NA CAPA **PM MAGAZINE**

**GARANTA O SEU DESTAQUE!**

**CONTACTO: 86 120 7151**



- ✓ **CREDIBILIDADE E VISIBILIDADE PARA A SUA MARCA**
- ✓ **EDIÇÕES DE ALTO PADRÃO GRÁFICO E EDITORIAL**
- ✓ **DESTAQUE ENTRE GRANDES NOMES DO MERCADO**



## 86 120 7151

Selecionamos apenas marcas de prestígio e relevância.

## ANA PAULA PAIVA:

# “MAIS DO QUE GERIR REDES, AJUDO PESSOAS A POSICIONAREM OS SEUS SONHOS NO MUNDO”

**n**um cenário onde a comunicação digital cresce a um ritmo acelerado, Ana Paula

Gomes Paiva destaca-se por uma abordagem que vai além das métricas e das tendências. Para esta gestora de redes e negócios, o verdadeiro impacto não está apenas nos números, mas na capacidade de transformar histórias em posicionamento e propósito em resultados.

Aos 35 anos, mãe e mulher de fé, Ana Paula construiu a sua trajetória com base em valores sólidos e numa visão clara: ajudar empreendedores a comunicarem com verdade e a conquistarem o seu espaço no mundo digital.

Longe de se definir apenas pela profissão, Ana Paula apresenta-se como alguém movida por propósito e responsabilidade. A maternidade, segundo afirma, foi um ponto de viragem na sua forma de ver a vida e os negócios.

“Os meus filhos são a minha base e a minha inspiração. Tudo o que construo hoje tem como objectivo criar um legado”, partilha.

A integridade, o compromisso e a responsabilidade orientam cada projecto que assume. Para si, cada cliente representa mais do que um negócio: representa sonhos, histórias e confiança depositada.

A sua entrada no mundo da gestão de redes sociais



de ser apenas ferramentas de divulgação para se tornarem plataformas de relacionamento e confiança.

“Antes de escolher uma marca, as pessoas observam quem está por trás dela. Procuram valores, verdade e impacto”, explica.

Neste contexto, comunicar deixou de ser apenas vender passou a ser contar histórias que criam conexão.

Entre os erros mais comuns dos empreendedores, destaca a falta de estratégia e clareza de posicionamento. Publicar sem propósito ou seguir tendências sem identidade são práticas que, segundo afirma, comprometem o crescimento.

Outro ponto crítico é a ausência de humanização na comunicação.

“Quando uma marca não mostra o seu propósito, perde a oportunidade de criar ligação real com o público.”

O trabalho de Ana Paula começa com um processo essencial: compreender profundamente o negócio e as pessoas que o constroem.

A partir daí, desenvolve estratégias focadas não apenas em números, mas em posicionamento e credibilidade.

“No final, as pessoas não compram produtos. Compram confiança”, reforça.



aconteceu de forma natural, impulsionada pela sua capacidade de comunicação e pela sensibilidade em identificar oportunidades.

Ao trabalhar com pequenos empreendedores, percebeu rapidamente uma lacuna no mercado: muitos não precisavam apenas de presença digital, mas de direcção estratégica.

“Entendi que o meu papel não era apenas publicar conteúdos, mas ajudar pessoas a posicionarem os seus sonhos”, afirma.

Num sector ainda muitas vezes sub-

valorizado, Ana Paula enfrentou o desafio de demonstrar que a gestão de redes sociais vai muito além da estética.

“Existe estratégia, análise e construção de reputação por trás de cada comunicação”, sublinha.

Outro dos momentos mais exigentes foi recomeçar fora do seu ambiente habitual, enfrentando o desafio de construir credibilidade num novo contexto. Nesses períodos, a fé e o apoio familiar foram determinantes para seguir em frente.

Para Ana Paula, as redes sociais deixaram





Num mercado em constante evolução, Ana Paula acredita que o sucesso nesta área exige mais do que domínio técnico.

Visão estratégica, inteligência

emocional, comunicação eficaz e disciplina são competências fundamentais. A aprendizagem contínua, acrescenta, é indispensável para acompanhar as

mudanças do mundo digital.

No seu dia a dia, equilibra criatividade e análise com naturalidade. A inspiração surge da observação da vida real, enquanto a estratégia garante que cada acção contribui para os objectivos do negócio.

“A criatividade precisa de direcção. Só assim se transforma em resultados”, explica.

O que mais a motiva no seu trabalho não são apenas os resultados visíveis, mas a transformação interna

“As pessoas procuram verdade, propósito e conexão. As marcas que conseguirem comunicar com transparência terão sempre espaço.”

Num mundo dominado pela tecnologia, acredita que será a verdade simples e genuína o maior diferencial.

Num universo digital saturado de informação, Ana Paula Paiva prova que o verdadeiro destaque não está em fazer mais, mas em comunicar melhor com propósito, verdade e impacto.



dos seus clientes.

“Muitas vezes encontro pessoas com negócios incríveis, mas que ainda não acreditam no seu próprio valor.”

A evolução da confiança desses empreendedores, aliada ao crescimento dos seus negócios, é, para si, o verdadeiro indicador de sucesso.

Ao olhar para o futuro, Ana Paula é clara: a comunicação digital será cada vez mais centrada na autenticidade.



ANNA CAROLINA MARCONI:

# “Posicionamento não é estética é clareza sobre quem és e o impacto que entregas”

**N**um universo digital cada vez mais competitivo e saturado de conteúdos, Anna Carolina Marconi tem vindo a afirmar-se por uma abordagem que vai além do superficial. Para a mentora de marcas digitais, o verdadeiro diferencial não está nos números ou na estética, mas na clareza, na estrutura e na autenticidade de cada marca.

Aos 33 anos, natural do Rio de Janeiro e a viver em Portugal desde 2020, Anna Carolina construiu a sua trajetória a partir do zero, num contexto de recomeço e adaptação. Mãe de dois filhos e sem rede de apoio, aprendeu a equilibrar os desafios da vida pessoal com a construção de um negócio com propósito.

“O que me move é saber que construí uma vida com tempo para o que realmente importa”, afirma. Ainda assim, confessa que uma das suas maiores motivações é ajudar outras mulheres a não se perderem no processo de construção dos seus próprios negócios.

A sua entrada no mundo digital aconteceu de forma natural, mas foi a repetição de um padrão que definiu o seu posicionamento. Ao trabalhar com empreendedores, percebeu que muitos tinham conhecimento, mas não conseguiam organizá-lo de forma estratégica.

“As pessoas chegavam com muito potencial, mas sem direção. Quando estruturávamos tudo, a forma como comunicavam e eram percebidas mudava completamente”, explica.

Foi neste processo que entendeu que o seu trabalho não se limitava ao marketing. Trata-se, segundo a própria, de uma verdadeira “arquitetura de negócio”: organizar ideias, dar forma ao conhecimento e transformá-lo em valor claro para o mercado.

Para Anna Carolina, o maior erro dos empreendedores está na forma como encaram o posicionamento. Muitos acreditam que se trata de estética ou de co-



municação externa, quando na verdade começa internamente.

“Sem clareza sobre o que se faz, para quem e qual trans-

formação se entrega, tudo se torna tentativa”, sublinha.

Essa falta de base leva a uma comunicação incon-

sistente, que dificilmente gera resultados sustentáveis.

Na sua visão, a diferença entre uma marca comum e



uma marca que cresce de forma consistente é simples: direção.

“Uma marca comum fala sobre o que faz. Uma marca bem posicionada deixa claro o que resolve.”

Quando essa clareza existe, a comunicação torna-se mais eficaz, o conteúdo ganha sentido e a confiança é construída de forma natural junto do público.

Num cenário onde muitos acreditam que é necessário ter grandes recursos para começar, Anna Carolina defende que o essencial está na base.

“O maior recurso hoje é a clareza”, afirma.

Com uma direção bem definida, é possível construir uma presença sólida mesmo com poucos meios. Sem isso, no entanto, nem os melhores recursos garantem resultados.

Entre os maiores desafios da sua jornada, destaca o confronto interno: dúvidas, comparações e inseguranças que surgem ao longo do processo.

A superação veio através do desenvolvimento emocional e da decisão de agir mesmo sem se sentir totalmente preparada.

“Crescer não é deixar de ter medo. É continuar apesar dele”, afirma.

Um dos momentos mais marcantes da sua trajetória foi a desativação da sua conta digital numa fase importante do seu crescimento.

Inicialmente encarado como uma perda, o episódio revelou-se um ponto de viragem.

“Percebi que não podia depender de uma única plataforma. Precisava construir algo maior do que um perfil”, explica.

Esse momento permitiu-lhe redefinir a sua comunicação e fortalecer o seu posicionamento.

Num ambiente onde o crescimento de seguidores é frequentemente visto como sinónimo

de sucesso, Anna Carolina apresenta uma perspetiva diferente.

“Prefiro ter 200 pessoas que confiam no meu trabalho do que milhares que não geram resultado.”

Para ela, o valor está na qualidade da audiência e na capacidade de criar uma ligação real com o público.

Ao olhar para o futuro, acredita que o mercado caminhará para uma maior profundidade e autenticidade.

“As pessoas estão mais conscientes. Não basta estar presente é preciso ter verdade, estrutura e consistência.”



Segundo a mentora, marcas que continuarem no superficial tenderão a desaparecer, enquanto aquelas que comunicarem com intenção e propósito crescerão de forma sólida.

Para empreendedores que ainda têm receio de se expor, deixa uma reflexão clara:

“O problema não é a exposição. É a falta de clareza.”

Quando existe direção, comunicar deixa de ser um desafio e passa a ser uma extensão natural daquilo que já foi construído.

Num cenário digital em

constante evolução, Anna Carolina Marconi reforça uma ideia essencial: marcas fortes não nascem da

aparência, mas da clareza, da consistência e da verdade com que se apresentam ao mundo.



MICHELLE TRIGO:

# Da Superação à Ciência — A Mulher que Transformou a Estética em Propósito de Vida



**A** história de Michelle Trigo de Moraes não começa na estética começa na vida real, marcada por desafios profundos, superação e uma decisão firme: transformar dor em conhecimento e conhecimento em impacto.

Nascida em Santos, litoral de São Paulo, Michelle é hoje uma referência na área da dermato funcional estética, com mais de duas décadas de experiência. Mas por trás dos métodos, dos resultados e do reconhecimento científico, está uma mulher cuja trajetória foi moldada por resiliência, coragem e uma fé inabalável no poder da aprendizagem.

Michelle teve uma infância inicialmente feliz, mas enfrentou mu-

danças drásticas ainda muito jovem. Após a perda do pai, viveu um período de extrema vulnerabilidade, marcado por experiências traumáticas que a obrigaram a crescer cedo e conquistar a sua independência aos 16 anos.

Foi nesse contexto que encontrou o que viria a ser a sua maior ferramenta de transformação: o conhecimento.

Mais do que uma escolha profissional, estudar tornou-se um caminho de sobrevivência e reconstrução. Para Michelle, aprender nunca foi apenas um objetivo, foi uma decisão de vida.

Hoje, define-se como uma mulher resiliente, determinada e movida por propósito. A sua história não é apenas sobre superação, mas

sobre a capacidade consciente de reescrever o próprio destino.

Ao longo de mais de 20 anos na área, Michelle construiu uma abordagem que rompe com a visão tradicional da estética.

A sua atuação vai além do visível, focando-se na regeneração do organismo e na compreensão profunda das disfunções corporais. Ao trabalhar questões como gordura localizada, o seu

de da avaliação. Através de uma anamnese rigorosa e baseada na fisiologia, Michelle procura identificar a raiz dos problemas, e não apenas tratar os sintomas.

Com mais de 21 anos de prática clínica, os resultados são visíveis desde a primeira sessão, mas sustentados por processos fisiológicos naturais, como a apoptose a eliminação programada das células de gordura garantindo segurança e continuidade



método também contribui para melhorias em parâmetros de saúde como colesterol e triglicérides, com base em evidência científica.

Essa visão integrada levou-a a desenvolver o Método Michelle Trigo, uma abordagem que une ciência e prática clínica.

O grande diferencial do seu método está na profundida-

dos efeitos ao longo do tempo.

O reconhecimento do seu trabalho vai além da prática clínica. Michelle é autora de 10 livros na área da saúde, coautora de outras três obras, possui artigos científicos internacionais publicados e integra a coletânea Mulheres Além-Mar, além de ter sido destacada no Rank Brasil em 2025.



Há mais de 15 anos, Michelle expandiu a sua atuação para a formação de profissionais. O que começou de forma natural, ao acompanhar estudantes em ambiente hospitalar, transformou-se numa missão clara: capacitar outros profissionais com conhecimento sólido e visão clínica.



A sua metodologia de ensino vai além da técnica. Foca-se no desenvolvimento do raciocínio clínico, na compreensão da fisiologia e na individualidade de cada paciente elementos que, segundo Michelle, são essenciais para transformar profissionais comuns em referências.

Para Michelle, um dos maiores erros de quem procura transformação corporal é focar apenas no sintoma, ignorando a causa.

Outro ponto essencial é o compromisso. Embora os resul-



tados possam surgir rapidamente, a sua manutenção depende diretamente da continuidade fora da clínica com hábitos saudáveis e envolvimento ativo do paciente.

A transformação, defende, não acontece apenas na marquesa,

mas na rotina diária de cada pessoa.

Ao longo da sua trajetória, Michelle acompanhou casos profundamente marcantes desde transformações físicas impressionantes até melhorias significativas na saúde e qualidade de vida dos seus pacientes.

Na estética, deseja deixar um legado baseado em ética, conhecimento e responsabilidade. Na formação, quer inspirar profissionais a nunca pararem de aprender e a compreenderem que, por trás de cada atendimento, existem vidas, histórias e sonhos.

“Onde se entrega excelência, não há concorrência”, afirma.

Mais do que uma profissional de referência, Michelle Trigo é o reflexo de uma verdade poderosa: é possível transformar dor em propósito, conhecimento em impacto e vida em legado.



Galaxy A54 5G

LUQ DESIGNER:

# Moda, arte e cultura em acessórios extraordinários



**A**os 35 anos, LuQ Designer transforma materiais comuns em acessórios extraordinários, conectando moda, carnaval e cultura popular em criações que celebram identidade, resistência e brasilidade.

Chegar aos 35 anos é, para LuQ Designer, uma dádiva. Homem negro e artista, ele reconhece que a “casa dos 30” traz crises e desafios, mas também maturidade e prazer em seguir criando. O tempo afinou seu olhar e lhe deu novas perspectivas sobre arte, vida e identidade.

Para além dos títulos, LuQ é o homem que busca dar tranquilidade e orgulho ao menino sonhador que cresceu em uma comunidade simples. Hoje se entende de forma mais livre, divertida e autêntica, comprometido consigo mesmo e com aquilo em que acredita.

Sua relação com a arte nasceu em casa. O pai, com desenhos e música; a mãe, com colchas de fuxico; as ir-

mãs, cantando na igreja. Desde cedo, o teatro, o desenho e o fazer manual foram formas de expressão e comunicação, inclusive sobre dores e complexos da infância e adolescência. A virada aconteceu quando uma vizinha quis comprar uma peça sua: o rosto de uma pantera negra feito em látex. Ali, percebeu que poderia transformar sua arte em negócio.

O processo criativo de LuQ é sobre lançar novos olhares. Transformar uma tampinha de garrafa em acessório fashion ou escultura é, para ele, um ato poderoso e transformador. No carnaval, encontra terreno fértil para essa extravagância criativa: cores, formas e maximalismo se tornam linguagem de liberdade e elegância.

Entre suas coleções mais marcantes estão Sankofa, inspirada em pássaros brasileiros e traduzida em maxi colares e brincos; AFK54, uma narrativa afrofuturista que deu vida a personagens em 40 maxi anéis; e a coleção Pantera Negra, criada em parceria com Márcio Silva, Ellen e Max, marcada por desafios emocionais após a perda do ator que protagonizou o primeiro filme.

Para LuQ, a moda autoral é resistência. O criador independente precisa de resiliência diária, pois muitas vezes é equipe inteira de si mesmo: criação, confecção, marketing, venda e pós-venda. O enfrentamento contra padrões tradicionais e grandes marcas ainda é constante, mas ele segue sonhando com os pés no chão, buscando parcerias e aprendizados.

Sua mensagem aos jovens artistas é clara: estejam atentos aos detalhes, desaprendam



observação, da emoção e da técnica. Para ele, a moda é cíclica, mas a identidade precisa estar sempre presente. Deseja tocar as pessoas com suas criações, contar histórias através dos acessórios e inspirar novos olhares.

Sobre legado, LuQ é dire-



certos olhares e se permitam enxergar a vida de novas formas. A natureza, a cidade, a luz que entra pela fresta da porta tudo pode ser inspiração. Investiguem-se, aprendam com o olhar do outro e valorizem os trabalhos coletivos.

Suas ideias nascem da



to: “Seria incrível conseguir deixar um. No mínimo, desejo que as pessoas possam olhar para meu trabalho e se inspirarem, contando novas histórias com outros olhares.” Seu sonho é ver

o mundo menos cinza e mais colorido, inspirado pela ousadia das décadas passadas. Os próximos passos, ele entrega a Deus, mas segue fazendo o possível para que sua arte continue transformando.



# Destaque o seu negócio na PM Services Magazine!

Simple, rápido e sem complicações: entrevista pelo WhatsApp.

## BENEFÍCIOS:

- ✓ +1 milhão de visualizações, entrevistas lidas por +50 mil pessoas.
- ✓ Networking com empresários nacionais e internacionais.
- ✓ Publicidade gratuita por 60 dias: redes sociais, revista digital, site e comunidade do WhatsApp

## Pacotes:

Básico – 1.500 MT

Intermédio – 3.000 MT

Premium – 5.000 MT

**Vagas limitadas! Quer garantir a sua hoje?**

 (+258) 86 120 7151  [servicespmmm@gmail.com](mailto:servicespmmm@gmail.com)

NATOLYS:

# A Palavra que Nasce da Fé e Ecoa como Propósito



daí, o seu nome ganhou alcance mas nunca perdeu essência.

Hoje, escreve os próprios poemas. E, como a própria descreve, “tira algo de si para oferecer ao mundo”.

A sua ligação com a comunicação expandiu-se para além da poesia. Como Mestre de Cerimónias e Apresentadora de Televisão, desenvolve presença, segurança e conexão com o público.

Afirma que não fala apenas para ser ouvida, mas para transformar. E essa intenção reflete-se no tipo de mensagem que escolhe partilhar.

Segundo ela, a sua visibilidade tem um propósito claro: “Mostrar a luz de Deus, inspirar pessoas e acrescentar valor à vida de quem me acompanha.”

E quem a observa percebe isso. A sua comunicação não se apoia em tendências, mas em verdade.

Num cenário digital onde a pressão por aceitação é constante, Natolys encontrou equilíbrio naquilo que considera inegociável: a sua identidade.



**N**um mundo onde tantas vezes se perdem no ruído da superficialidade, há presenças que não precisam gritar para serem ouvidas. Natolys é uma dessas vozes firme, serena e profundamente enraizada em algo maior do que si mesma.

Aos 18 anos, nascida em Maputo, a jovem comunicadora, poetisa e estudante de Direito carrega uma consciência rara: a de que a vida não lhe pertence por inteiro. Pertence, antes, a um propósito.

“Tudo o que sou é graças a Deus e por causa d’Ele”, afirma com convicção. E não é uma frase ensaiada. É fundamento.

Mais do que títulos, Na-

tolys apresenta-se como uma jovem cristã que escolheu colocar Deus no centro da sua existência. E é precisamente dessa escolha que nasce a sua força.

Ela explica que a sua fé não apenas a orienta molda-a. Segundo a própria, todas as decisões que toma passam por um filtro maior, porque acredita que a vida tem um propósito que ultrapassa o individual.

E, num tempo em que muitos procuram validação externa, Natolys revela algo que poucos compreendem cedo: “Quando sabes quem és em Deus, ninguém pode ditar quem tu és.”

A sua trajetória confirma essa afirmação. Mesmo sendo, muitas vezes, vista como “diferente”, nunca cedeu à pressão de se adap-

tar. Pelo contrário, transformou essa diferença em identidade.

Foi ainda criança que descobriu o poder da palavra. Inspirada pela mãe, começou a declamar poesia aos 7 anos. O que inicialmente era imitação tornou-se expressão e, mais tarde, missão.

Recorda que, ao subir aos palcos ainda muito jovem, não estava apenas a repetir versos, mas a sentir cada emoção. A poesia ensinou-lhe a compreender dores que não eram suas e a transformar sentimentos em linguagem.

“Ela não apenas declama, ela vive o que diz”, comentavam, na altura, pessoas que a ouviam.

A consagração pública veio aos 9 anos, quando venceu o concurso Mozkids Talents. A partir

Explica que não tenta ser alguém que não é e que essa fidelidade a si mesma é o que lhe permite manter consistência, mesmo diante das exigências do mercado.

Para ela, posicionamento não é estratégia vazia. É coerência entre quem se é e o que se comunica.

E reforça: há coisas que simplesmente não se negociam.

Uma das experiências que mais a moldaram foi estudar fora. Longe do seu ambiente habitual, foi confrontada com a solidão, a responsabilidade e a necessidade de se redescobrir.

Esse processo, embora desafiador, revelou-lhe uma nova versão de si mesma mais forte, mais independente e mais consciente.

Ela reconhece que sair da zona de conforto não é fácil, mas é essencial. E, ao falar sobre essa fase, deixa implícita uma verdade: o crescimento acontece quando deixamos de depender do conhecido.



construir algo com significado e não apenas aparência.

Segundo ela, o mundo não precisa de mais perfeição. Precisa de verdade.

Apesar da juventude, Natolys já compreende que o impacto verdadeiro não está na visibilidade, mas na transformação que se gera nos outros.

O que a move, como ela própria afirma, é “alcançar almas e fazer diferença”.



Não como conceito abstrato, mas como prática diária. Amor a Deus, amor ao próximo, amor pela vida.

Para Natolys, esse é o verdadeiro propósito da existência: servir.

E é por isso que tudo o que faz da poesia à comunicação carrega essa intenção de tocar, acolher e transformar.

Quando questionada sobre o que diria a outros jovens, não hesita. A sua resposta é direta, quase como um convite:



“Conhece a Deus primeiro. Porque quando a tua identidade está n’Ele, tu sabes quem és e isso muda tudo.”

Mas vai além. Alerta para os perigos da comparação, da busca por validação e da perda de autenticidade.

Defende que é essencial proteger a saúde mental, estabelecer limites e

E talvez seja именно isso que a distingue: a consciência de que o sucesso não está em ser vista, mas em ser sentida.

Num tempo em que muitos procuram aplausos, Natolys procura propósito.

E, no silêncio firme da sua fé, constrói algo raro: uma voz que não apenas fala, mas permanece.



PM SERVICES

# MAGAZINE

MARÇO 2026

EDIÇÃO  
97

ANA PAULA PAIVA:

**“MAIS DO QUE GERIR REDES, AJUDO PESSOAS A POSICIONAREM OS SEUS SONHOS NO MUNDO”**

PÁGINAS: 09 E 10