



Maria Monteiro leva Cabo Verde a Fashion Week em Paris

AYA BORGES:

“Na cozinha, sinto-me inteira”

Aos 37 anos, Miriam Aya Silveira dos Reis Borges, conhecida profissionalmente como Aya Borges, carrega uma história construída entre desafios, recomeços, fé e paixão pela gastronomia. Nascida na Costa do Marfim e ligada a Angola, encontrou na cozinha muito mais do que uma profissão: encontrou um lugar de pertença, expressão e liberdade.

Aya define-se como uma mulher lutadora, sonhadora e profundamente ligada à vida. O caminho que percorreu, no entanto, esteve longe de ser linear. Viveu momentos difíceis e enfrentou a depressão, uma experiência que, segundo conta, lhe retirou muito, mas também lhe ensinou a resistir, a levantar-se depois das quedas e a não desistir de si própria.

Foi nesse processo que começou a nascer uma nova mulher. Mais consciente do seu valor, mais determinada e disposta a trabalhar diariamente para se tornar uma versão melhor de si mesma. Para Aya, a sua história não pode ser resumida às dificuldades que enfrentou, mas deve também ser compreendida pela força que encontrou para continuar.

Essa força acompanha-a também na cozinha, espaço onde coloca os sonhos, a criatividade e aquilo que considera ser a sua própria essência.

A paixão pela culinária ganhou novo impulso quando percebeu que, em Luanda, existiam ainda limitações na oferta gastronómica e nas opções disponíveis. Viu nesse cenário uma oportunidade para fazer diferente, explorar novos sabores e mostrar que uma alimentação saudável não precisa de ser sinónimo de refeições sem criatividade.

Para Aya, comer de forma saudável envolve equilíbrio, conhecimento e capacidade de transformar ingredientes simples em pratos saborosos e nutritivos. A entrada no mundo do desporto aprofundou essa relação com a alimentação e despertou nela uma vontade ainda maior de compreender nutrição, corpo e bem-estar.





Foi então que começou a perceber que a cozinha poderia assumir uma dimensão maior. Poderia ser uma ferramenta de educação, inspiração e transformação.

A mudança de país também teve um papel importante nesse processo. Viver numa realidade diferente, conhecer uma nova cultura e aprender a adaptar-se a outros desafios obrigou-a a sair da zona de conforto. A experiência trouxe crescimento pessoal e profissional e permitiu-lhe olhar para a própria história com uma nova perspectiva.

Aya descreve esse período como parte do seu renascimento. Um novo capítulo que não apagou aquilo que viveu, mas lhe permitiu construir uma versão mais madura, forte e



Nós somos
@casadosfrescos
@chefxicadasilva

consciente daquilo que pretende conquistar.

É também impossível falar de Aya Borges sem falar da Chef Xica. O nome nasceu como uma homenagem à sua avó, Maria Luísa Silveira, mulher que teve um papel determinante na sua relação com a culinária.

Foi com a avó que descobriu o prazer de cozinhar, de experimentar sabores e de preparar algo com as próprias mãos. Embora Maria Luísa já não esteja presente, Aya encontrou na Chef Xica uma forma de manter vivo esse vínculo.

Cada prato preparado, cada descoberta e cada novo passo na gastronomia carregam, de alguma forma, a memória da avó. O nome tornou-se, assim, mais do que uma identidade profissional.

“A Chef Xica não é apenas um nome. É a minha história, é a minha avó, é a minha paixão e é uma parte de mim que escolhi manter viva através da cozinha.”

Para Aya, ser chef representa liberdade e descoberta. É poder criar, experimentar, expressar sentimentos e transformar ideias em sabores. É também aceitar que nunca se sabe tudo e que existe sempre espaço para aprender e reinventar.

É na cozinha que encontra esse estado de liberdade. “Quando estou na cozinha, sinto-me em casa”, confessa. É ali que encontra paz, segurança e espaço para ser verdadeiramente ela própria.

Entre panelas, ingredientes e ideias, transforma sentimentos em sabores, pensamentos em pratos e sonhos em experiências. A cozinha tornou-se o lugar onde se sente inteira.

Grande parte da sua criatividade nasce da imaginação. Viagens que faz mentalmente, ideias inesperadas e livros alimentam um processo criativo que procura traduzir em cada criação. Não existe, por isso, uma única fórmula para os seus pratos. Existe curiosidade, memória, conhecimento e vontade de experimentar.

ção essencial: disciplina, foco e fé.

Os desafios podem surgir de formas diferentes, desde a resistência para ir treinar até às dificuldades práticas de gerir ingredientes e recursos numa cozinha. Aya, contudo, prefere encará-los como oportunidades de aprendizagem.

te a sua curiosidade. Ainda assim, Aya acredita que cada prato possui uma história própria e merece ser compreendido para além do resultado final.

O futuro, por sua vez, não é visto como algo que precisa de ser apressado. Aya prefere viver o presente, consciente de que cada dia

Mais do que construir uma carreira, quer construir um legado. Um legado que possa inspirar, formar e abrir caminhos para outras pessoas.

Aos 37 anos, a Chef Xica continua, assim, a escrever uma história que começou muito antes dos pratos, dos projectos e da profissão. É



E embora tenha nascido na Costa do Marfim, é Angola que Aya identifica como o seu porto seguro. Foi no país que se descobriu pessoal e profissionalmente e onde construiu grande parte da mulher e da chef que é hoje.

É também em Angola que enfrenta diariamente os desafios de conciliar diferentes papéis. Ser filha, cuidar da carreira, manter a disciplina do treino, lidar com as exigências da cozinha e continuar a construir os seus projectos exige, segundo ela, uma combina-



uma história de uma mulher que conheceu a dor, atravessou mudanças, encontrou força na fé e descobriu na cozinha uma forma de voltar a si própria.

Porque, para Aya Borges, cozinhar não é apenas alimentar.

É recordar. É criar. É apren-



Cada obstáculo, acredita, pode torná-la mais resiliente e mostrar-lhe que é capaz de fazer mais do que imaginava.

Entre as suas preferências gastronómicas, os pratos asiáticos ocupam um lugar especial. A riqueza dos sabores, os aromas e as tradições associadas a essa cozinha despertam particularmen-

contribui para aquilo que pretende construir.

A sua visão profissional já ultrapassa a cozinha. Pretende desenvolver planos de formação em diferentes áreas, criar novos projectos que aproximem o desporto da gastronomia e continuar a transformar ideias em experiências com significado.

der. É recomeçar.

E, acima de tudo, é o lugar onde se sente inteira.

SOLUÇÕES EM COMUNICAÇÃO E DESIGN



Criatividade, Estratégia e Palavra
para comunicar o que importa.



DESIGN WEB

Sites modernos, responsivos e estratégicos
que destacam a sua empresa e geram resultados.

- ✓ Sites Institucionais
- ✓ Landing Pages
- ✓ Lojas Online
- ✓ Manutenção e Atualização



DESIGN GRÁFICO EDITORIAL

Projetos gráficos que comunicam com clareza,
elegância e propósito.

- ✓ Revistas e Catálogos
- ✓ Livros e E-books
- ✓ Relatórios e Brochuras
- ✓ Identidade Visual



CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO

Estratégias personalizadas para fortalecer
a imagem, reputação e posicionamento da sua marca.

- ✓ Planeamento de Comunicação
- ✓ Comunicação Interna
- ✓ Gestão de Imagem e Reputação
- ✓ Assessoria de Comunicação

SERVIÇOS DE CONTEÚDO E REVISÃO



REVISÃO LINGÜÍSTICA EDITORIAL

Textos mais claros, corretos
e profissionais.



COPYWRITER PUBLICITÁRIO

Palavras que persuadem,
conectam e vendem.



REVISÃO LINGÜÍSTICA LITERÁRIA

Para Livros, Documentos
Institucionais e muito mais.



REVISÃO LINGÜÍSTICA LITERÁRIA

Para Livros, Documentos
Institucionais e muito mais.

Da ideia à mensagem, nós cuidamos de tudo.



CONTACTE A
SOCIEDADE **GENERUS LDA**



+258 87 040 3759
+258 84 734 2668

♥ Profissionalismo. Criatividade. Compromisso com a excelência.

EUCLIDES DOS SANTOS:

O Homem que leva Moçambique ao mundo através do turismo

Antes de se tornar empresário, guia de turismo e Travel Influencer, Euclides Custódio dos Santos era simplesmente um homem apaixonado pela natureza, pela aventura, pela cultura e pelo seu país. Nascido em Maputo e actualmente com 47 anos, construiu ao longo dos anos uma relação particular com Moçambique, transformando o gosto por viajar numa missão de promover as riquezas naturais, culturais e históricas do país.

A sua ligação ao turismo começou na Praia do Tofo, em Inhambane, onde ficou impressionado com a beleza das águas cristalinas e com a riqueza natural daquele destino. A paixão pela cultura, entretanto, já fazia parte da sua personalidade desde muito cedo. A dança acompanha-o desde os dez anos e a música sempre ocupou um espaço especial na sua vida.

A partir de 2005, começou a viajar com maior frequência. Uma das primeiras experiências internacionais levou-o à Cidade do Cabo, na África do Sul, onde teve a oportunidade de observar uma realidade turística diferente e perceber como um destino pode ser promovido e valorizado.

Em 2008, realizou a sua primeira grande viagem à Ásia, passando por países como Tailândia, Camboja e Vietname. Mais tarde, conheceu a Índia, incluindo Goa, assim como a China, Macau e Hong Kong. Era, naquela fase, sobretudo um jovem viajante, interessado em conhecer o mundo e descobrir novas culturas.

Foi precisamente esse contacto com outros destinos que despertou nele uma pergunta: se tantos países encontravam formas de promover as suas riquezas, por que razão não poderia fazer o mesmo com Moçambique?



A resposta começou a ganhar forma através da formação em turismo e da credenciação junto do Ministério do Turismo. Pouco depois, nasceu a Africambique Tourism & Service, empresa criada com o propósito de promover o turismo moçambicano e incentivar os próprios cidadãos a conhecerem o seu país.



Para Euclides, o turismo doméstico representa também uma oportunidade de manter as divisas dentro de Moçambique e permitir que os próprios moçambicanos descubram a dimensão da riqueza existente no seu território.

O caminho, contudo, esteve longe de ser simples. A Africambique nasceu num dos períodos mais difíceis da sua vida. Pai, solteiro e sem emprego, Euclides viu-se perante uma questão essencial: como sustentar o filho quando as oportunidades profissionais pareciam escassas?

A resposta estava numa competência que nunca abandonara: a capacidade de lidar com pessoas de diferentes nacionalidades e de transformar essa experiência numa actividade profissional.

“Era lidar com pessoas de várias nacionalidades”, recorda, explicando que o turismo era uma área que conhecia profundamente e na qual conseguia trabalhar com naturalidade. Foi a partir dessa confiança que decidiu criar uma empresa e acreditar que poderia transformá-la numa referência no sector.

Na altura, o próprio conceito de guia de turismo ainda era pouco compreendido por grande parte do público. Segundo Euclides, até os órgãos de comunicação social tinham dificuldade em explicar correctamente o significado da profissão.

Foi nesse contexto que procurou contribuir para a valorização e divulgação do papel do guia de turismo em

Moçambique. Para ele, um guia não se limita a acompanhar visitantes. É alguém que transforma uma viagem numa experiência de aprendizagem e que funciona como elo entre o visitante e o destino.

“Somos embaixadores da cultura e das belezas de cada destino visitado”, defende.

Essa visão também explica a sua evolução para Travel Influencer. Actualmente, utiliza as plataformas digitais para mostrar destinos, culturas, gastronomia, natureza e experiências turísticas, procurando aproximar Moçambique tanto dos seus próprios cidadãos como de visitantes internacionais.

As redes sociais tornaram-se, assim, uma extensão do seu trabalho como guia. Através das suas publicações, procura despertar a curiosidade de quem já conhece o turismo e, sobretudo, daqueles que ainda não descobriram o potencial dos destinos moçambicanos.

Mais do que mostrar lugares bonitos, Euclides procura transmitir uma mensagem de respeito pela natureza. Na sua perspectiva, não existe turismo sustentável sem turistas conscientes, capazes de respeitar os espaços naturais e compreender que a preservação dos destinos é uma

responsabilidade colectiva.

O impacto dessa actividade também se reflecte no reconhecimento que recebe nas ruas e nas mensagens de turistas internacionais. Conta que alguns moçambicanos já o chamam simplesmente de “Africambique” quando o encontram, enquanto visitantes estrangeiros lhe agradecem por terem descoberto Moçambique através das suas publicações.

Para Euclides, esse reconhecimento é consequência de algo mais profundo: o amor pelo país.

Moçambique, considera, tem muito para oferecer ao mundo. O clima, a vida selvagem, a vida marinha, a gastronomia, a diversidade cultural e, sobretudo, a hospitalidade do seu povo constituem, na sua visão, activos que podem tornar o país num destino turístico ainda mais competitivo.

Ainda assim, entende que existe espaço para fazer muito mais. Defende maior investimento no sector, mais formação de guias de turismo e uma promoção mais consistente do património histórico e cultural. Entre as riquezas que considera merecerem maior atenção está a cultura Maconde, que vê como uma das expressões culturais capazes de contribuir para uma oferta turística mais diversificada.



Euclides acredita também que os guias de turismo devem ser mais valorizados dentro da cadeia produtiva do sector. Para ele, são profissionais que estabelecem uma ligação directa entre o visitante e o destino, contribuindo para transformar uma simples deslocação numa experiência cultural, histórica e humana.

A sua persistência acabou por abrir portas para experiências que considera marcantes. Entre elas está

A presença no Dubai teve, para si, um significado especial. Não apenas pelo reconhecimento pessoal, mas pelo sentimento de ver o trabalho que desenvolvia há anos ganhar visibilidade num palco internacional.

Os seus seguidores também acompanharam



a participação na promoção do turismo moçambicano no Pavilhão de Moçambique durante a Expo Dubai 2020, uma oportunidade que descreve como histórica.

Também participou num projecto da TRILAND e esteve envolvido na promoção do turismo moçambicano em Eswatini através do INATUR, actualmente ANDITUR. Foram experiências que lhe permitiram levar a imagem de Moçambique para além das suas fronteiras.

esse momento com entusiasmo, interpretando a participação como uma valorização de alguém que há muito promove o país com dedicação.

Ainda assim, Euclides brinca que, como embaixador informal das belezas moçambicanas, continua à espera de um reconhecimento oficial.

O humor, porém, não diminui



a seriedade da missão que assumiu. Para ele, ser guia de turismo é uma profissão de coração. É mergulhar na cultura, na natureza e na história e, simultaneamente, proporcionar experiências que podem permanecer na memória de quem visita um destino.

Aos 47 anos, Euclides olha para o futuro com a mesma inquietação que o levou a viajar pelo mundo.

sam conhecer, valorizar e preservar a biodiversidade do país.

Porque, para Euclides dos Santos, viajar não significa apenas mudar de lugar. É descobrir novas formas de olhar para o mundo.

E se o turismo é, como costuma dizer, “a arte de vender a felicidade”, então a sua missão tem sido mostrar que Moçambique possui muitas his-



Quer ver a Africambique crescer, expandir-se e transformar-se num legado no sector do turismo.

A sua missão é continuar a promover a cultura e o turismo moçambicano, contribuindo para que as próximas gerações pos-

tórias, paisagens e culturas capazes de despertar essa felicidade.

É por isso que, entre destinos, culturas, viagens e histórias, Euclides já não é apenas um guia.

É Africambique.

ABIBA BELALE:

A jovem que escolheu quebrar correntes



Aos 20 anos, Abiba Alexandre Belale está a construir um percurso marcado pela curiosidade, pela vontade de

aprender e pela recusa em aceitar que o seu caminho tenha de ser definido por expectativas alheias. Nascida em Cabo Delgado e a viver em Inhambane

desde 2011, apresenta-se antes de tudo como uma jovem que ainda está a descobrir quem é e até onde pode chegar.

Profissional de Electricidade Industrial, designer, comunicadora e activista, Abiba reúne áreas que, à primeira vista, parecem distantes. Para ela, porém, existe um elo entre todas: a vontade de criar impacto. Na Electricidade, encontra o desafio do raciocínio, da precisão e da responsabilidade. No Design, transforma ideias em linguagem visual; na Comunicação, procura fazer com que essas ideias cheguem às pessoas; e no Activismo, utiliza a sua voz para chamar atenção para questões que considera relevantes. “No fundo, todas essas áreas permitem-me construir, comunicar e transformar”, explica.

A entrada na Electricidade Industrial nasceu da curiosidade em compreender como as coisas funcionam, mas rapidamente se tornou também uma forma de desafiar fronteiras. Num sector ainda maioritariamente masculino, Abiba reconhece que uma jovem mulher pode sentir que precisa de provar a sua capacidade antes mesmo de ter oportunidade para demonstrá-la. Ainda assim, prefere que a sua presença seja avaliada não pela novidade de ser mulher naquele espaço, mas pela competência que consegue desenvolver. “Eu não quero estar na Electricidade apenas para dizer que sou uma mulher numa área de homens. Quero realmente dominar aquilo que estou a aprender e ser reconhecida pela minha competência”, afirma.





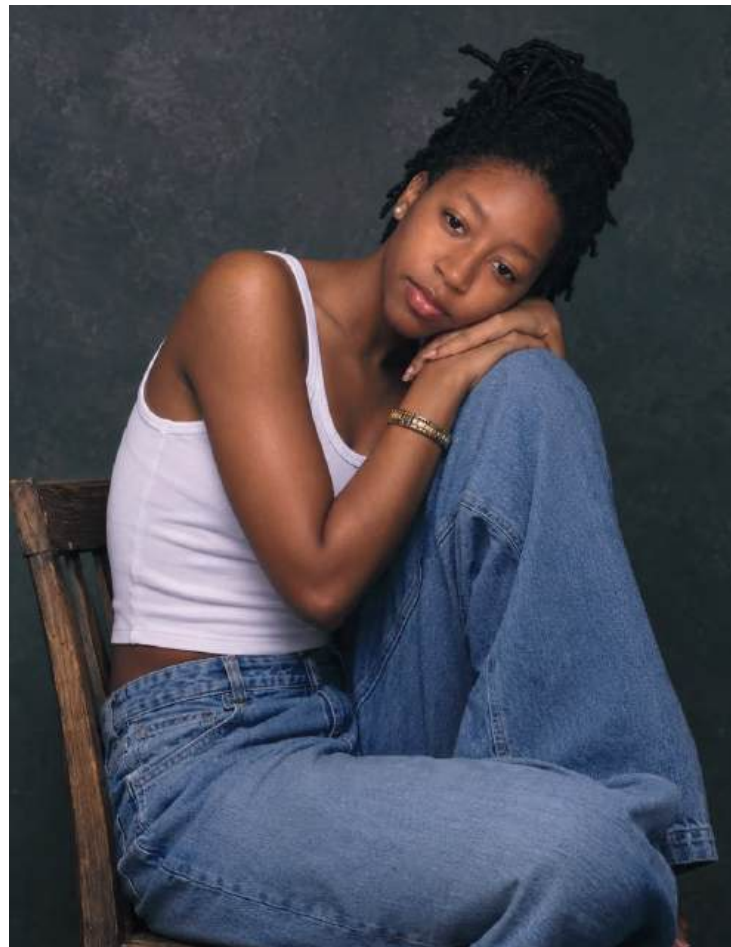
É nesse contexto que surge a expressão “Quebradora de Correntes”, que adoptou como parte da sua identidade. A designação representa, para Abiba, as limitações externas, mas também aquelas que cada pessoa pode criar dentro de si. Procrastinação, desorganização, medo de não ser suficiente e a procura pelo momento perfeito são algumas das barreiras que reconhece no seu próprio processo de crescimento. Ao mesmo tempo, questiona

as expectativas sociais que procuram determinar o que uma mulher ou uma jovem pode ou não pode fazer.

A sua presença digital acompanha essa visão. Abiba não quer utilizar as redes sociais apenas para mostrar a própria vida, mas para criar possibilidades. Pretende que alguém possa visitar o seu perfil e sair com uma ideia, uma reflexão, uma informação ou simplesmente a coragem

necessária para tentar algo novo. É também uma forma de mostrar uma realidade mais próxima de uma jovem moçambicana que está a construir a sua carreira enquanto aprende, erra, experimenta e ocupa diferentes espaços.

O activismo surge naturalmente dessa vontade de ampliar possibilidades. Educação, autonomia, desenvolvimento dos jovens e participação das mulheres em áreas onde ainda são vistas como excepção estão entre as questões que despertam a sua atenção. Abiba acredita que não é necessário falar sobre tudo, mas considera que, quando uma questão importa e existe uma plataforma para abordá-la, o



silêncio também passa a ser uma escolha. E ela nem sempre quer escolhê-lo.

Transformar ideias em iniciativas concretas é outro passo desse percurso. Para Abiba, empreender significa deixar de permanecer apenas no campo das ideias e procurar transformar competências em projectos, serviços e oportunidades. Ainda reconhece estar numa fase de aprendizagem sobre negócios, mas vê o em-

preendedorismo como uma possibilidade de independência e, no futuro, como uma ferramenta para criar oportunidades também para outras pessoas.

Aos desafios externos junta-se uma dimensão mais pessoal: a necessidade de provar a si própria que é capaz. Em ambientes novos ou perante conhecimentos que ainda não domina, admite sentir dúvidas. No entanto, aprendeu que ocupar um espaço não exige saber tudo desde o início. Exige disponibilidade para aprender, trabalhar

e melhorar continuamente.

É essa mensagem que gostaria de deixar a outras jovens que ainda acreditam que determinados caminhos não foram feitos para elas. Para Abiba, o ponto de partida está em não permitir que outras pessoas definam o tamanho da própria vida. Engenharia, negócios, áreas técnicas ou qualquer outro espaço podem ser possibilidades, desde que exista preparação e vontade de aprender. “Não precisas ser perfeita para começar. Eu própria ainda estou a aprender”, reforça.





O futuro que imagina também não cabe numa única profissão. Abiba quer continuar a desenvolver-se tecnicamente, aprofundar a comunicação, criar projectos, empreender, viajar, conhecer pessoas e construir iniciativas com valor. Mais do que escolher uma única identidade, pretende permitir-se evoluir à medida que descobre novas possibilidades.

Em Moçambique, gostaria de deixar algo que considera simples, mas poderoso: possibilidade. Quer que outras jovens olhem para a sua trajectória e compre-



endam que não precisam de caber numa única definição. Podem ser técnicas, criativas, empreendedoras, comunicadoras ou líderes. Podem experimentar diferentes caminhos e, sobretudo, construir o seu próprio.

É nesse desejo que “Quebradora de Correntes” encontra o seu verdadeiro significado. Para Abiba Belale, quebrar correntes não é apenas desafiar aquilo que os outros esperam. É também aprender a não viver limitada pelas próprias dúvidas e permitir-se descobrir, passo a passo, a mulher que está a tornar-se.

GORETI FREITAS

Maria Monteiro leva Cabo Verde à Fashion Week em Paris

Em Outubro, Paris será o palco de uma nova etapa para Maria Monteiro e para a Diamante Africana.

A empreendedora cabo-verdiana prepara-se para levar oito modelos a um desfile internacional na capital francesa, entre eles quatro rapazes e quatro meninas, numa representação que pretende unir moda, cultura, diversidade e identidade africana.

Os rapazes serão, na sua maioria, cabo-verdianos, enquanto as modelos femininas terão origens diversas, reflectindo precisamente a pluralidade cultural que Maria Monteiro pretende transmitir através deste projecto. Entre as participantes estarão também modelos ligadas à Diamante Africana, reforçando a ligação entre o evento e a missão de valorização do talento feminino africano e da diáspora.





DIAMANTE

Africana



Para Maria Monteiro, chegar a Paris representa mais do que participar num desfile. É uma oportunidade para apresentar a beleza, a diversidade e o talento africano

num dos principais centros internacionais da moda. “Paris é uma cidade muito ligada à moda, por isso estar presente neste palco é, para nós, motivo de muito orgulho e também

uma forma de levar a nossa identidade mais longe”, afirma.

A presença em Paris terá ainda uma identidade própria. A proposta passa por cruzar

elementos da cultura africana e da identidade cabo-verdiana com uma linguagem de moda contemporânea. Modelos de diferentes origens estarão unidos por uma mesma mensa-

gem: diversidade, elegância, cultura e representatividade.

Mais do que apresentar roupas, Maria Monteiro pretende contar uma história. A



sua visão é utilizar a moda como instrumento de representação e mostrar que a criatividade africana pode ocupar espaços de destaque nos grandes palcos internacionais.

A iniciativa está directamente ligada ao percurso que tem desenvolvido através da Diamante Africana, projecto que fundou com o propósito de valorizar talentos, cultura e mulheres africanas e da diáspora. Ao longo do seu trabalho, Maria Monteiro tem procu-



rado criar espaços de encontro, reconhecimento e valorização, dando visibilidade a histórias de resiliência e a diferentes expressões do talento africano.

Em 2025, assumiu também a presidência da Associação Mo na Mo, organização orientada para a autonomia, solidariedade e empoderamento das mulheres. A liderança da associação reforça uma trajetória profissional e social marcada pelo compromisso com a valorização feminina e com a criação de oportunidades.

Agora, a viagem para Paris acrescenta uma nova dimensão a esse percurso. Ao levar oito modelos, quatro rapazes e quatro meninas, Maria Monteiro leva consigo uma representação que pretende ultrapassar as fronteiras de um simples desfile.

Em Outubro, a bandeira de Cabo Verde estará presente em Paris, acompanhada por uma geração de modelos que pretende transformar a passarela num espaço de identidade, encontro cultural e afirmação

Márcia Djama Pinto lança a The Signature Book Experience e prepara primeiro grande evento literário

M

árcia Djama Pinto está a transformar a sua relação com a educação, a cultura e a criação de projectos numa nova frente de actuação. Empreendedora angolana radicada no Reino Unido, onde trabalha como consultora internacional em educação, apresenta agora a The Signature Book Experience, uma nova marca dedicada à literatura e à criação de experiências que aproximam pessoas, livros e cultura.

A nova iniciativa surge como uma segunda marca no percurso empresarial de Márcia e nasce de uma visão que pretende ir além da simples promoção de livros. A The Signature Book Experience foi concebida como uma plataforma de encontro entre autores, editores, livrarias, leitores, artistas e diferentes agentes culturais, criando espaço para a partilha, a descoberta e a valorização de talentos de diferentes origens.

A apresentação da marca será acompanhada pela realização do primeiro evento literário da iniciativa, marcado para 29 de Outubro, no Instituto Sapiens, em Luanda, entre as 17h00 e as 21h00. O encontro pretende reunir autores de diferentes partes do mundo, bem como escritores, artistas, editores, livreiros e outros profissionais ligados ao universo cultural.

Para Márcia, o pro-

jecto representa o início de uma visão maior. A intenção é construir uma experiência com identidade, curadoria e continuidade, capaz de se afirmar como um espaço de referência para quem produz, promove, comercializa ou simplesmente

aprecia literatura. Mais do que organizar um evento, a proposta passa por criar uma plataforma que possa gerar encontros, oportunidades e novas formas de aproximação entre os diferentes protagonistas do sector.

A escolha da literatura como novo território de actuação também reflecte uma compreensão do livro enquanto elemento de memória e legado. “Eu acredito que o livro não termina quando fechamos a última página”, afirma Márcia, sintetizando a

filosofia que orienta a marca. Para ela, cada obra pode transportar histórias, conhecimento, identidade e experiências que continuam a existir muito depois da leitura.

A The Signature Book Experience pretende, as-

sim, colocar o livro no centro de uma experiência cultural mais ampla. Autores encontram leitores, artistas dialogam com a literatura, editoras e livrarias aproximam-se de novos públicos e diferentes talentos podem encontrar um espaço para apresentar o seu trabalho.

A experiência internacional de Márcia, construída entre Angola e o Reino Unido e ligada à consultoria internacional em educação, contribui para uma visão que procura conectar diferentes contextos e pessoas. Agora, através da coordenação de projectos literários, assume também o desafio de criar pontes dentro do universo cultural.

O primeiro evento, em Luanda, representa apenas o ponto de partida. A ambição é que a marca cresça de forma consistente e desenvolva uma identidade própria no panorama literário, valorizando não apenas os livros, mas também as pessoas e histórias que existem por detrás de cada obra.

Entre autores, leitores, artistas, editores, livrarias e cultura, Márcia Djama Pinto abre uma nova página no seu percurso empreendedor. E, desta vez, o desafio é fazer dessa página o início de um legado.

The Signature Book Experience. O livro como legado. A cultura como futuro.



Feijão do Amor



*Água de
Coco Natural
Com Amor*

Nacional, Puro,
Fresco e Saudável

PM SERVICES MAGAZINE

INSPIRAÇÃO

LIDERANÇA

IMPACTO

EDIÇÃO

144

SETEMBRO
2026



EUCLIDES DOS SANTOS:

O homem que leva Moçambique ao mundo através do turismo

PÁGINA 06