

MILENY LACERDA

Uma história
de liderança,
liberdade e
transformação

MICHELLE DINIZ:

A moda como expressão de identidade e poder feminino



A moda pode ser muito mais do que uma escolha estética. Pode traduzir identidade, transmitir confiança e influenciar a forma como uma mulher se apresenta perante o mundo. É a partir desta perspectiva que Michelle Diniz desenvolve o seu trabalho, cruzando moda, imagem pessoal, posicionamento e mentoria para ajudar mulheres a reconhecerem o próprio valor e a comunicarem a sua essência com autenticidade, elegância e segurança.

Por detrás da sua actividade profissional está uma mulher que acredita no poder da transformação e na importância

de construir uma identidade coerente com aquilo em que se acredita. Para Michelle, o crescimento pessoal e profissional começa pelo autoconhecimento: compreender quem somos, reconhecer as nossas capacidades e perceber o que nos distingue. É esse processo que procura incentivar nas mulheres com quem trabalha, ajudando-as a desenvolver uma presença mais consciente e alinhada com os seus objectivos.

A sua visão sobre a moda ultrapassa as tendências e a aparência. Michelle compreende o vestuário e a imagem como instrumentos de comunicação capazes de transmitir mensagens antes mesmo de qualquer palavra ser pronunciada. A forma como uma pessoa se apresenta pode influenciar a primeira impressão que transmite, mas,

proposta passa por desenvolver soluções que valorizem a presença feminina e permitam que cada mulher expresse a sua personalidade sem sentir necessidade de corresponder a padrões externos. A elegância, neste contexto, não se re-

sume ao que se veste, mas relaciona-se também com a forma como cada mulher reconhece e comunica quem é.

“A imagem não substitui a competência, mas pode ajudar a tornar o nosso valor mais visível”, defende. Esta perspectiva traduz uma abordagem em que a aparência não é entendida como um fim em si mesma, mas como parte de uma estratégia mais ampla de afirmação pessoal e profissional.

Foi desta visão que nasceu a Unique Essence by Michelle Diniz, uma marca que procura unir criatividade, identidade e intenção. A

sume ao que se veste, mas relaciona-se também com a forma como cada mulher reconhece e comunica quem é.

Paralelamente à moda, Michelle dedica-se ao posicionamento e à mentoria, áreas que considera fundamentais para mulheres que desejam fortalecer a sua presença no mercado e conquistar novas oportunidades. Acredita que ter competências e talento é importante, mas saber comunicar esse valor também faz parte do processo de crescimento. A identidade pessoal, a comunicação e a presença digital precisam de trabalhar em conjunto para que uma mulher consiga apresentar-se de forma clara, consistente e diferenciadora.

Segundo Michelle, um dos erros mais frequentes no posicionamento pessoal e profissional é acreditar que a competência será suficiente para garantir reconhecimento. Outro consiste em tentar corresponder constantemente às expectativas dos outros, perdendo de vista aquilo que torna cada pessoa única. Para ultrapassar esses desafios, considera essencial investir no autoconhecimento, identificar os próprios pontos fortes e desenvolver uma comunicação que traduza, com clareza, o valor que se tem para oferecer.

O trabalho que desenvolve já alcançou mais de 2.000 mulheres, segundo os dados partilhados pela própria. Para Michelle, esse alcance representa uma responsabilidade que vai além dos números. O seu objectivo é contribuir para que mais mulheres reconheçam o seu potencial, fortaleçam a confiança e adquiram ferramentas que lhes permitam construir os próprios caminhos, tanto na vida pessoal como na profissional.



A construção da sua marca também tem exigido capacidade de adaptação e visão estratégica. Empreender no sector da moda implica conciliar criatividade com gestão, transformar ideias em propostas concretas e encontrar formas de crescer sem perder a identidade. Michelle reconhece que esse processo envolve desafios, mas entende as dificuldades como oportunidades de aprendizagem, capazes de contribuir para decisões mais conscientes e para o fortalecimento do projecto.

É também por isso que Michelle procura associar a imagem à identidade, em vez de a transformar numa tentativa de imitação. Acredita que cada mulher pode desenvolver uma presença marcante sem deixar de ser fiel à sua essência. O objectivo não é parecer alguém diferente, mas aprender a expressar melhor as qualidades, os valores e as competências que já possui.

Olhando para o fu-

rem e ocuparem o seu espaço.

O legado que deseja construir ultrapassa, assim, as marcas

res reconheçam o seu potencial, compreendam o valor da própria identidade e se sintam preparadas para assumir os seus lugares

tativas e passa a comunicar, com intenção e autenticidade, aquilo que verdadeiramente a distingue.



Manter a autenticidade num mercado influenciado por tendências e padrões de comportamento é outra das questões que orientam a sua abordagem. Para si, evoluir não significa abandonar os próprios valores, assim como acompanhar novas tendências não exige a criação de uma personagem. Uma marca pessoal consistente nasce da clareza sobre quem somos, aquilo que defendemos e a mensagem que desejamos transmitir.

turo, pretende continuar a desenvolver projectos que aproximem a moda, o posicionamento e a transformação feminina, fortalecendo a sua marca pessoal, a Unique Essence by Michelle Diniz e o trabalho de mentoria. A ambição é ampliar o alcance desta missão e criar oportunidades para que mais mulheres descubram novas formas de se apresentarem, comunica-



e os serviços que desenvolve. Michelle pretende contribuir para uma realidade em que as mulhe-

com confiança. Na sua visão, a transformação começa quando uma mulher deixa de procurar corresponder a todas as expec-





**AZORES
FIVE
PROJECT**



Best Advisors
Azorean Coaching, Consulting & Training



A PM SERVICES MAGAZINE

é uma montra comercial
e corporativa de confiança.



Divulgação
de Empresas



Publicidade
Estratégica



Fortalecimento
da Marca



Conexões
que Geram
Oportunidades



Entre em contacto connosco
pelo **WhatsApp:**

+258 86 120 7151

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.

KELLY ASANI, KEKE:

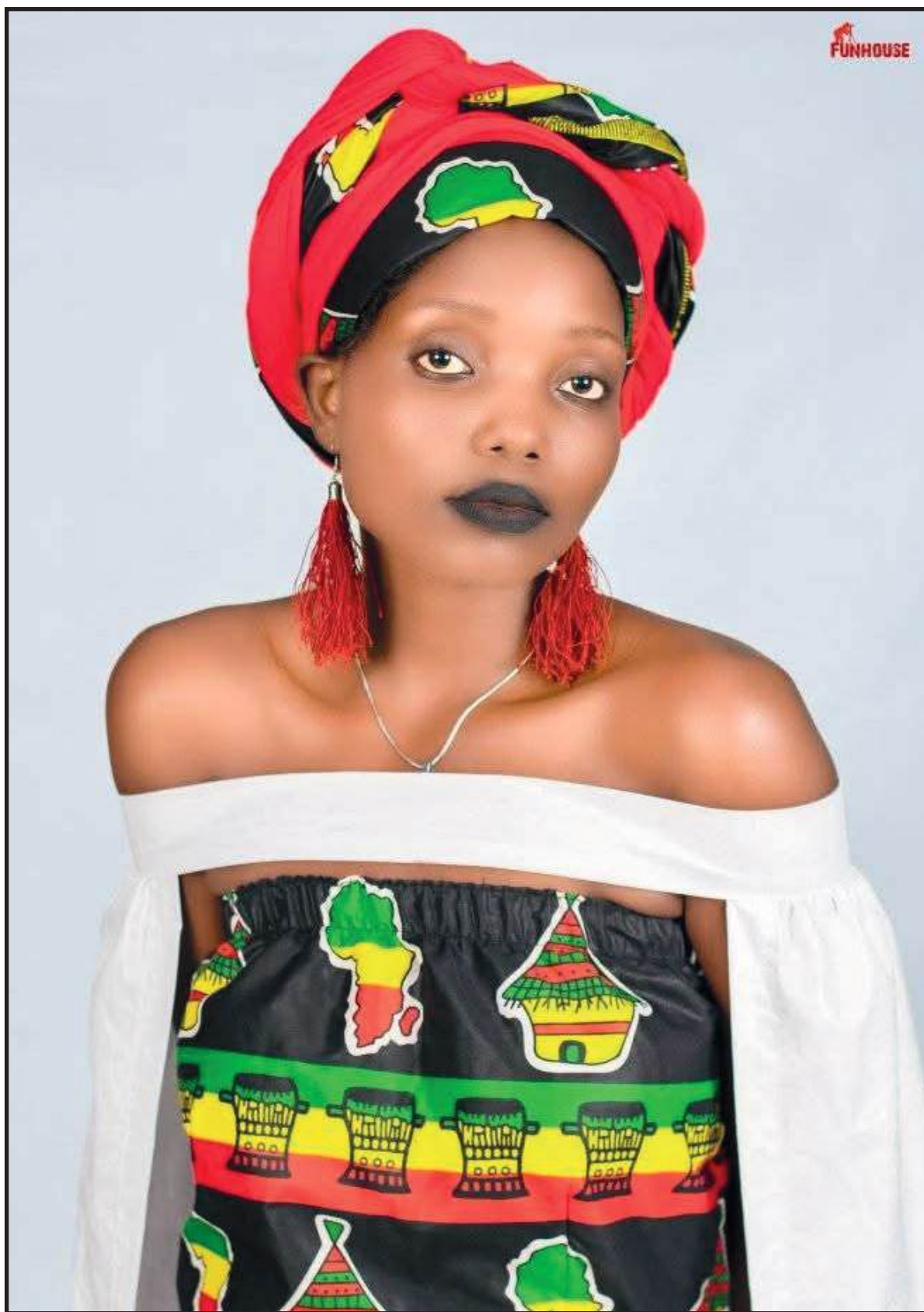
A arte de expressar uma identidade africana sem fronteiras

Aos 24 anos, Kelly Asani, conhecida artisticamente como Keke, constrói uma identidade que cruza moda, expressão artística e valorização da cultura africana. Natural do Zimbabué, encontrou em Moçambique, onde iniciou o seu percurso profissional como modelo em 2020, um espaço para explorar o seu potencial criativo e descobrir novas formas de comunicar através da imagem. Entre passerelles, projectos de moda e colaborações com marcas, a jovem procura afirmar uma presença que ultrapassa a estética e se aproxima de uma visão mais ampla sobre identidade, liberdade e representação africana.

Por detrás do nome Keke está uma mulher que se define como criativa, sonhadora e interessada nas possibilidades que existem para além daquilo que os outros conseguem ver. A sua identidade artística

representa a confiança, a imaginação e a vontade de se expressar sem limitações. Ao olhar para o caminho percorrido, reconhece que cada experiência, incluindo os momentos de incerteza, contribuiu para o seu crescimento. Acredita que tornar-se na pessoa que desejamos ser exige paciência, coragem e a capacidade de continuar a acreditar, mesmo quando o destino ainda não está completamente definido.

A sua relação com a moda começou a ganhar forma em 2020, num período em que o mundo atravessava profundas mudanças. Enquanto muitos sectores enfrentavam incertezas, Kelly dava os primeiros passos nas passerelles moçambicanas, iniciando uma caminhada que lhe permitiu descobrir as exigências e as possibilidades da indústria criativa. Ser zimbabueana e desenvolver parte importante do seu percurso em Moçambique acrescentou outra dimensão à sua



experiência: a oportunidade de cruzar referências culturais, aprender com diferentes ambientes e compreender a moda como uma linguagem que ultrapassa fronteiras.

Ao longo desse caminho, participou em projectos como o Fancy Africa Fashion Show e o Miss Glamour Africa, experiências que contribuíram para a sua exposição no universo da moda. Também colaborou com marcas como a Walissima Afrohairandwear, encontrando nesses

projectos oportunidades para valorizar a estética africana, a diversidade capilar e as diferentes formas de expressão da identidade do continente.

Para Kelly, desfilhar não significa apenas apresentar uma peça de roupa ou corresponder às exigências de uma produção fotográfica. Cada escolha visual pode transmitir uma emoção, revelar uma personalidade ou contar uma história. A moda funciona, assim, como uma linguagem que

permite comunicar sem palavras, transformando o vestuário numa extensão da identidade de quem o usa.

É nesta perspectiva que se enquadra a expressão “Welcome to My World”, uma frase que resume o universo criativo que pretende construir em torno da sua identidade artística. Nesse espaço imaginado, moda, música e magia encontram-se para dar origem a experiências que desafiam os limites convencionais da expressão. Keke deseja

que o público descubra não apenas uma modelo, mas uma personalidade em constante evolução, com ideias, sensibilidades e uma visão própria do mundo.

O seu estilo acompanha essa liberdade de expressão. Em determinados momentos, pode assumir uma presença arrojada e dramática; noutros, privilegiar a simplicidade, a elegância ou o mistério. Para Kelly, a verdadeira identidade visual não nasce da obrigação de seguir todas as tendências, mas

da descoberta daquilo que faz cada pessoa sentir-se confiante e autêntica. Vestir-se torna-se, desse modo, um exercício de afirmação individual, no qual a criatividade ganha sentido quando deixa de procurar exclusivamente a aprovação dos outros.

A representação africana ocupa um lugar central nesta visão. Kelly considera que o continente reúne uma diversidade extraordinária de culturas, tons de pele, traços físicos, tradições e expressões artísticas que merecem espaço e reconhecimento na indústria internacional. Durante muito tempo, determinados padrões estéticos dominaram a moda global, limitando a representação de outras identidades. Perante essa

realidade, defende uma abordagem mais abrangente, na qual a beleza africana seja valorizada pela sua diversidade e singularidade, sem necessidade de se adaptar a definições externas.

Ser uma modelo africana representa, para si, uma oportunidade de participar nessa mudança. A sua presença pretende recordar às jovens que as suas origens podem constituir uma fonte de inspiração e não uma limitação. É possível preservar a ligação à própria cultura e, simultaneamente, procurar oportunidades em diferentes mercados, sem renunciar à identidade que distingue cada pessoa.



No entanto, construir uma carreira na indústria criativa exige mais do que talento e visibilidade. A incerteza, a concorrência e a limitação de oportunidades podem tornar o percurso imprevisível, obrigando os profissionais a rever estratégias e a questionar as próprias expectativas. Kelly reconhece essas dificuldades e entende que os contratempos podem servir para aprender, amadurecer e encontrar formas mais adequadas de perseguir os seus objectivos.

Nesse processo, preservar a autenticidade tornou-se essencial. A jovem acredita que é possível experimentar novas imagens, explorar diferentes direcções

artísticas e aceitar críticas construtivas sem perder a ligação aos próprios valores. Também considera importante estabelecer limites e reconhecer que nem todas as oportunidades são adequadas. A sua identidade, defende, não pode ser reduzida à opinião pública, às tendências ou à atenção que recebe.

Essa consciência acompanha os sonhos que pretende concretizar para além da modelagem. Kelly imagina desenvolver um universo criativo capaz de reunir moda, música, artes visuais e narrativa, criando oportunidades para talentos africanos apresentarem os seus trabalhos a públicos mais amplos. A ambição passa por construir uma identidade artística reconhecível



não apenas pela imagem, mas também pelas ideias e mensagens que transmite.

Entre as possibilidades que idealiza está a criação de uma plataforma internacional que aproxime designers, modelos, músicos, estilistas, fotógrafos e outros profissionais criativos. O projecto

a partir das perspectivas dos próprios criadores.

Esta visão reflecte o desejo de transformar a presença individual numa oportunidade de colaboração. Para Kelly, o crescimento não precisa de ser um percurso solitário. A criação de plataformas que permitam a outros

mulher que continua a evoluir pessoal, criativa e profissionalmente, sem abandonar a essência que orienta o seu percurso. Pretende que a sua imagem permaneça associada à moda, mas deseja igualmente que o seu trabalho seja reconhecido pela capacidade de inspirar confiança, individualidade e

Asani encontra-se numa fase em que as experiências acumuladas começam a dialogar com ambições mais amplas. De Harare a Maputo, a sua história continua a ser escrita através da moda, da criatividade e da vontade de explorar possibilidades ainda por

concretizar. O caminho permanece aberto, com novos desafios e oportunidades por descobrir.

No universo de Keke, a moda não é apenas aquilo que se vê numa passerelle ou numa fotografia. É uma forma de contar histórias, afirmar raízes e imaginar futuros. E o legado que

deseja construir é precisamente esse: inspirar jovens africanas a reconhecerem a própria identidade, a sonharem sem receio e a compreenderem que podem criar o seu lugar no mundo sem esperar pela autorização de ninguém.



combinaria referências culturais africanas com linguagens artísticas contemporâneas, valorizando a herança do continente sem a reduzir a estereótipos. A intenção seria criar uma experiência em que cada peça, som, cor e actuação contribuisse para contar histórias africanas

talentos apresentar as suas competências e alcançar novos públicos pode ampliar o impacto da indústria criativa africana e contribuir para o desenvolvimento de novas oportunidades profissionais.

Quando projecta o futuro, Keke imagina uma

coragem. Mais do que construir uma carreira baseada na visibilidade, procura contribuir para projectos que abram portas e incentivem outras mulheres africanas a desenvolver os seus próprios caminhos.

Aos 24 anos, Kelly



LOUGIGI JUNIOR:

Da moda à visão de uma nova indústria Têxtil em Moçambique

A moda foi a primeira linguagem através da qual Lougigi Junior aprendeu a compreender a criatividade, a identidade e a expressão cultural. Com mais de 25 anos de percurso profissional, iniciado em 1999, o seu trabalho atravessa a moda, o cinema, a televisão, o teatro e a performance. Hoje, o seu interesse estende-se à investigação e à procura de novas possibilidades para a indústria têxtil moçambicana, com particular atenção à transformação do algodão e à exploração de materiais funcionais.

A sua ligação à moda começou muito antes da entrada no mercado profissional. Cresceu num ambiente familiar em que a costura e o comércio de vestuário faziam parte do quotidiano. As avós e bisavós costuravam em casa, enquanto a mãe e as tias estavam ligadas à comercialização de roupa através de boutiques em Maputo. Nesse contexto, os tecidos e as peças de vestuário tornaram-se referências que, mais tarde, ajudariam a definir o seu caminho.

Ao iniciar a carreira, Lougigi encontrou na criação uma forma de explorar a relação entre a imagem e as histórias que as pessoas transportam. As experiências em Portugal e no Brasil ampliaram a sua perspectiva, permitindo-lhe contactar com outras abordagens criativas e profissionais de diferentes áreas, entre os quais o brasileiro Alexandre Ventura. Progressivamente, percebeu que o seu interesse não se limitava à concepção de vestuário: procurava compreender como o figurino pode construir uma personagem, como a imagem representa uma cultura e como a criatividade pode estabelecer pontes entre diferentes formas de expressão.

Essa evolução levou-o a olhar para a moda para além da dimensão estética. Em 2011, começou a aprofundar uma questão que viria a orientar parte importante da sua investigação: como pode Moçambique produzir algodão e continuar dependente da importação de tecidos e de produtos têxteis transformados?

A pergunta conduziu-o à cadeia de valor do algodão e às possibilidades de aproximar a produção agrícola, a transformação industrial, a investigação e a criação de produtos acabados. Na sua perspectiva, o desafio não consiste apenas em produzir uma matéria-prima, mas em desenvolver capacidade para transformar, acrescentar-lhe valor e criar oportunidades económicas dentro do país.



Foi nesse contexto que desenvolveu a visão do ITAT — Indústria de Transformação do Algodão para Têxteis Wearable. A iniciativa procura explorar caminhos para uma maior integração entre o algodão moçambicano e a produção têxtil, procurando contribuir para uma indústria capaz de participar em diferentes etapas da cadeia de valor.

Para Lougigi, o algodão representa mais do que uma fibra natural. É também um ponto de partida para reflectir sobre industrialização, emprego, formação técnica e desenvolvimento de conhecimento. A sua ambição é contribuir para que Moçambique possa ampliar a

transformação dos seus recursos, reduzindo a dependência da exportação de matérias-primas sem processamento e criando condições para desenvolver produtos com maior valor acrescentado.

A procura de oportunidades para concretizar essa visão levou-o a Genebra, na Suíça, onde participou em actividades internacionais relacionadas com o sector do algodão. O objectivo era apresentar a sua perspectiva, estabelecer contactos e procurar parceiros e financiamento para o desenvolvimento do ITAT. A experiência permitiu-lhe conhecer outras realidades e compreender

melhor as exigências de um sector que envolve produtores, indústria, tecnologia, mercados e investimento.

Embora não tenha conseguido obter o financiamento de que necessitava naquela fase, Lougigi considera que a experiência contribuiu para amadurecer a sua visão. Percebeu que uma ideia, por mais promissora que seja, precisa de ser acompanhada por estudos, planeamento, capacidade de execução e uma estrutura capaz de demonstrar a sua viabilidade.

Essa aprendizagem tornou-se particularmente relevante perante a dimensão do projecto que pretende desenvolver. A criação

de uma estrutura industrial exige capital, infra-estruturas, tecnologia, conhecimento especializado e um modelo económico sustentável. Por isso, reconhece que o ITAT ainda necessita de estudos de viabilidade, validação técnica e parceiros que possam contribuir para a sua concretização.

Em vez de apresentar o percurso como uma realização concluída, Lougigi encara-o como um processo de investigação e desenvolvimento. A sua ambição permanece, mas está hoje associada a uma compreensão mais clara das etapas necessárias para transformar a visão num projecto operacional.

Paralelamente, a Fibra Viva surge como uma proposta de investigação sobre a relação entre fibras naturais, materiais funcionais e tecnologia. O projecto parte de uma pergunta: será possível desenvolver peças de vestuário capazes de integrar sistemas tecnológicos que aproveitem a energia solar para alimentar pequenos dispositivos electrónicos?

A ideia é explorar a integração de componentes fotovoltaicos flexíveis em peças que mantenham o conforto e a funcionalidade do vestuário. Nesse processo, Lougigi demonstra interesse na combinação de fibras naturais, como o algodão, com materiais condutores e tecnologias de captação de energia. Contudo, reconhece que essa possibilidade exige investigação científica e trabalho de engenharia, uma vez que os materiais, isoladamente, não garantem a produção de energia.

A proposta passa, por isso, pelo estudo de sistemas de captação, conversão e armazenamento de energia, bem como pela avaliação da segurança, da durabilidade, do conforto e dos custos de produção. O desenvolvimento de protótipos e a realização de testes serão fundamentais para determinar a viabilidade das soluções que vierem a ser exploradas.

A Fibra Viva representa, assim, uma tentativa de aproximar a criatividade da investigação tecnológica, procurando perceber de que forma o vestuário poderá assumir novas funções. Mais do que antecipar resultados, o projecto procura abrir um campo de possibilidades que

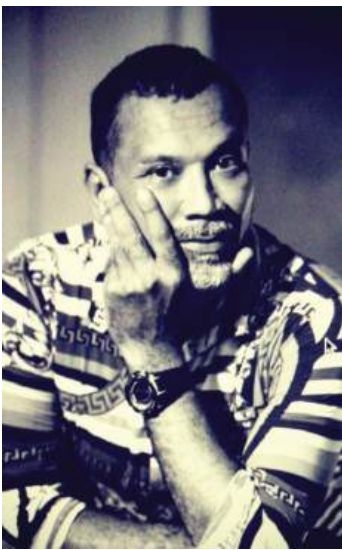
artesanal que podem dialogar com novas abordagens de design, ciência dos materiais e produção industrial.

Nesse processo, considera fundamental reconhecer o papel das comunidades e dos artesãos. Para Lougigi, os conhecimentos tradicionais não devem ser tratados apenas como recursos a explorar comercialmente, mas como património que merece respeito, reconhecimento de autoria e remuneração justa. A sua visão procura encontrar formas de aproximar a tecnologia e a indústria das tradições, sem apagar a identidade cultural nem excluir as pessoas que preservam esses saberes.

A experiência acumulada na moda, no cinema, na televisão, no teatro e na performance também influenciou a forma como compreende a criatividade. Ao longo dos anos, passou a interessar-se não apenas pelo resultado visual, mas por tudo o que torna possível a sua concretização: os materiais, os processos, a organização das equipas, os custos, a investigação e a capacidade de execução.

Essa perspectiva levou-o a reconhecer que a criatividade precisa de estrutura para produzir resultados sustentáveis. Imaginar novas possibilidades é importante, mas transformar ideias em soluções exige planeamento, recursos, experimentação e trabalho conjunto. É nessa ligação entre imaginação e execução que procura situar a próxima etapa do seu percurso.

Olhando para o futuro, Lougigi Junior pretende continuar a desenvolver as propostas associadas ao ITAT e à Fibra Viva, procurando parceiros e condições que permitam aprofundar a investigação e avaliar a viabilidade



necessitará de conhecimento especializado, experimentação e colaboração.

A importância dessa investigação, na visão de Lougigi, está também na oportunidade de envolver Moçambique no desenvolvimento de soluções a partir dos seus próprios recursos e necessidades. O país possui uma história ligada à produção de algodão e uma diversidade de conhecimentos

dos projectos. O seu objectivo é contribuir para uma visão da moda que não se limite à criação de peças, mas que reconheça as ligações entre cultura, agricultura, indústria, ciência e desenvolvimento económico.

O legado que



deseja deixar está relacionado com a possibilidade de ampliar os horizontes das próximas gerações. Gostaria que os jovens moçambicanos olhassem para o algodão não apenas como um produto agrícola, mas também como uma oportunidade para estudar materiais, desenvolver tecidos, criar soluções e explorar novas tecnologias.

Depois de mais de duas décadas dedicadas à criatividade, a sua trajetória continua a evoluir. Da influência familiar na costura à investigação sobre a transformação têxtil, Lougigi Junior



procura construir uma ponte entre a herança cultural e as possibilidades da inovação. A sua visão parte de uma convicção: Moçambique pode procurar novas formas de transformar os seus recursos em conhecimento, produtos e oportunidades, desde que a ambição seja acompanhada por investigação, colaboração e capacidade de concretização.



Feijão do Amor



*Água de
Coco Natural
Com Amor*

Nacional, Puro,
Fresco e Saudável

MILENY LACERDA:

Uma história de liderança, liberdade e transformação



Foi neste percurso que consolidou uma convicção que viria a orientar a sua carreira: as organizações alcançam melhores resultados quando reconhecem o potencial das pessoas e criam condições para o seu desenvolvimento.

Ao longo de aproximadamente 20 anos de experiência na área dos Recursos Humanos, Mileny acompanhou profissionais e organizações na procura de melhores desempenhos. O contacto directo com equipas e lideranças permitiu-lhe compreender

que os resultados empresariais não dependem apenas de processos e indicadores financeiros. O envolvimento, as competências e a realização dos colaboradores também influenciam a capacidade de uma organização crescer de forma sustentável. Esta percepção aproximou-a cada vez mais do desenvolvimento humano, uma área em que o conhecimento psicológico se transforma numa ferramenta para melhorar a vida profissional.

O empreendedorismo surgiu num momento em que a vida pessoal exigia novas

decisões. Depois de trabalhar como gestora de Recursos Humanos em empresas, o desejo de ser mãe levou-a a repensar a forma como organizava a sua actividade profissional. Sem uma rede de apoio familiar próxima, uma vez que os familiares viviam no interior de Minas Gerais, decidiu trabalhar por conta própria, conciliando durante dois anos a actividade profissional com a maternidade. Os recursos eram limitados, mas a rede de contactos e as recomendações de clientes ajudaram-na a conquistar novas oportunidades e a consolidar a sua reputação.



Aos 47 anos, Mileny de Matos Lacerda construiu uma trajectória em que a Psicologia, o empreendedorismo e a comunicação se cruzam numa visão comum: o desenvolvimento humano como ponto de partida para a transformação pessoal e profissional. Natural de Sete Lagoas, Minas Gerais, Brasil, é psicóloga, especialista em Recursos Humanos e Saúde Mental, empreendedora há 12 anos e fundadora da UPGRADE Consultoria em Recursos Humanos. Mãe de Ayla, de 11 anos, define-se como uma mulher que valoriza a autonomia, as relações humanas e, acima de tudo, a liberdade de escolher o próprio caminho.

A sua relação com o conhecimento começou ainda na infância. Filha de um pai empreendedor e de uma mãe funcionária pública federal, cresceu num ambiente em

que o trabalho ocupava um lugar importante. O gosto pelos estudos acompanhou-a desde cedo, particularmente nas áreas da Língua Portuguesa e da Língua Inglesa, enquanto a convivência com animais e a vida familiar ligada à fazenda lhe proporcionavam outras experiências. A facilidade de comunicação e o interesse pelas relações humanas também se manifestaram desde os primeiros anos, quando era frequentemente escolhida para discursar em cerimónias escolares, apresentar trabalhos académicos e mediar situações entre alunos e professores.

A Psicologia foi um sonho que começou a ganhar forma aos 16 anos. Depois da formação académica, iniciou a vida profissional na aplicação de testes psicológicos a candidatos a concursos públicos, seguindo-se experiências na Psicologia Clínica, na Psicologia Organizacional e nas políticas públicas.



Na UPGRADE, o desenvolvimento das pessoas ocupa um lugar central. Mileny acredita que o protagonismo pessoal começa com o autoconhecimento, permitindo que cada indivíduo compreenda as suas características, reconheça as próprias limitações e identifique aquilo que realmente pretende alcançar. A qualidade das relações também assume importância nesta construção,

uma vez que considera essencial estar rodeado de pessoas cujos princípios e valores contribuam para o crescimento individual.

No plano profissional, defende que assumir o protagonismo significa encontrar realização naquilo que se faz, em vez de se limitar a ocupar um posto de trabalho. É nesta perspectiva que a empresa desenvolve iniciativas de mentoria de carreira, orientadas para ajudar profissionais a identificar oportunidades compatíveis com os seus objectivos. A autonomia financeira, segundo Mileny, constitui igualmente uma dimensão importante da capacidade de tomar decisões e construir uma vida com maior independência.

A comunicação tornou-se outra área determinante da sua intervenção. Ao longo da experiência profissional, observou pessoas competentes a perderem oportunidades por não conseguirem transmitir as suas ideias com clareza e credibilidade. Percebeu também que nem sempre existia coerência entre aquilo que alguém dizia e a mensagem transmitida pela linguagem corporal. Esta constatação levou-a a aprofundar os estudos sobre comunicação verbal e não verbal, dedicando cerca de seis anos à aprendizagem e ao aperfeiçoamento de técnicas de comunicação estratégica.

Na sua abordagem à retórica, destaca a importância do contexto, da congruência e da combinação entre a mensagem verbal e os sinais não verbais. Para Mileny, comunicar eficazmente não significa apenas falar com eloquência, mas garantir que a mensagem é compreendida sem distorções e que a postura acompanha aquilo que se pretende transmitir. Os resultados que observou nas suas mentorias e palestras reforçaram a vontade de partilhar esse conhecimento com profissionais, empreendedores e líderes.



Em 2014, fundou a UPGRADE Consultoria em Recursos Humanos, dando um novo passo na construção do seu percurso empresarial. À medida que a carteira de clientes cresceu, reuniu profissionais que partilhavam a sua preocupação com a cordialidade, o rigor e a eficiência no atendimento. Um dos desafios mais significativos foi criar um espaço físico que reflectisse essa filosofia. Decidiu, por isso, adquirir um imóvel comercial e prepará-lo para proporcionar uma experiência acolhedora, na qual os clientes se sentissem confortáveis e verdadeiramente recebidos. A decisão traduzia uma preocupação que continua presente na sua abordagem: o profissionalismo não precisa de afastar a dimensão humana.



A passagem de oradora mirim a palestrante internacional representa uma das etapas mais marcantes deste percurso. Embora falar em público fizesse parte da sua vida desde a infância, Mileny reconhece que a facilidade natural de expressão não substituíu o domínio técnico da oratória. Através de estudo contínuo, treino e contacto com referências brasileiras na área, como Vitor Santos, Carol Portilho e Cíntia Chagas, aperfeiçoou as suas compe-

tências e desenvolveu uma comunicação mais consciente e estratégica. Mais tarde, teve a oportunidade de palestrar na Europa e no Dubai, nos Emirados Árabes Unidos, experiências que considera transformadoras.

Para si, a capacidade de falar bem não é um talento reservado a algumas pessoas, mas uma competência que pode ser desenvolvida. Exige preparação, domínio do tema, prática e disponibilidade para aprender. A repetição consciente permite consolidar técnicas e tornar a comunicação mais natural, aumentando a capacidade de transmitir



ideias e estabelecer ligações com diferentes públicos.

A saúde mental constitui outra dimensão incontornável da sua visão sobre o desenvolvimento humano. Mileny defende a importância do acompanhamento psicológico clínico e considera que o bem-estar emocional deve ser tratado como parte integrante da vida pessoal e profissional. Após



a pandemia, observou uma maior necessidade de apoio psicológico entre os clientes que acompanhava, levando a empresa a integrar psicólogas clínicas, de modo a responder a necessidades que ultrapassavam o âmbito tradicional dos Recursos Humanos.

Na sua perspectiva, competências como a resiliência, a capacidade de relacionamento interpessoal e a comunicação são fundamentais para profissionais e líderes que pretendam responder às exigências actuais. O desenvolvimento técnico, por si só, não é suficiente quando não é acompanhado pela capacidade de gerir emoções, construir relações saudáveis e lidar com situações complexas. Por isso, acredita numa abordagem que reconheça a pessoa para além da função que desempenha.

Olhando para o futuro, Mileny pretende continuar a expandir o impacto do seu trabalho através da Psicologia, do empreendedorismo,



da comunicação e das palestras. A sua ambição não se limita ao crescimento da UPGRADE, mas inclui a possibilidade de ajudar mais pessoas a reconhecerem o seu potencial, a conquistarem autonomia e a construírem percursos profissionais alinhados com os seus valores.

O legado que deseja deixar assenta numa mensagem de inicia-

tiva e responsabilidade pessoal: estudar, procurar ambientes que favoreçam o crescimento e estabelecer relações com pessoas que partilhem princípios sólidos. Acredita que os objectivos podem tornar-se alcançáveis quando existe preparação, persistência e clareza sobre o caminho que se pretende seguir.

Entre a Psicologia, a maternidade, os negócios e a comunicação, Mileny Lacerda encontrou diferentes formas de expressar a mesma convicção: a transformação começa quando uma pessoa compreende o seu valor e decide agir sobre as possibilidades que tem diante de si. A sua história lembra que os caminhos profissionais nem sempre seguem uma linha recta e que as mudanças pessoais podem abrir espaço para novas formas de realização.

Para Mileny, nunca é tarde para desejar, aprender e conquistar. O primeiro passo pode começar hoje, desde que exista a disposição para transformar intenção em acção.

CRISTINA MARTINS GRANT:

Queen titíne e a moda que honra as raízes africanas



Para Cristina Martins Grant, a moda é uma forma de expressão cultural, uma afirmação de identidade e uma oportunidade de transformar vidas. Conhecida como Queen Titíne, a empreendedora guineense constrói um percurso que cruza as suas raízes africanas, as experiências internacionais e a vontade de valorizar a mulher através da elegância, da confiança e do orgulho cultural.

Mulher, mãe, empreendedora e mulher de fé, Cristina acredita que o verdadeiro sucesso não se mede apenas pelo reconhecimento alcançado, mas também pelo impacto que se deixa na vida dos outros. A sua visão nasceu, em parte, das memórias da infância na Guiné-Bissau, onde a elegância das mulheres que se preparavam para ir à igreja aos domingos ficou gravada na sua percepção da moda. Da mãe, recorda os valores da força, da fé e da resiliência, princípios que continuam a orientar as suas escolhas. Mais tarde, a experiência de viver em Espanha ampliou os seus horizontes e contribuiu para uma visão mais internacional do mundo.

Foi dessa ligação entre memória, identidade e ambição que nasceu a QUEEN TITÍNE, fundada em Ibiza, em 2022. A marca representa uma homenagem às raízes guineenses de Cristina e à memória da sua mãe,

transformando valores como coragem, amor e perseverança numa proposta de moda com aspirações internacionais. A sua identidade criativa procura conciliar tradição e modernidade, com particular inspiração nos tecidos africanos, entre os quais o pano di pinte, símbolo da riqueza cultural da Guiné-Bissau.

A aposta de Cristina vai além da criação de peças de vestuário. Para si, empoderar uma mulher através da moda significa ajudá-la a reconhecer o seu valor, a fortalecer a autoestima e a expressar a própria identidade sem receio. É também neste sentido que se enquadra o Miss Queen Titíne Diáspora, uma iniciativa que procura associar a valorização feminina à celebração da cultura e das diferentes origens das mulheres.

Transformar uma paixão num negócio sustentável, contudo, exige mais do que criatividade. Num mercado competitivo, Cristina reconhece que a construção de uma marca requer investimento, estratégia, disciplina e perseverança. A experiência ensinou-lhe que o talento precisa de ser acompanhado por uma visão empresarial consistente e por trabalho contínuo. A fé, por sua vez, permanece uma fonte de força perante os desafios.

A presença em palcos internacionais, incluindo o Dubai e Milão, permitiu-lhe apresentar a sua visão criativa a novos

públicos e reforçar a convicção de que uma marca nascida de raízes guineenses pode conquistar espaço além-fronteiras. Ainda assim, considera que a moda africana precisa de mais investimento, estruturas de distribuição e oportunidades comerciais capazes de transformar a visibilidade em reconhecimento duradouro. Para os criadores do continente e da diáspora, defende igualmente a importância de proteger o património cultural, combater estereótipos e facilitar o acesso ao financiamento, à mentoria e aos mercados internacionais.

É na dimensão humana deste percurso que Cristina identifica uma das suas maiores responsabilidades. Ligada às suas origens, pretende contribuir para que meninas órfãs e em situação de vulnerabilidade na Guiné-Bissau tenham melhores oportunidades de acesso à educação, desenvolvam a autoestima e conquistem autonomia. Trata-se de um compromisso que deseja transformar em ações concretas, convencida de que a educação pode abrir caminhos para futuros diferentes.





Os seus objectivos passam por consolidar internacionalmente a QUEEN TITÍNE, promover a cultura guineense e ampliar as iniciativas de valorização feminina e educação. Mais do que acumular prémios ou reconhecimento, quer inspirar mulheres a acreditarem nas suas capacidades e ajudar meninas a imaginarem um futuro com mais possibilidades.

A sua filosofia resume-se numa mensagem que acompanha a identidade da marca: “Wear your roots. Be kind. Be a Queen.” Vestir as



próprias raízes, cultivar a bondade e reconhecer a rainha que existe em cada mulher são ideias que traduzem uma visão de moda profundamente ligada à identidade e ao propósito.

Na trajetória de Cristina Martins Grant, a QUEEN TITÍNE afirma-se, assim, como uma marca que procura levar a cultura guineense para novos horizontes sem perder



a ligação às suas origens. Porque, para a empreendedora, a verdadeira dimensão de uma conquista revela-se também nas portas que consegue abrir para outras pessoas.

TADEU TARUPE:

Para além dos títulos

Aos 27 anos, Tadeu Jayson Tarupe constrói um percurso marcado pela diversidade de iniciativas e pela vontade de influenciar positivamente a sociedade. Natural de Nampula, é modelo, activista social, político e criador de conteúdos digitais, mas a sua intervenção estende-se ao desporto, ao empreendedorismo e à formação técnico-profissional. Por detrás desta multiplicidade de funções, existe uma preocupação que atravessa o seu discurso: criar oportunidades e aproximar os jovens dos espaços onde se tomam decisões que afectam o seu futuro.

A sua ligação ao basquetebol começou há mais de 16 anos, tendo passado por várias equipas da província de Nampula. Actualmente, é proprietário da DREAM TEAM, uma equipa de basquetebol sediada na mesma província. Lidera igualmente a MODERN FASHION ASSOCIATION, uma organização ligada à moda, é sócio regional da Moz Tracking, empresa de gestão de frotas, e fundador e director executivo do centro de formação técnico-profissional Portal do Futuro. A estes projectos junta-se a representação de marcas, numa trajectória em que a imagem pública se cruza com diferentes iniciativas empresariais e sociais.

Para Tadeu, a capacidade de transitar entre áreas distintas exige mais do que versatilidade. A postura pessoal, a coerência e os princípios são elementos que considera fundamentais para estabelecer ligações com pessoas e instituições.



Descreve-se como um gentleman, destacando a capacidade de comunicação e persuasão como instrumentos que lhe permitem mobilizar pessoas em torno de causas e projectos. Na sua perspectiva, a influência ganha significado quando é acompanhada por responsabilidade e pelo exemplo que se transmite à sociedade.

Foi também através da moda que encontrou uma oportunidade para questionar percepções enraizadas na região Norte do país. Segundo recorda, durante muito tempo, esta actividade era encarada por parte da sociedade como um tabu. A sua entrada no sector procurou contribuir para mudar essa visão e demonstrar que a moda pode ser reconhecida como uma expressão artística e uma actividade profissional. A evolução que observa em Nampula reforça a sua convicção de que a inclusão de novas áreas criativas depende, em parte, da coragem de desafiar mentalidades.

O interesse pela política surgiu, por outro lado, da vontade de compreender melhor os desafios da governação e as dificuldades enfrentadas por um país na resposta às necessidades da população. Tadeu defende que os cidadãos devem conhecer a política e acompanhar as decisões públicas, por considerar que essa compreensão permite uma participação mais consciente na construção da sociedade.

espaços poderá facilitar a compreensão dos desafios enfrentados por esta faixa etária e aproximar os dirigentes das realidades quotidianas da população.

A sua intervenção pública, contudo, nem sempre foi recebida de forma consensual. Tadeu reconhece que algumas das suas posições políticas provocaram críticas e



Afirma que os seus princípios são inegociáveis e que a liberdade de expressar o que considera certo ou errado é essencial para contribuir para o desenvolvimento nacional.

É na juventude que identifica uma das maiores preocupações do seu activismo. Observa com inquietação a perda de esperança de muitos jovens perante as dificuldades económicas e as expectativas em relação à governação. Defende a criação de mais oportunidades de emprego, o financiamento de projectos juvenis e o desenvolvimento de condições que permitam aos jovens alcançar independência financeira. Para si, o país precisa de continuar a procurar soluções concretas para os problemas da população, com atenção às dificuldades que se acumulam ao longo do tempo.

A representação política dos jovens é outra das questões que coloca no centro do debate. Tadeu considera necessário ampliar a presença de pessoas entre os 25 e os 35 anos em posições de decisão, desde a administração distrital e a governação provincial até à Assembleia da República e aos ministérios. Na sua perspectiva, uma maior presença juvenil nesses

levaram certos seguidores a questionar a sua postura. Perante essas reacções, defende que o activismo e a análise política devem ser conduzidos com responsabilidade, sem recurso à desinformação ou a julgamentos precipitados. Embora reconheça o descontentamento de parte da população, manifesta con-



fiança na possibilidade de mudança e considera que o Governo actual deve ser avaliado também pelas acções que vier a concretizar.

Esta posição revela uma abordagem que procura distinguir a crítica da oposição automática e a confiança da ausência de questionamento. Para Tadeu, é importante observar os acontecimentos sob diferentes perspectivas antes de formular conclusões. Acredita que o debate público beneficia de maior rigor e que a credibilidade de quem

intervém na política depende da capacidade de sustentar posições sem perder de vista os interesses da sociedade.

Na era digital, reconhece igualmente o peso da imagem

das responsabilidades profissionais, Tadeu é pai de dois filhos e procura conciliar a vida familiar com os diferentes compromissos que assumiu. A paternidade representa uma dimensão importante da sua identidade, lembrando-lhe que a responsabilidade começa no círculo mais próximo antes de se estender à comunidade. À medida que reconhece o interesse do público pelo seu trabalho, sente também a necessidade de desenvolver novos empreendimentos e consolidar iniciativas que possam dar continuidade à sua intervenção.

Olhando para o futuro, Tadeu Tarupe deseja ser reconhecido como alguém que contribuiu para fortalecer a moda na região Norte, ampliar a participação dos jovens e estimular uma reflexão mais consciente sobre o desenvolvimento de Moçambique. O seu percurso reúne diferentes frentes de actuação, mas a ambição que apresenta é clara: transformar a influência em oportunidades e a participação pública numa forma de contribuir para o país.

Entre a moda, o desporto, os negócios e a política, Tadeu continua a construir a sua identidade num espaço onde a juventude procura maior representação e respostas para os seus desafios. O alcance do seu legado dependerá não apenas das causas que defende ou das posições que assume, mas também da capacidade de converter ideias em projectos sustentáveis e compromissos em resultados concretos.

e da comunicação na mobilização de pessoas. As redes sociais podem ampliar causas, aproximar públicos e reforçar a visibilidade de iniciativas, mas considera que a reputação depende sobretudo das acções praticadas fora do ambiente virtual. Na sua visão, a influência perde consistência quando não encontra correspondência no comportamento quotidiano. Por isso, procura mostrar nas plataformas digitais aspectos da sua realidade, evitando que a imagem pública se distancie excessivamente da pessoa que é.

Longe dos títulos e



ELSA ALBERTO NDAJOCUA:

Transformar conhecimento em resultados

Aos 32 anos, Elsa da Conceição Tonis Alberto, conhecida como Elsa Alberto Nda-jocua, constrói o seu percurso entre a Economia, a Gestão Empresarial, a Avaliação da Educação e o empreendedorismo. Natural da Beira, Moçambique, é uma mulher que acredita no poder do conhecimento quando este ultrapassa a teoria e se traduz em mudanças concretas na vida das pessoas. Filha, mãe, esposa e empreendedora, encontrou na formação profissional uma oportunidade para responder a uma realidade que a inquieta: a existência de pessoas talentosas que trabalham arduamente, mas nem sempre conseguem transformar o seu esforço em estabilidade financeira.

embora fundamentais, nem sempre são suficientes para garantir a sustentabilidade de uma actividade. É necessário conhecer os custos, estabelecer preços adequados, controlar as receitas e tomar decisões fundamentadas. Hoje, são estes princípios que orientam a sua actuação e a forma como acompanha outros empreendedores.

Foi da realidade que observava na Beira que nasceu a IMPACTA ACADEMY, também designada Centro de Formação Profissional Impacta. A iniciativa surgiu ao identificar mulheres e jovens com competências práticas, capazes de produzir bolos, criar penteados e desenvolver diferentes actividades comerciais, mas que enfrentavam dificuldades para manter os seus negócios financeiramente saudáveis. Em muitos casos, o dinheiro pessoal confundia-se com



A escolha pela Economia e Gestão nasceu da observação de negócios que encerravam não necessariamente por falta de clientes, mas por dificuldades de organização e administração. Ao longo do seu percurso, Elsa compreendeu que o trabalho e a dedicação,

o das vendas, os preços não reflectiam todos os custos e a ausência de registos dificultava a compreensão dos resultados.

Perante este cenário, Elsa decidiu apostar numa formação que não se limitasse a ensinar uma profissão, mas que

preparasse as pessoas para gerir e desenvolver os seus próprios negócios. A missão da Impacta Academy é ajudar empreendedores a passar de uma actividade sustentada apenas pelo esforço individual para uma estrutura organizada, com processos, controlo financeiro e capacidade de crescimento. Na sua visão, Moçambique não enfrenta apenas o desafio de desenvolver talentos; precisa também de criar condições para que esses talentos se transformem em negócios sustentáveis.

Entre os erros que mais identifica na gestão de pequenos negócios está a



mistura das finanças pessoais com as empresariais. A estes juntam-se a definição inadequada de preços, a falta de registos financeiros e a ausência de reservas para enfrentar períodos difíceis. Elsa defende que a organização começa com medidas simples, como separar o dinheiro do negócio, estabelecer uma remuneração para a própria empreendedora e criar uma reserva destinada à segurança e ao crescimento da actividade.

Para a empresária, vender muito não significa necessariamente lucrar. Um negócio pode registar movimento constante e, ainda assim, não gerar rendimentos suficientes para sustentar quem o dirige.

A diferença está na capacidade de medir os resultados, compreender os custos e tomar decisões com base em números. É neste ponto que procura levar os seus formandos a compreenderem que a gestão não deve ser uma tarefa ocasional, mas uma prática diária.

A distinção entre empreender e construir uma empresa ocupa igualmente um lugar central na sua abordagem. Elsa considera que um negócio dependente exclusivamente da presença da proprietária encontra limites ao seu crescimento. Para ultrapassar essa dependência, é necessário desenvolver uma mentalidade empresarial, organizar as finanças, estabelecer processos e preparar pessoas capazes de assumir responsabilidades. A empreendedora pode começar por executar todas as tarefas, mas precisa de aprender a construir uma estrutura que funcione para além do seu esforço individual.

A sua formação em Economia e Gestão, complementada pela área de Avaliação da Educação, permite-lhe abordar a capacitação profissional a partir de duas perspectivas. Se a Economia ajuda a compreender como gerar e gerir valor, a avaliação permite verificar se o conhecimento transmitido está efectivamente a produzir aprendizagem. Para Elsa, não basta concluir uma formação ou entregar um certificado. É importante perceber se o formando adquiriu competências, se consegue aplicá-las e se essa aprendizagem contribui para melhorar a sua realidade profissional ou empresarial.

Este entendimento reflecte-se na forma como perspectiva o futuro da educação profissional. Defende que a literacia financeira e o empreendedorismo devem ocupar um lugar mais prático na formação dos jovens, incluindo desde o ensino secundário. Considera igualmente necessário aproximar as instituições de ensino do mercado de trabalho, criando oportunidades para que os estudantes desenvolvam competências através de experiências reais. Na sua perspectiva, a formação técnica e profissional deve receber o mesmo reconhecimento que outras vias académicas, sobretudo num contexto em que a empregabilidade exige capacidade de execução, adaptação e resolução de problemas.

A construção do seu próprio negócio também trouxe aprendizagens importantes. Elsa reconhece que um dos seus maiores desafios foi aprender a estabelecer limites, dizer não e atribuir o devido valor ao seu conhecimento. A vontade de ajudar outras pessoas levava-a, por vezes, a assumir mais responsabilidades do que aquelas que conseguia sustentar. Com o tempo, perce-

beu que a disponibilidade para servir precisa de ser acompanhada por uma gestão equilibrada dos recursos e da própria energia.

Liderar pessoas constituiu outra etapa de aprendizagem. Compreender que não poderia executar todas as tarefas sozinha obrigou-a a reconhecer a importância da organização, da delegação e da disciplina. Hoje, considera que a consistência dos resultados depende menos da motivação momentânea e mais da capacidade de manter processos e cumprir compromissos, mesmo nos períodos de maior exigência.

Olhando para o futuro, Elsa pretende transformar a Impacta Academy numa referência nacional em formação prática para a empregabilidade e o empreendedorismo, com presença física na Beira e alcance digital em todo o país. Entre os seus objectivos está também a criação de um fundo de apoio e mentoria para ajudar as melhores alunas a estabelecerem os seus primeiros espaços de negócio. A iniciativa representa uma extensão da missão que orienta o seu trabalho: fazer com que a formação se traduza em autonomia financeira e oportunidades concretas.

O legado que deseja construir não se resume



Na trajetória de Elsa Alberto Ndajocua, a formação profissional assume, assim, um papel que ultrapassa a transmissão de conhecimentos. É uma ferramenta para reorganizar negócios, fortalecer a autonomia e transformar

capacidades em resultados. A sua convicção permanece clara: o conhecimento alcança o seu verdadeiro valor quando melhora a vida de quem o adquire e cria condições para que outras pessoas também possam prosperar.

à dimensão de uma instituição ou ao número de pessoas formadas. Elsa quer que os seus alunos consigam sustentar as suas famílias, criar emprego e desenvolver negócios capazes de resistir aos

desafios do mercado. A sua ambição é contribuir para uma geração que não dependa exclusivamente de oportunidades oferecidas por terceiros, mas que esteja preparada para criar as suas próprias possibilidades.

