MAGAZINE

EDIÇÃO 155

PM SERVICES

NOVEMBRO 2026

INSPIRAÇÃO — LIDERANÇA — IMPACTO



ANTONIETA BANDEIRA

LE CHIC — DE ANGOLA PARA O MUNDO

PÁGINA 12

CRISTINA DIONÍSIO

PARA ALÉM DO YOGA, A ARTE DE REENCONTRAR QUEM SOMOS

Nascida em Lourenço Marques, em Abril de 1975, Cristina Dionísio construiu um percurso marcado pela curiosidade, pela capacidade de reinvenção e pela procura constante de compreender melhor o ser humano. Mulher de desafios, viagens e natureza, acredita que a vida não precisa de seguir um caminho linear para ter significado. Pelo contrário, são muitas vezes as mudanças inesperadas, as experiências difíceis e as perguntas que nos inquietam que abrem espaço a novas possibilidades.





Licenciada em Matemáticas Aplicadas à Economia e Gestão pelo ISEG, desenvolveu uma carreira com mais de duas décadas no mundo corporativo, passando pelas áreas da Banca, dos Seguros, do Marketing Digital e dos Media. Este percurso proporcionou-lhe uma compreensão profunda das organizações, das relações profissionais e dos desafios associados à liderança e à gestão de pessoas. Paralelamente, o seu espírito empreendedor levou-a a criar projectos e a explorar diferentes áreas de actividade.

No entanto, houve experiências pessoais que alteraram profundamente a sua forma de olhar para a vida. Aos 26 anos, perdeu a mãe por suicídio. Na altura, procurou enfrentar essa dor sozinha, acreditando que ser forte significava conseguir ultrapassar tudo sem ajuda. Mais tarde, compreendeu que o sofrimento nem sempre pode ser resolvido através da força individual e que reconhecer as próprias fragilidades também exige coragem. Essa experiência tornou-se um ponto de partida para questionar crenças, compreender comportamentos e procurar novos significados para a existência.

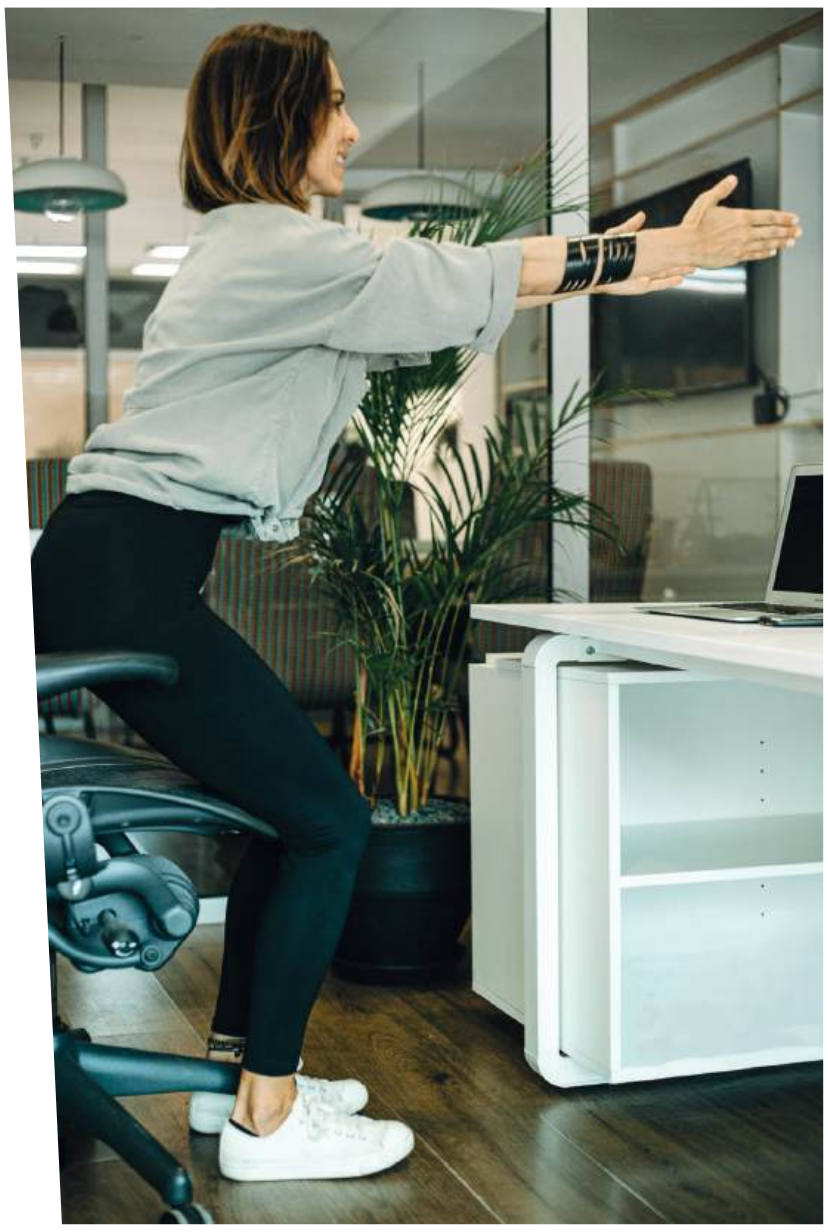
Aos 32 anos, numa fase marcada pela tristeza e pela sensação de falta de propósito, iniciou um processo de psicoterapia. Foi também nesse período que se recordou das histórias da mãe sobre a felicidade que encontrava na prática de Yoga. A palavra «feliz» permaneceu consigo e despertou-lhe a vontade de descobrir se aquela prática poderia ajudá-la a recuperar a alegria. Começou a praticar e, durante vários anos, conciliou o Yoga com a actividade profissional e os projectos empresariais, sem imaginar que um dia se tornaria a sua profissão.

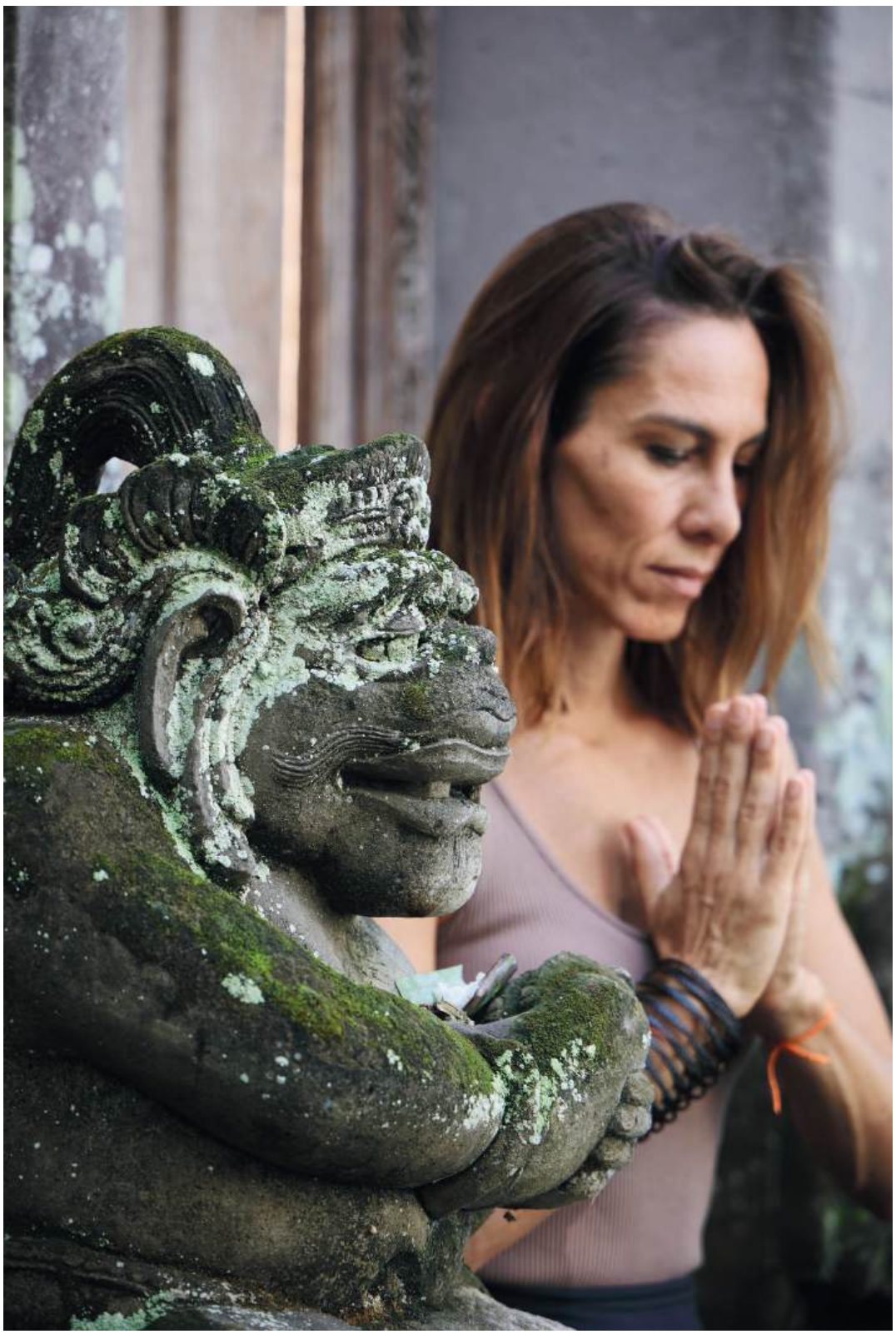
A mudança decisiva aconteceu em 2020. Encontrava-se em Moçambique, país onde nasceu, a desenvolver um projecto de consultoria, depois de regressar da Índia, onde tinha realizado a sua primeira formação de professores de Yoga. Com a pandemia e a consequente interrupção do trabalho, decidiu permanecer no país. A pedido de várias pessoas que procuravam uma actividade física e um espaço de equilíbrio numa fase particularmente difícil, começou a dar aulas.



O que inicialmente parecia uma solução temporária transformou-se numa nova etapa profissional. Cristina passou a trabalhar com empresas, organizou retiros fora da cidade e desenvolveu um estúdio de Yoga, construindo progressivamente uma actividade que ultrapassou os limites da prática física. À medida que aprofundava a sua formação, percebeu que o que mais a interessava era compreender a relação entre corpo, mente, respiração e emoções, bem como a influência dessa ligação na forma como as pessoas vivem e se relacionam.

Foi nesse processo que aprofundou o interesse pelo movimento somático, pela respiração consciente e pela meditação. Para Cristina, estas práticas permitem desenvolver uma capacidade essencial: observar o que acontece dentro de nós antes de reagirmos automaticamente. O movimento consciente ajuda a reconhecer tensões e sensações





corporais; a respiração pode contribuir para regular a resposta ao stress; e a meditação desenvolve a atenção e a capacidade de observar pensamentos e emoções sem agir imediatamente em função deles.

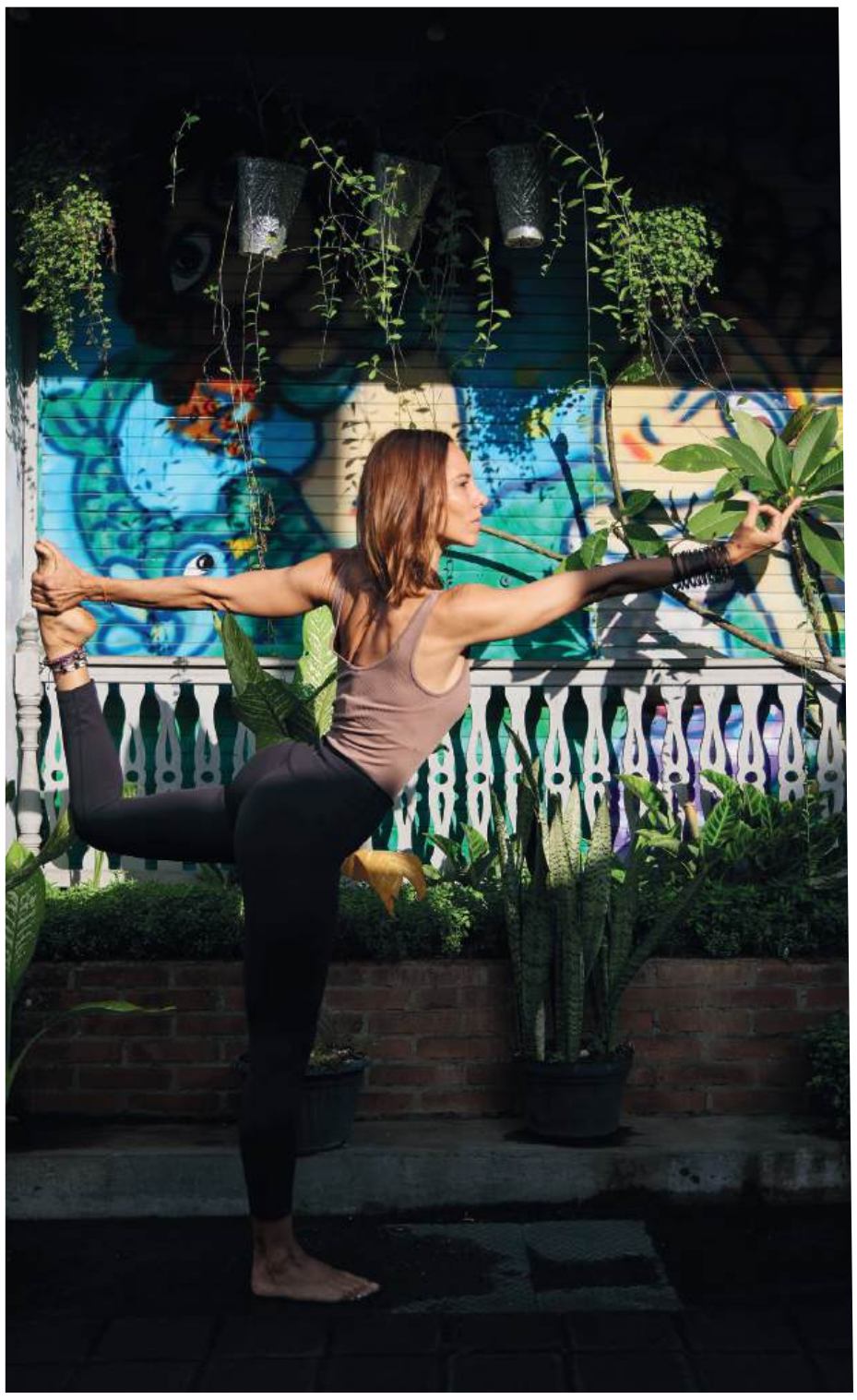
A sua visão do Yoga distancia-se, por isso, da ideia de que se trata apenas de um conjunto de posturas físicas. Inspirada nos Yoga Sutras de Patanjali, entende-o como uma filosofia de vida que integra princípios éticos, disciplina pessoal, respiração, concentração, meditação e outras dimensões do desenvolvimento humano. A verdadeira riqueza da prática, defende, revela-se sobretudo fora do tapete, nas decisões quotidianas, na forma como enfrentamos as dificuldades e na maneira como nos relacionamos connosco e com os outros.

Esta perspectiva está na base do seu método RECONNECT, desenvolvido para apoiar processos de autoconhecimento e transformação. O método assenta em duas etapas fundamentais: a consciencialização e o descondicionamento. A primeira procura ajudar cada pessoa a reconhecer os padrões, crenças e comportamentos que condicionam as suas escolhas. A segunda convida a questionar as histórias construídas ao longo da vida, atribuir novos significados às experiências e desenvolver formas diferentes de agir.

Cristina considera que a transformação não consiste em tornarmo-nos pessoas completamente diferentes, mas em deixarmos de viver condicionados por mecanismos que, em determinadas fases, foram formas de protecção e que entretanto podem ter deixado de servir. Muitas pessoas continuam a responder às exigências externas, a repetir comportamentos e a corresponder às expectativas dos outros sem questionarem se aquela forma de viver ainda representa quem são. A mudança começa quando surge disponibilidade para olhar para essas dinâmicas com honestidade.

No acompanhamento individual, o processo começa pela escuta. Cristina procura compreender a realidade de cada pessoa, as suas dificuldades, aquilo que pretende mudar e os factores que podem estar por detrás do desconforto apresentado. Através da conversa, da escrita e da atenção às palavras utilizadas, procura identificar padrões e explorar a influência de experiências anteriores e condicionamentos familiares, sociais e culturais. Recorre à consciência corporal, ao movimento somático, à respiração e à meditação, adaptando as ferramentas às necessidades e ao ritmo de cada indivíduo.

Faz, contudo, uma distinção importante: o seu trabalho não substitui a psicoterapia nem pretende assumir funções clínicas. Trata-se de um processo de autoconhecimento e desenvolvimento pessoal, orientado para ajudar as pessoas a reconhecerem padrões, compreenderem melhor as suas reacções e desenvolverem ferramentas que possam utilizar autonomamente. O objectivo não é criar dependência, mas promover maior consciência, autonomia e liberdade de escolha.



A experiência de mais de 20 anos no mundo corporativo também influencia profundamente a forma como aborda a transformação humana. Ao liderar equipas, Cristina percebeu que os desafios profissionais raramente se resumem a prazos, objectivos e resultados. Por detrás de cada colaborador existem histórias, inseguranças, expectativas e experiências que influenciam a maneira como cada pessoa comunica, reage à pressão e estabelece relações. «Não deixamos a nossa história à porta do escritório», é uma das ideias que resume esta compreensão.

É por isso que tem vindo a dedicar uma atenção crescente ao bem-estar corporativo, procurando levar às organizações ferramentas práticas para desenvolver resiliência, gerir a energia, reconhecer limites e melhorar as relações interpessoais. Através da RECONNECT, projecto que desenvolve em conjunto com a irmã Carla, pretende integrar o bem-estar físico, mental, emocional e social na realidade das empresas, com experiências e programas que vão além de actividades pontuais.

Os retiros constituem outra dimensão importante do seu trabalho. Depois de aproximadamente 30 experiências e 500 participantes, Cristina continua a reconhecer o valor dos espaços onde as pessoas podem interromper a rotina, partilhar experiências e estabelecer ligações mais genuínas. Considera que, muitas vezes, acreditamos ser os únicos a enfrentar determinadas dificuldades, até encontrarmos alguém que consegue falar abertamente sobre experiências semelhantes. Nesses momentos, a vulnerabilidade deixa de ser interpretada como fraqueza e pode tornar-se uma oportunidade de conexão e compreensão.

O desafio, porém, não termina quando o retiro acaba. Para Cristina, as experiências só ganham verdadeiro significado quando aquilo que foi descoberto começa a integrar-se na vida quotidiana. Uma conversa difícil que finalmente acontece, um limite que passa a ser respeitado, uma relação que se transforma ou um hábito que começa a ser construído podem representar mudanças importantes. Não é necessário alterar tudo de uma só vez: a continuidade e a capacidade de integrar pequenas decisões são fundamentais.



Entre os principais obstáculos ao autocuidado, identifica a ideia de que reservar tempo para si próprio é egoísmo, luxo ou desperdício. Existe também a expectativa de resultados imediatos e a tendência para transformar a mudança numa nova exigência. A sua proposta passa por começar de forma simples e realista: cinco minutos de respiração consciente, uma pausa para reconhecer o próprio estado emocional ou alguns movimentos para aliviar tensões. O essencial é desenvolver continuidade sem transformar o autocuidado numa fonte adicional de culpa.

O futuro do seu trabalho passa pelo aprofundamento dos retiros de autoconhecimento, pela expansão dos programas corporativos através da RECONNECT e pelo lançamento de uma formação própria de professores de Yoga, prevista para o próximo ano, com uma componente presencial em Moçambique e outra em formato online. Mais do que formar profissionais capazes de ensinar posturas, pretende transmitir a filosofia, os valores e as ferramentas que considera fundamentais para compreender o Yoga como uma prática integrada de vida.

A sua trajectória demonstra que a reinvenção não exige apagar o passado, mas encontrar novas formas de o integrar. A experiência corporativa, o empreendedorismo, a perda pessoal e a descoberta do Yoga fazem parte de uma mesma história, na qual cada etapa contribuiu para a construção da mulher e da profissional que é hoje.

A quem sente necessidade de mudar, mas ainda não sabe por onde começar, Cristina deixa um convite à escuta interior: identificar aquilo que retira energia, reconhecer o que já não faz sentido e ter coragem para questionar os hábitos e as escolhas que se tornaram automáticos. Não é necessário ter todas as respostas nem esperar por uma crise para iniciar uma mudança.



«Somos seres humanos, não fazeres humanos», afirma, numa expressão que sintetiza a sua visão sobre a vida contemporânea. Num mundo que parece exigir cada vez mais produtividade, Cristina Dionísio propõe uma pausa para recuperar aquilo que tantas vezes fica esquecido: a capacidade de sentir, reconhecer limites, estabelecer relações mais conscientes e viver de acordo com o que realmente importa.

Porque, para Cristina Dionísio, a transformação começa quando deixamos de viver apenas em função das circunstâncias e das expectativas externas e descobrimos que podemos escolher, conscientemente, uma nova forma de estar na vida.

SOLUÇÕES EM COMUNICAÇÃO E DESIGN

GENERUS LDA

Criatividade, Estratégia e Palavra
para comunicar **o que importa.**

DESIGN WEB

Sites modernos, responsivos e estratégicos
que destacam a qua impora 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 LINGUÍSTICA EDITORIAL
Textos mais claros, corretos e profissionais.

COPYWRITER PUBLICITÁRIO
Palavras que persuadem, conectam e vendem.

REVISÃO LINGUÍSTICA LITERÁRIA
Para Livros, Documentos Institucionais e muito mais.

REVISÃO LINGUÍSTICA 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.

ANTONIETA BANDEIRA

LE CHIC — DE ANGOLA PARA O MUNDO



A moda tem a capacidade de ultrapassar fronteiras, aproximar culturas e transformar a identidade de um povo numa linguagem reconhecida em diferentes partes do mundo. É nesta perspectiva que Antonieta Bandeira, fundadora da marca Le ChiC by Antonieta, tem vindo a construir um percurso que coloca a criatividade angolana em diálogo com o panorama internacional da moda. Com 14 anos de experiência na indústria, a estilista transforma tradição, património cultural e identidade nacional em peças que procuram afirmar a singularidade de Angola para além das suas fronteiras.

A presença da Le ChiC em palcos internacionais representa mais do que a participação em feiras e eventos de moda. É a continuidade de um projecto que procura demonstrar que a criatividade angolana tem identidade, qualidade e capacidade para conquistar novos públicos. Cada exposição constitui uma oportunidade para apresentar o trabalho desenvolvido, estabelecer contactos, conhecer diferentes mercados e mostrar que a moda pode ser também um instrumento de valorização cultural e de afirmação internacional.

Para Antonieta Bandeira, a essência da marca permanece profundamente ligada às suas raízes. A identidade angolana não surge como um elemento decorativo ou uma referência ocasional, mas como parte integrante da inspiração que orienta a criação. As cores, os símbolos, as paisagens e a riqueza cultural de Angola constituem fontes de expressão que permitem transformar referências nacionais em propostas contemporâneas, capazes de dialogar com diferentes sensibilidades estéticas.

A sua formação em Itália contribuiu para desenvolver uma visão mais abrangente da indústria, aproximando-a de outras técnicas, métodos de trabalho e perspectivas criativas. Essa experiência internacional permitiu-lhe conjugar rigor técnico e abertura à inovação, sem perder a autenticidade que distingue a sua marca. O resultado é uma abordagem que procura conciliar a sofisticação da moda contemporânea com a profundidade das referências culturais angolanas.

Entre as inspirações que marcam o universo criativo da estilista encontram-se a Welwitschia mirabilis, planta emblemática dos territórios áridos do sudoeste africano, e as Pedras de Pungo Andongo, uma das paisagens mais reconhecidas de Angola. São referências que evocam resistência, singularidade, memória e pertença, oferecendo à criação uma dimensão que ultrapassa a estética e estabelece uma ligação com o património natural e cultural do país.

Ao incorporar estas referências no seu trabalho, Antonieta procura mostrar que a cultura angolana pode ser interpretada de diferentes formas, mantendo a sua essência enquanto encontra novas expressões. A moda torna-se, assim, um espaço de encontro entre tradição e modernidade, onde a identidade nacional não limita a criatividade, mas oferece uma base para explorar novas possibilidades.



Esta visão tem acompanhado a evolução internacional da Le ChiC. Em Abril, a marca esteve presente na Expo Life Europa, dando continuidade ao seu processo de exposição a novos públicos. Em Maio, participou na CPLP Fashion Week, um contexto de aproximação entre criadores e mercados ligados ao espaço lusófono. Em Julho, marcou igualmente presença numa feira em Lisboa, reforçando a sua ligação ao mercado europeu e a oportunidade de apresentar a criação angolana num ambiente internacional.

Em Outubro, a participação na Angola Fashion Week acrescentou outra dimensão ao percurso da marca, permitindo-lhe integrar um dos palcos de referência da moda angolana. No mesmo mês, a Le ChiC levou as suas criações a uma grande feira internacional em Macau, na China, onde apresentou a marca a um público diversificado e proveniente de diferentes contextos culturais.

A presença em Macau assume um significado particular nesta trajectória. Chegar a um mercado asiático representa uma oportunidade para ampliar horizontes, compreender outras dinâmicas de consumo e demonstrar que a criatividade angolana pode despertar interesse muito para além do continente africano. Cada peça exposta transporta consigo o trabalho de concepção, a atenção aos detalhes e a dedicação necessários para transformar uma ideia numa criação concreta.

«É uma honra levar a nossa moda angolana a uma feira internacional e ver a marca ser tão bem recebida além-fronteiras», é a mensagem que traduz o orgulho da equipa perante esta experiência.

Para a Le ChiC, o reconhecimento internacional não se resume à visibilidade alcançada durante um evento. Representa também a possibilidade de construir relações, identificar oportunidades comerciais e estabelecer as bases para uma presença mais consistente em diferentes mercados. A internacionalização exige continuidade, capacidade de adaptação e uma identidade suficientemente







sólida para se distinguir num sector altamente competitivo.

É neste contexto que surge o convite para uma participação numa feira em Guangzhou, outra cidade chinesa com relevância económica e comercial. A possibilidade de apresentar a marca neste novo contexto constitui mais um passo na procura de oportunidades internacionais, reforçando a ambição de levar a moda angolana a diferentes geografias sem diluir os elementos que lhe conferem autenticidade.

A sequência destas participações revela uma estratégia de expansão que vai sendo construída através da presença, da aprendizagem e da criação de novas relações. Da Europa à Ásia, a Le ChiC procura afirmar-se como uma ponte entre Angola e o mundo, mostrando que uma marca de origem africana pode encontrar espaço em diferentes contextos culturais quando apresenta uma proposta criativa consistente e uma identidade reconhecível.

Contudo, por detrás de cada presença internacional existe um trabalho que nem sempre é visível. A criação de uma colecção envolve pesquisa, experimentação, selecção de materiais, desenvolvimento de peças, aperfeiçoamento técnico e inúmeras horas de dedicação. A participação em feiras exige igualmente preparação, investimento e capacidade para representar a marca num ambiente em que diferentes criadores disputam a atenção de compradores, profissionais e visitantes.



Para Antonieta Bandeira, o desafio consiste em manter a qualidade e a coerência da proposta enquanto a marca alcança novos públicos. Crescer internacionalmente implica compreender que cada mercado possui características próprias, mas também reconhecer que a identidade constitui um dos principais elementos de diferenciação. A ambição de chegar mais longe deve caminhar lado a lado com a responsabilidade de preservar aquilo que torna a marca singular.

A sua trajectória também evidencia o potencial da moda como instrumento de promoção cultural. Uma peça pode despertar interesse pela sua forma, pelo corte ou pela combinação de materiais, mas pode igualmente abrir uma conversa sobre o território, as tradições e as referências que inspiraram a sua criação. Nesse sentido, cada apresentação internacional torna-se uma oportunidade para aproximar Angola de outras culturas e contribuir para uma representação mais ampla da criatividade africana.

Além da dimensão estética e comercial, Antonieta mantém um compromisso social que integra a sua visão de trabalho. Acredita que a actividade criativa pode gerar valor para além do produto, contribuindo para a valorização de talentos, a criação de oportunidades e o reconhecimento da cultura nacional. Esta dimensão reforça a ideia de que uma marca pode crescer sem perder a ligação às pessoas e à comunidade de onde nasce.

Num sector em que as tendências mudam rapidamente e a concorrência ultrapassa fronteiras, a consistência torna-se fundamental. Construir uma marca internacional não depende apenas de uma participação bem-sucedida, mas da capacidade de transformar cada experiência em conhecimento, cada contacto em possibilidade e cada oportunidade numa etapa de crescimento. Para a Le ChiC, o caminho passa por consolidar a sua identidade, fortalecer a presença internacional e continuar a apresentar Angola através de uma linguagem criativa própria.

A história de Antonieta Bandeira demonstra que levar uma marca ao mundo também significa assumir a responsabilidade de representar aquilo que lhe dá origem. A internacionalização ganha maior significado quando não se limita à expansão comercial, mas contribui para tornar visível a cultura, a criatividade e o talento de um país. É nesse equilíbrio entre identidade e ambição que a Le ChiC procura construir o seu lugar.

De Angola para diferentes palcos do mundo, Antonieta Bandeira continua a transformar referências culturais em expressão artística e visão empresarial. O seu percurso recorda que a moda angolana não precisa de abandonar as suas raízes para conquistar novos horizontes. Pelo contrário, é precisamente na força da sua identidade que pode encontrar uma das maiores oportunidades para se afirmar internacionalmente.

Mais do que apresentar roupas, a Le ChiC by Antonieta leva histórias, referências e uma visão de Angola que merece ser conhecida além-fronteiras. Porque, quando a criatividade nasce da identidade e é acompanhada por trabalho, consistência e ambição, a moda deixa de ser apenas uma expressão estética para se tornar uma linguagem capaz de aproximar Angola do mundo.







SÍLVIA REIS VIEIRA

A ARTE DE REALÇAR A BELEZA E RESTAURAR A CONFIANÇA



princípios que sustentam a sua actividade. Acredita que cada rosto tem características próprias e que nenhum procedimento deve apagar aquilo que torna uma pessoa única. É esta visão que tem orientado a construção da sua identidade profissional e da Sílvia Vieira Clinic.

A sua ligação ao universo da estética começou em 2007, quando iniciou o percurso como esteticista cosmetologista. No entanto, o interesse pela harmonia facial surgiu muito antes. Aos 17 anos, depois de uma experiência pouco satisfatória com o desenho das próprias sobrancelhas, percebeu que um trabalho estético deveria respeitar as características naturais do rosto, em vez de seguir simplesmente as tendências do momento. Embora ainda não tivesse formação na área, aquela experiência despertou uma sensibilidade que viria a influenciar o seu futuro profissional.

Com o passar dos anos, identificou uma necessidade particular no mercado: muitas mulheres apresentavam sobrancelhas falhadas, desenhos desadequados ou alterações que já não conseguiam corrigir apenas deixando crescer os pelos. Em 2016, teve o primeiro contacto com o microblading, técnica que despertou a sua curiosidade pela precisão e pelo detalhe exigidos. Contudo, foi em 2020 que decidiu investir verdadeiramente nesta especialidade, aprofundando a formação e aperfeiçoando as competências técnicas.



Aos 39 anos, natural de Ourém, Portugal, Sílvia Reis Vieira construiu um percurso profissional marcado pela dedicação à estética, pelo aperfeiçoamento técnico e por uma convicção que orienta cada procedimento: a beleza deve respeitar a identidade de cada pessoa. Mãe, esposa e empresária, considera que o verdadeiro sucesso não se mede apenas pelos resultados alcançados, mas também pelo impacto que o seu trabalho deixa na vida de quem a procura.

Determinada, exigente consigo própria e apaixonada pela profissão, identifica na honestidade, no respeito, na empatia e na autenticidade os





A micropigmentação tornou-se, então, muito mais do que uma área de intervenção estética. Para Sílvia, é uma combinação de conhecimento, sensibilidade artística e responsabilidade. Cada traço exige uma avaliação cuidada, uma compreensão das características individuais e a capacidade de antecipar a forma como o pigmento poderá evoluir na pele ao longo do tempo.

A naturalidade tornou-se uma das principais marcas do seu trabalho. Não acredita em padrões universais de beleza nem em resultados iguais para todas as pessoas. Antes de qualquer procedimento, procura compreender a anatomia do rosto, as expressões, as características da pele e as expectativas de cada cliente. O objectivo não é transformar alguém numa pessoa diferente, mas valorizar os elementos que já existem e encontrar um resultado equilibrado, integrado e coerente com a sua identidade.

Essa exigência torna-se particularmente importante porque, como explica, não existem dois rostos iguais nem duas peles com o mesmo comportamento. A escolha dos pigmentos, a profundidade de implantação, a técnica utilizada e a avaliação da cicatrização são aspectos fundamentais. Por isso, considera que a micropigmentação não pode ser reduzida a um simples exercício de desenho. Exige conhecimento técnico, formação contínua e capacidade de aconselhamento. Saber quando avançar e quando recusar um procedimento também faz parte da responsabilidade profissional.

Ao longo do percurso, já acompanhou mais de 300 pessoas. Para Sílvia, esse número representa muito mais do que experiência acumulada: são mais de 300 histórias, rostos e actos de confiança. Muitas clientes procuram corrigir um detalhe estético, mas, por detrás desse pedido, encontra frequentemente o desejo de recuperar segurança, sentir-se melhor com a própria imagem ou voltar a reconhecer-se ao espelho.

É nesta dimensão humana que a sua actividade ganha um significado particular. Entre as diferentes vertentes da profissão, a dermopigmentação paramédica ocupa um lugar especial, sobretudo pela possibilidade de apoiar mulheres que passaram por intervenções cirúrgicas e enfrentaram alterações profundas na imagem corporal. Um dos trabalhos que mais a emociona é a reconstrução visual da aréola mamária através da dermopigmentação 3D, especialmente em mulheres submetidas a mastectomia.

Através de técnicas de pigmentação, luz e sombra, é possível criar uma ilusão visual de profundidade e naturalidade, mesmo quando já não existe relevo anatómico. É um procedimento que exige uma avaliação rigorosa dos tecidos, do estado de cicatrização e das condições individuais, mas também uma enorme sensibilidade no acompanhamento. Para muitas mulheres, este trabalho representa uma etapa simbólica de reconciliação com o próprio corpo, depois de uma experiência marcada por desafios físicos e emocionais.

Sílvia reconhece que, nesses momentos, o trabalho ultrapassa claramente a dimensão estética. A possibilidade de contribuir para que uma mulher volte a olhar para si com maior confiança é uma das experiências mais significativas da sua profissão. Não se trata de apagar aquilo que aconteceu, mas de respeitar a história de cada pessoa e proporcionar uma possibilidade de reconstrução visual que possa contribuir para o seu bem-estar.

A segurança constitui outro dos pilares fundamentais da sua abordagem. Defende que começa muito antes da execução de qualquer procedimento, nomeadamente na escolha de um profissional devidamente habilitado e na avaliação prévia de cada cliente. O historial de saúde, as possíveis contraindicações e as condições da pele devem ser considerados antes de qualquer intervenção. A utilização de pigmentos certificados, materiais adequados e o cumprimento rigoroso das normas de higiene são princípios que considera inegociáveis. Depois do procedimento, os cuidados de cicatrização e o cumprimento das orientações transmitidas são igualmente determinantes para a evolução do resultado.

Na Sílvia Vieira Clinic, procura traduzir estes princípios numa experiência assente na qualidade, na confiança e na atenção ao detalhe. Acredita que uma marca não se diferencia apenas pela imagem que apresenta, mas sobretudo pela coerência entre aquilo que promete e aquilo que entrega. A naturalidade, a segurança e o respeito pela individualidade são, por isso, elementos centrais da identidade que tem vindo a consolidar.

A formação contínua e a partilha de conhecimento também fazem parte da sua estratégia de crescimento. Ao longo dos anos, tem investido no aperfeiçoamento técnico e na troca de experiências com profissionais nacionais e internacionais. Os reconhecimentos recebidos em competições e eventos ligados à micropigmentação representam, para si, uma valorização do trabalho desenvolvido, mas também uma responsabilidade acrescida para continuar a evoluir e contribuir para a dignificação da profissão.

O percurso empresarial trouxe-lhe, entretanto, desafios diferentes dos encontrados na prática técnica. Sílvia percebeu que ser uma boa profissional não significa, necessariamente, saber gerir uma empresa. A liderança exige competências em gestão financeira, estratégia, comunicação, organização e orientação de equipas. Aprendeu também que não é possível fazer tudo sozinha e que saber delegar, confiar e reunir pessoas alinhadas com os mesmos valores é essencial para construir um negócio sustentável.

Conciliar a proximidade com as clientes e as responsabilidades de empresária continua a exigir equilíbrio. De um lado, está a profissional que gosta de acompanhar pessoalmente cada história e cada procedimento; do outro, a gestora que precisa de definir objectivos, tomar decisões e preparar o crescimento da clínica. Essa aprendizagem reforçou a sua convicção de que empreender exige muito mais do que talento ou paixão: requer disciplina, visão, consistência e disponibilidade para aprender continuamente.

O futuro passa por consolidar a Sílvia Vieira Clinic como uma referência na micropigmentação e na estética especializada, mantendo a naturalidade, a segurança e a excelência como fundamentos. Pretende continuar a evoluir tecnicamente, partilhar conhecimento e contribuir para uma maior valorização da profissão. A dermopigmentação paramédica continuará a ocupar um lugar de destaque neste caminho, pelo impacto que pode ter na recuperação da autoestima e na relação das mulheres com a sua imagem.

Às mulheres que ainda têm receio de recorrer à micropigmentação, deixa uma mensagem de confiança e responsabilidade: investir em si próprias não significa mudar quem são. Significa, muitas vezes, cuidar da imagem, valorizar características pessoais e recuperar a confiança, desde que a decisão seja consciente e acompanhada por profissionais qualificados. A escolha não deve ser feita por impulso, nem orientada por padrões que desrespeitem a individualidade.

Para Sílvia Reis Vieira, a verdadeira beleza não está em alcançar um rosto perfeito ou corresponder às tendências, mas em preservar aquilo que torna cada pessoa única. O seu trabalho encontra precisamente aí a sua essência: na capacidade de unir técnica e sensibilidade, estética e humanidade, valorização da imagem e respeito pela história de cada mulher.

Porque a verdadeira transformação não acontece quando deixamos de nos reconhecer ao espelho, mas quando voltamos a olhar para nós próprias com confiança.

Feijão do Amor

Água de Coco Natural Com Amor

Nacional, Puro,
Fresco e Saudável

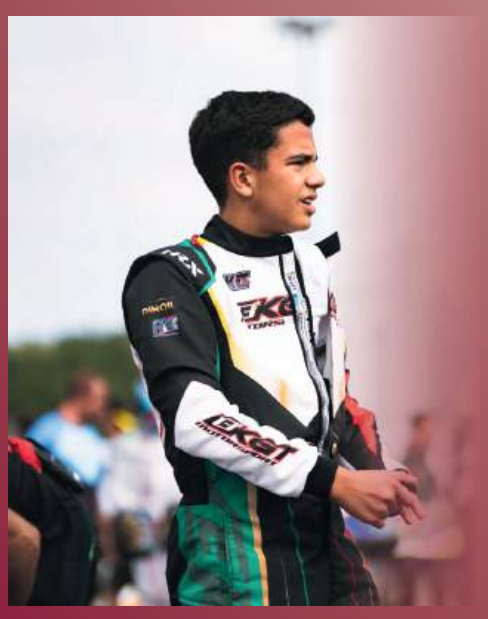
KAYO ISSA CÊRA

MOÇAMBIQUE ENTRE A ELITE MUNDIAL DO KARTING

Aos 13 anos, Kayo Issa Cêra acaba de escrever uma das páginas mais marcantes da história do karting moçambicano. Na pista de Lonato, em Itália, palco do Campeonato do Mundo da ROK, na categoria Junior ROK, o jovem piloto conquistou o sexto lugar na classificação final, depois de partir da 15.ª posição e recuperar nove lugares numa final de elevada exigência competitiva. Entre os 58 pilotos que conseguiram qualificar-se para o campeonato, Kayo terminou entre os seis melhores, afirmando-se como o melhor representante africano na competição.

O resultado é histórico para Moçambique e para o Automóvel & Touring Clube de Moçambique (ATCM). Mas, por detrás desta classificação, existe uma história que merece ser contada: a de um adolescente que tem dedicado uma parte significativa da sua infância ao sonho de levar a bandeira moçambicana aos grandes palcos do automobilismo internacional. Enquanto muitos jovens da sua idade ocupam o tempo livre a brincar com os amigos, Kayo tem aprendido a viver entre treinos, viagens, competições, preparação física e exigências de uma carreira desportiva que começou a assumir muito cedo.

A sua conquista em Itália não nasceu de um acaso. É o resultado de anos de dedicação, disciplina e sacrifícios que nem sempre são visíveis para quem acompanha apenas os resultados. Para competir internacionalmente, Kayo teve de reorganizar a própria rotina, adaptar a vida escolar e abdicar de experiências comuns à adolescência. Actualmente, frequenta o ensino em regime online, uma opção que lhe permite conciliar a formação académica com os compromissos desportivos, as deslocações e a preparação para as competições.







Esta escolha revela a dimensão do compromisso assumido por um jovem que, apesar da idade, compreende que o caminho para o alto rendimento exige prioridades e uma organização diferente. O karting deixou de ser apenas uma actividade desportiva para se tornar parte central da sua vida. Cada treino, cada viagem e cada corrida representam mais uma etapa de um percurso que exige disponibilidade, concentração e uma capacidade de sacrifício pouco habitual nesta fase da vida.

Nascido em Moçambique, Kayo é filho de Marco Cêra e Shanawaz Issa, os seus principais pilares nesta caminhada. A família tem desempenhado um papel determinante, assegurando o acompanhamento e as condições necessárias para que o jovem piloto continue a desenvolver o seu potencial. Apesar da dimensão dos desafios e da exposição internacional que começa a alcançar, Kayo não dispõe de apoio institucional ou de patrocínios que acompanhem de forma estruturada a sua carreira. O percurso tem sido sustentado essencialmente pelo esforço e investimento familiar.

É uma realidade que merece atenção. A participação em campeonatos internacionais envolve despesas com deslocações, inscrições, equipamentos, preparação técnica, manutenção e acompanhamento. Para uma família que procura garantir a continuidade de uma carreira desportiva além-fronteiras, cada competição representa também um compromisso financeiro e logístico significativo. O talento pode abrir portas, mas a possibilidade de atravessá-las depende, muitas vezes, dos recursos disponíveis e do apoio que o atleta consegue reunir.

Ao lado da família, Kayo conta com uma figura fundamental na sua evolução desportiva: a treinadora Jéssica Ubisse. O seu acompanhamento tem sido importante na preparação técnica e no desenvolvimento competitivo do jovem piloto. No karting, a velocidade, por si só, não é suficiente. É necessário compreender a pista, interpretar o comportamento do kart, antecipar movimentos dos adversários e tomar decisões em fracções de segundo. A orientação técnica ajuda a transformar capacidade natural em consistência, disciplina e maturidade competitiva.

A relação entre atleta e treinadora assume, neste contexto, uma importância particular. Aos 13 anos, Kayo continua em formação, e cada experiência competitiva representa uma oportunidade para corrigir, aprender e evoluir. O trabalho desenvolvido com Jéssica Ubisse integra uma caminhada que exige confiança, exigência e dedicação de ambas as partes, sobretudo quando os objectivos ultrapassam as fronteiras nacionais.

Na pista de Lonato, essa preparação encontrou uma oportunidade de demonstração perante alguns dos melhores pilotos da modalidade. Partir da 15.ª posição na final significava enfrentar uma corrida particularmente exigente, com vários adversários à frente e uma margem reduzida para erros. Kayo conseguiu manter a concentração, impor o seu ritmo e recuperar posições até cruzar a meta no sexto lugar. A recuperação de nove posições tornou a sua prestação ainda mais expressiva.

Importa compreender a dimensão desta conquista. O Campeonato do Mundo da ROK reúne pilotos provenientes de diferentes países onde se realizam campeonatos da modalidade. Nesta edição, apenas 58 pilotos conseguiram qualificar-se para a competição, dos quais 36 chegaram à final. Kayo esteve entre os finalistas e terminou na sexta posição, destacando-se como o melhor africano. A sua classificação colocou Moçambique entre os países representados na elite internacional da categoria Junior ROK.

O caminho até ao campeonato mundial foi construído através de uma sequência de provas, preparação e contacto com diferentes realidades competitivas. A 8 de Setembro, Kayo viajou para Itália, onde participou numa prova do Campeonato Italiano da ROK, na pista de Lonato. A participação teve como principal objectivo a preparação para o Campeonato do Mundo, permitindo-lhe conhecer melhor o circuito, adaptar-se às condições da pista e ganhar experiência perante pilotos habituados a competir naquele ambiente.

Antes da competição mundial, participou igualmente na quarta prova do Campeonato Nacional Moçambicano, realizada na pista do ATCM. Esta presença permitiu-lhe manter o contacto com o campeonato nacional e continuar a representar o país no contexto em que começou a desenvolver a sua carreira.

A sua agenda desportiva incluiu ainda participações no contexto sul-africano. Kayo esteve presente na última prova do Campeonato Nacional Sul-Africano da ROK, realizada a 23 de Outubro, na pista de Red Star, em Joanesburgo, e na última prova do Campeonato Sul-Africano da Rotax, disputada a 30 de Outubro, em Pretória. Estas experiências ampliaram o seu contacto com diferentes adversários, circuitos e exigências técnicas.

Depois do Campeonato do Mundo, o percurso internacional prosseguiu com mais duas provas, no Dubai e em Abu Dhabi. A continuidade competitiva permite-lhe acumular experiência, aperfeiçoar competências e medir a sua evolução perante pilotos de diferentes proveniências.

O karting é frequentemente uma das primeiras etapas de formação de grandes pilotos do automobilismo. É nesta modalidade que se desenvolvem competências essenciais, como a precisão, a antecipação, a disciplina, o controlo emocional e a capacidade de interpretar o comportamento do veículo e dos adversários. Para um jovem de 13 anos, competir internacionalmente e alcançar uma classificação entre os seis melhores do mundo constitui uma experiência de enorme valor.

Contudo, a história de Kayo não deve ser contada apenas através dos lugares conquistados. Deve também ser compreendida a partir das escolhas que teve de fazer para chegar até aqui. A adaptação do percurso escolar, a redução do tempo disponível para actividades próprias da idade, as viagens e a exigência dos treinos mostram uma realidade em que o sonho desportivo exige renúncias. Não se trata de desvalorizar a infância,

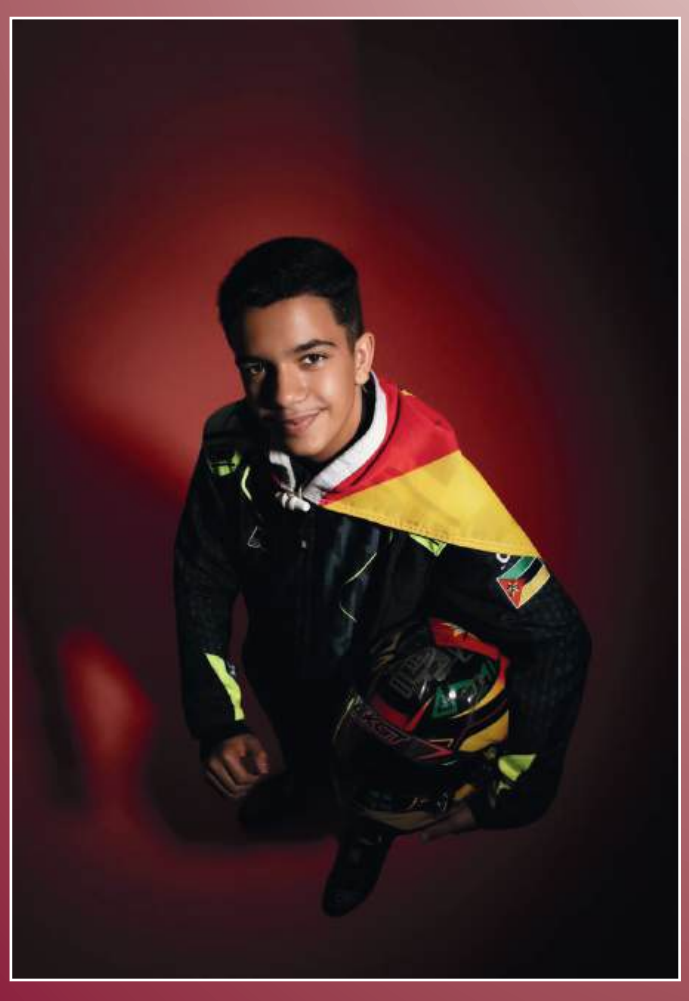


mas de reconhecer que este jovem tem assumido, com o apoio da família, um compromisso pouco comum com os seus objectivos.

É precisamente por isso que o seu resultado merece uma atenção que ultrapassa o universo do desporto motorizado. Moçambique tem talentos que podem competir ao mais alto nível, mas o desenvolvimento desses talentos exige condições. O caso de Kayo levanta uma questão importante: quantos jovens poderão alcançar resultados semelhantes se tiverem acesso a apoio financeiro, patrocínios, acompanhamento técnico e oportunidades regulares de competir internacionalmente?

O seu sexto lugar entre os 58 pilotos qualificados demonstra que o talento moçambicano tem capacidade para se afirmar em competições de dimensão mundial. Ser o melhor africano na categoria Junior ROK é uma distinção que contribui para dar visibilidade ao karting nacional e reforça a importância do trabalho desenvolvido em torno da modalidade pelo ATCM.

A conquista representa também uma oportunidade para o sector empresarial olhar para o desporto motorizado como uma área de investimento e responsabilidade social. O apoio a jovens atletas não deve ser entendido apenas como patrocínio de uma competição, mas como investimento no desenvolvimento de talentos, na representação internacional do país e na criação de referências positivas para as novas gerações.





Aos 13 anos, Kayo Issa Cêra tem ainda um longo percurso pela frente. O desafio será transformar esta experiência numa base sólida para novas conquistas, preservando o equilíbrio entre a formação académica, o desenvolvimento pessoal e a exigência desportiva. O talento é evidente, mas a continuidade dependerá também das condições que conseguir reunir para crescer, competir e evoluir.

Na pista de Lonato, um jovem moçambicano partiu da 15.ª posição e terminou em sexto lugar, entre 36 finalistas de um universo de 58 pilotos qualificados. Foi o melhor africano e levou o nome de Moçambique a uma posição de destaque no Campeonato do Mundo da ROK. Um resultado que ficará na história do karting nacional.

Mas talvez a dimensão mais inspiradora desta conquista esteja naquilo que não aparece na classificação: os dias de preparação, as viagens, as renúncias, o apoio incansável dos pais e o trabalho da treinadora Jéssica Ubisse. Por detrás do capacete existe um jovem que tem aprendido a trocar parte das brincadeiras da infância pela disciplina de um sonho que pretende levar cada vez mais longe.

Kayo Issa Cêra representa uma geração que não quer apenas assistir às grandes competições internacionais, mas participar nelas e conquistar o seu espaço. A sua história demonstra que Moçambique tem talento, ambição e jovens capazes de competir entre os melhores.

A bandeira moçambicana chegou ao sexto lugar do mundo. Agora, o desafio é garantir que este talento tenha condições para continuar a acelerar.

VERÓNICA RIBEIRO

ETERNA BELEZA — UM SONHO CONSTRUÍDO COM CORAGEM E SENSIBILIDADE

Aos 29 anos, Verónica Andreia Carvalho Ribeiro, natural de Vila Nova de Tazem, Portugal, representa uma geração de mulheres que encontra na capacidade de reinvenção a força para construir o próprio caminho. Sonhadora, determinada e ligada às artes desde a infância, acredita que os sonhos podem concretizar-se quando são acompanhados de coragem, dedicação e persistência. Foi com essa convicção que criou a Eterna Beleza, um gabinete de estética que reflecte a sua personalidade e a forma como entende o cuidado feminino.

A música, a dança e a pintura fizeram sempre parte do seu universo. Essa ligação à expressão artística levou-a a frequentar a universidade e a formar-se em Formação Musical, alimentando inicialmente o desejo de seguir a docência. Chegou a trabalhar numa creche, onde desenvolveu actividades musicais com crianças, mas percebeu que, apesar de gostar daquela área, não se sentia completamente realizada. A música, contudo, nunca desapareceu da sua vida, mantendo-se presente através da sua actividade como cantora.

Paralelamente aos estudos, começou a explorar o universo da estética, inicialmente através da aplicação de unhas, em regime de tempo parcial. O que começou como uma actividade complementar foi conquistando espaço e tornando-se uma possibilidade profissional. Entretanto, depois de uma experiência numa fábrica de calçado, onde começou como costureira e evoluiu para a função de modeladora de sapatos, permaneceu quatro anos naquela empresa. Quando surgiu a oportunidade de terminar esse ciclo profissional e inscrever-se no centro de emprego, Verónica decidiu encarar a mudança não como um fim, mas como o início de uma nova etapa.





Foi nesse contexto que ganhou forma a Eterna Beleza. O projecto nasceu do desejo de criar um espaço próprio, personalizado e coerente com a sua identidade, onde cada cliente pudesse viver uma experiência de cuidado desde o momento em que entrasse até à hora de sair. Mais do que disponibilizar serviços de estética, pretendia construir um ambiente onde cada mulher se sentisse recebida, valorizada e especial.

O caminho do empreendedorismo, porém, trouxe desafios particulares. Construir um negócio na vila onde cresceu significa empreender perante pessoas que a conheceram desde criança e que, por vezes, ainda a associam à menina de outros tempos. Verónica reconhece que tem muito para aprender, mas não encara essa realidade como uma limitação. Pelo contrário, acredita que ninguém nasce preparado para todas as responsabilidades e que são as tentativas, os erros e a experiência que permitem evoluir.

Os primeiros passos foram dados com o apoio de pessoas que aceitaram confiar no seu trabalho quando ainda estava a aperfeiçoar as técnicas. Algumas clientes disponibilizaram-se para experimentar os primeiros serviços, numa fase em que os preços eram mais baixos e a prática era essencial para ganhar experiência. Hoje, muitas continuam a acompanhar o seu percurso, reconhecendo a evolução, a qualidade e o investimento que tem feito na actividade. É uma relação construída ao longo do tempo, na qual a confiança se tornou tão importante como o próprio serviço.

A Eterna Beleza começou com a aplicação de unhas, mas a vontade de crescer levou Verónica a procurar novas competências e a alargar a oferta. Introduziu a massagem modeladora, uma área que despertou o seu interesse pelos resultados associados à redução de medidas e pelo impacto positivo que as clientes relatavam. Investiu também na formação profissional em maquilhagem, motivada pela satisfação de acompanhar a transformação da imagem e da confiança das mulheres.

A evolução do gabinete passou igualmente pelo envolvimento da família. A sua mãe decidiu investir em formação nas áreas de limpeza de pele, depilação a laser, massagens relaxantes e Head Spa, acrescentando serviços orientados para o cuidado, o bem-estar e o relaxamento. Essa colaboração permitiu diversificar a actividade e reforçar a dimensão familiar do projecto. Hoje, mãe e filha partilham não apenas um espaço de trabalho, mas também a vontade de proporcionar experiências de qualidade a quem as procura.

Para Verónica, a diferenciação num mercado cada vez mais competitivo não depende exclusivamente da quantidade de serviços disponíveis ou do preço praticado. Está, sobretudo, na atenção, no carinho e na forma como cada cliente é tratada. Acredita que um gesto de preocupação ou uma palavra no momento certo podem fazer a diferença no dia de alguém. É uma filosofia que resume com uma expressão simples: no final do dia, não se trata de mais um euro ou menos um euro, mas de mais uma palavra de atenção ou menos uma palavra de cuidado.

Esta visão está também relacionada com a





sua compreensão da beleza como parte do bem-estar. Defende a ideia de que a mente e o corpo devem ser cuidados em conjunto e reconhece a importância que a aparência pode ter na confiança feminina. A conhecida brincadeira de que «uma mulher com a unha feita não quer guerra com ninguém» traduz, de forma descontraída, uma convicção mais profunda: quando uma mulher se sente bem consigo própria, pode desenvolver uma relação mais positiva com a sua imagem e com o mundo à sua volta.

O ambiente da Eterna Beleza foi pensado para transmitir essa sensação de tranquilidade e acolhimento. A decoração combina tons de branco, dourado e verde, escolhidos pela elegância, serenidade e paz que representam para a fundadora. Os pequenos detalhes também fazem parte da experiência: água, café ou doces estão disponíveis para receber as clientes, que levam consigo um cartão de fidelização que lhes permite beneficiar de uma oferta personalizada. São gestos simples, mas que reforçam a intenção de transformar cada visita num momento de atenção individual.

Ter criado o negócio na terra onde cresceu é, para Verónica, motivo de orgulho. A proximidade com a comunidade permitiu-lhe construir relações que ultrapassam a prestação de serviços. Algumas das primeiras clientes tornaram-se amigas e testemunhas da evolução do projecto. Essa ligação reforça a sua vontade de continuar a investir na qualidade e de demonstrar que também numa vila pequena é possível desenvolver uma marca com identidade própria, ambição e capacidade de crescimento.

A gestão de um negócio exige, contudo, uma dedicação que nem sempre é visível para quem observa apenas o resultado final. Verónica admite que a Eterna Beleza ocupa grande parte do seu pensamento e que algumas das melhores ideias surgem até durante o sono. Conciliar a vida pessoal com as responsabilidades profissionais nem sempre é simples, mas considera que ter as pessoas certas ao lado torna o percurso mais leve. A autonomia na organização do tempo é uma das vantagens do empreendedorismo, embora implique aceitar dias de trabalho muito longos e uma responsabilidade permanente pela sustentabilidade do projecto.

Com apenas um ano e meio de actividade, a Eterna Beleza começa a consolidar uma rede de clientes e parceiros. Verónica olha para o futuro com entusiasmo e gratidão pelo caminho já percorrido. Pretende fortalecer as parcerias existentes, desenvolver novos projectos e continuar a diversificar as experiências oferecidas, sem perder a essência que esteve na origem do negócio.

O próprio nome da marca traduz a mensagem que pretende transmitir. Eterna Beleza representa a ideia de que nunca é tarde para nos escolhermos, valorizarmos e procurarmos a felicidade. Para Verónica, a idade não deve determinar quando uma mulher pode começar a cuidar de si, investir na sua imagem ou descobrir novas formas de se sentir realizada. Cada pessoa merece ter espaço para se reconhecer como especial, independentemente da fase da vida em que se encontra.





A sua história demonstra que a realização profissional nem sempre nasce de um plano definido desde o início. Por vezes, surge da coragem de abandonar caminhos que já não nos preenchem, experimentar novas possibilidades e transformar uma paixão numa oportunidade. Da Formação Musical à estética, passando pela indústria do calçado, Verónica encontrou na reinvenção a oportunidade de construir algo verdadeiramente seu.



Na Eterna Beleza, a ambição vai além da estética: é criar um espaço onde cada mulher se sinta valorizada, confiante e livre para continuar a escolher-se, porque a beleza também está na possibilidade de recomeçar em qualquer idade.



Feijão do Amor

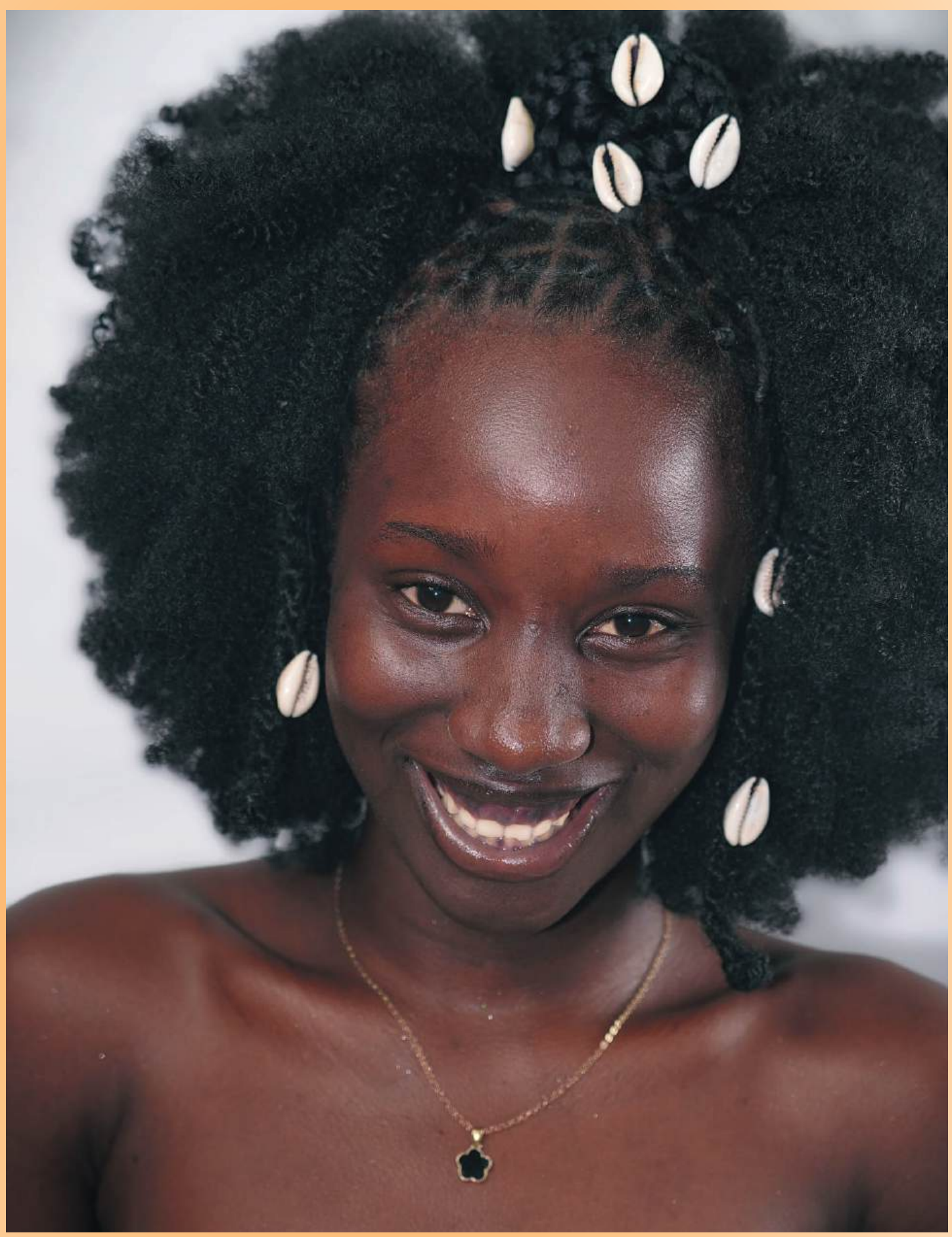
Água de Coco Natural Com Amor

Nacional, Puro,
Fresco e Saudável

LEANDRA DJONE MEU CAFAMBA

UMA JOVEM GUINEENSE QUE TRANSFORMA BELEZA EM IDENTIDADE E PROPÓSITO

Aos 21 anos, Leandra Djone Meu Cafamba, natural da região de Cacheu, na Guiné-Bissau, começa a construir um percurso no mundo da moda e dos concursos de beleza, levando consigo a determinação de uma jovem que deseja ir mais longe sem perder a ligação às suas origens. Para ela, representar a beleza significa também transmitir valores, afirmar a identidade cultural e demonstrar que os sonhos podem ganhar forma quando são acompanhados de dedicação e coragem.



Sonhadora, determinada e consciente de que ainda tem muito para aprender, Leandra acredita que a verdadeira beleza não se limita à aparência física. Está igualmente na personalidade, na forma de tratar os outros, na autenticidade e na capacidade de permanecer fiel aos próprios princípios. A sua ambição passa por construir um futuro de que se orgulhe, representar dignamente o seu país e mostrar a outras jovens que a idade ou as circunstâncias não devem limitar aquilo que podem alcançar.

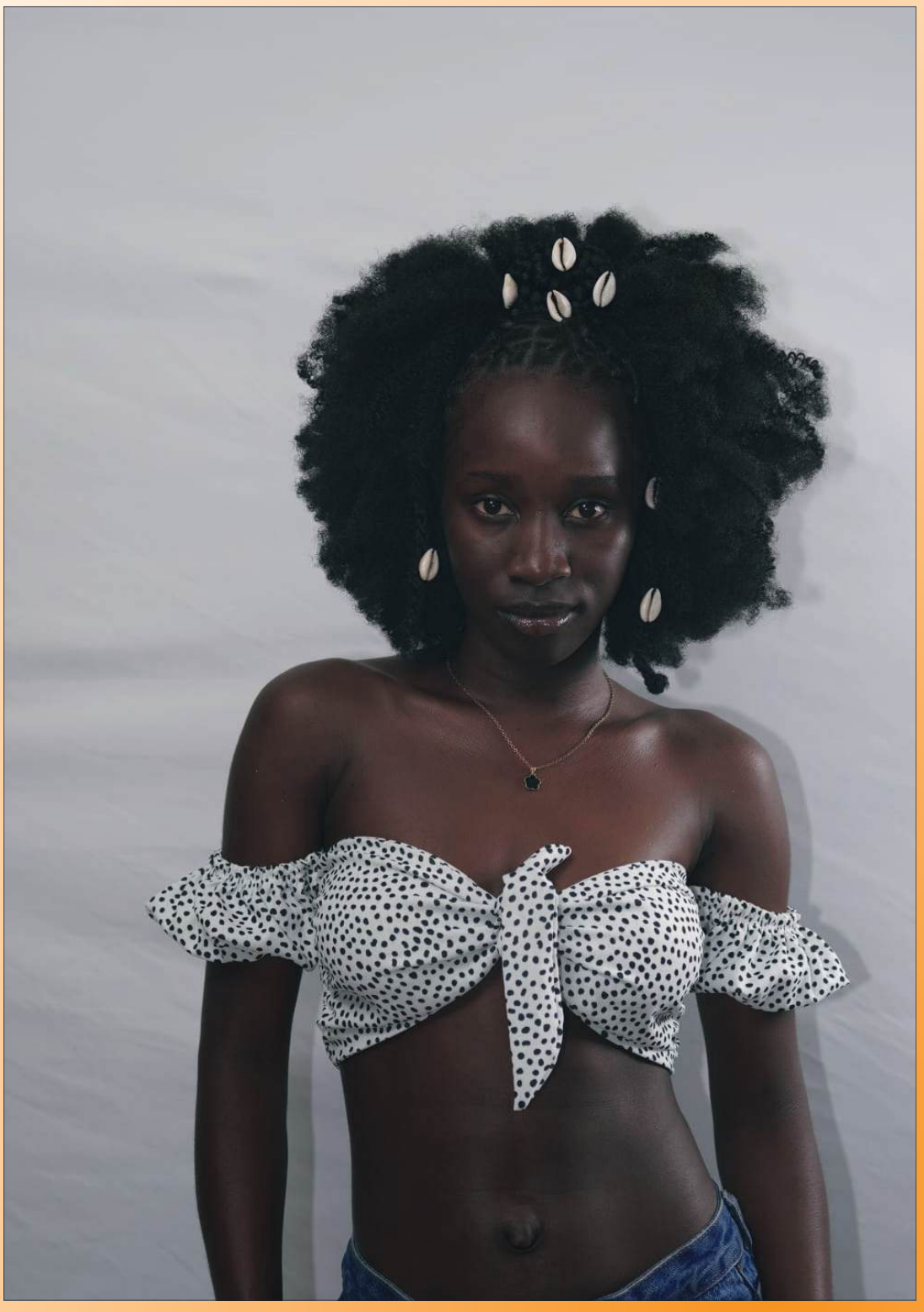
O interesse pela moda e pela representação ganhou maior expressão com a participação no concurso Miss Queen Titine. A experiência despertou-lhe uma paixão pela passarela, pela elegância e pela possibilidade de comunicar através da imagem e da presença em palco. Posteriormente, começou também a representar a sua escola em desfiles de moda, experiências que contribuíram para desenvolver a confiança, a postura e a capacidade de se apresentar perante diferentes públicos.

O que inicialmente poderia ser apenas um gosto pessoal começou, assim, a transformar-se numa possibilidade profissional. Cada desfile tornou-se uma oportunidade para aprender, aperfeiçoar a presença em palco e compreender melhor as exigências de um universo que combina imagem, comunicação, disciplina e preparação.

Ao longo deste percurso, conquistou distinções que considera marcos importantes da sua evolução. Entre elas estão os títulos de Miss Cultural e Miss Popularidade Queen Titine, bem como a distinção de 2.ª Dama de Honor no Miss Star Universe. Mais do que troféus, estas conquistas representam diferentes dimensões da sua experiência. A distinção de Miss Popularidade reforçou a importância da ligação com o público e da relação construída com as pessoas, enquanto o título de Miss Cultural aprofundou o orgulho pelas suas raízes e a responsabilidade de valorizar a identidade guineense.

A participação no Miss Star Universe representou outro passo significativo, permitindo-lhe testar as suas capacidades num contexto de maior exigência e reforçar a vontade de continuar a crescer. Leandra reconhece, contudo, que os títulos não devem ser encarados como um ponto de chegada. Na sua perspectiva, devem ser acompanhados de humildade, responsabilidade e propósito.

O caminho também tem sido marcado por desafios. Aprender a confiar cada vez mais em si própria, enfrentar os medos e lidar com as expectativas são algumas das experiências que têm contribuído para a sua maturidade. Os concursos colocam as participantes perante comparações, pressão e momentos de nervosismo, exigindo capacidade para manter a confiança mesmo quando as circunstâncias não correspondem ao que foi idealizado.





Dessas experiências, retirou uma aprendizagem importante: cada etapa tem o seu valor, independentemente do resultado. Leandra procura valorizar o próprio percurso, reconhecer aquilo que ainda precisa de aperfeiçoar e transformar as dificuldades em motivação. Para ela, crescer significa também aceitar que a evolução exige tempo, disciplina e disponibilidade para aprender.

Na sua visão, uma mulher pode chamar a atenção pela beleza física, mas é a personalidade que determina a marca que deixa. Inteligência, autenticidade, confiança, empatia, humildade e capacidade de comunicação são qualidades que considera fundamentais para se destacar. A elegância, acrescenta, deve estar presente tanto na postura como na forma de pensar e de respeitar os outros.

É também por isso que tem procurado desenvolver competências para além da passarela. A preparação envolve melhorar a forma de caminhar, a expressão corporal, a comunicação e a capacidade de transmitir ideias. Representar um título, entende, não significa apenas apresentar uma imagem, mas saber defender valores e comunicar uma mensagem com clareza.

A dimensão cultural ocupa um lugar particularmente importante na sua identidade. Nascida na Guiné-Bissau, Leandra reconhece nas tradições, nos costumes e na diversidade cultural do seu país uma herança que merece ser preservada e divulgada. O título de Miss Cultural reforçou essa consciência e trouxe consigo uma responsabilidade que ultrapassa a dimensão competitiva dos concursos.



Através da sua imagem pública, pretende contribuir para dar maior visibilidade à Guiné-Bissau, apresentar a riqueza das suas tradições e incentivar outras jovens a reconhecerem o valor das suas origens. Para Leandra, a moda pode funcionar como uma plataforma de representação cultural, permitindo que o talento e a identidade guineenses alcancem novos espaços.

A exposição pública, naturalmente, também traz críticas e expectativas. A jovem modelo tem aprendido a distinguir as opiniões que podem contribuir para o seu crescimento daquelas que não devem determinar a forma como se vê. Reconhece que nem todos terão a mesma perspectiva sobre o seu percurso, mas considera essencial não viver condicionada pela necessidade de agradar a todos.

Por detrás da imagem apresentada nos concursos e nas redes sociais, sublinha, existe uma mulher com sentimentos, inseguranças, sonhos e desafios. Preservar a autoestima, manter a humildade e continuar fiel à própria identidade são, por isso, princípios que procura levar consigo ao longo desta caminhada.

O futuro passa pela continuidade do investimento na carreira de modelo, pela participação em novas oportunidades e pela possibilidade de explorar outros caminhos na moda e no entretenimento. Leandra deseja adquirir experiência, aperfeiçoar as suas capacidades e trabalhar em projectos que contribuam para o seu desenvolvimento profissional. Mas pretende igualmente que a visibilidade conquistada tenha um significado mais amplo, servindo para transmitir mensagens positivas e inspirar outras jovens.



Às raparigas que sonham entrar no mundo da moda, mas enfrentam dificuldades financeiras, inseguranças ou falta de oportunidades, deixa uma mensagem de coragem. Considera que nem todas partem das mesmas condições e que, muitas vezes, existe talento sem os recursos necessários para o demonstrar. Ainda assim, defende a importância de continuar a aprender, procurar oportunidades e preparar-se para quando elas surgirem. A confiança, acredita, não precisa de estar completamente formada antes do primeiro passo: também se constrói durante o caminho.

Leandra Djone Meu Cafamba está consciente de que a sua história ainda se encontra numa fase de construção. Aos 21 anos, as distinções conquistadas representam etapas de um percurso que pretende continuar a desenvolver com dedicação e sentido de responsabilidade. Mais do que alcançar novas coroas, deseja construir uma identidade própria, valorizar a cultura do seu país e deixar uma marca positiva.

A sua ambição é ir mais longe sem esquecer de onde veio. Porque, para Leandra, uma coroa pode representar uma conquista, mas o verdadeiro valor de uma mulher revela-se naquilo que defende, na forma como vive os seus princípios e no impacto que deixa na vida dos outros.

HELGA BILAL

DA SUPERAÇÃO À LIDERANÇA, CONSTRUIR PONTES E CRIAR OPORTUNIDADES

Acreditar que as experiências pessoais podem transformar-se em oportunidades para outras pessoas é uma das ideias que orientam o percurso de Helga Bilal. Mulher movida pela fé em Deus, mãe, empreendedora e profissional ligada às relações institucionais, tem construído uma trajectória marcada pela aprendizagem, pela capacidade de adaptação e pela vontade de contribuir para o desenvolvimento de Moçambique. Entre a diplomacia, a cooperação e o empreendedorismo, procura afirmar uma liderança assente na integridade, na responsabilidade e na criação de oportunidades.



A sua história profissional começou ainda durante os estudos na Universidade Eduardo Mondlane (UEM), onde frequentava o primeiro ano do curso de Meteorologia. Curiosa e interessada em ampliar conhecimentos, participava regularmente em formações, palestras e workshops promovidos por organizações das Nações Unidas e organizações não-governamentais no meio universitário. Foi precisamente essa disponibilidade para aprender que abriu uma porta inesperada.

A participação frequente nas iniciativas da Young Women's Christian Association (YWCA) chamou a atenção de uma das responsáveis da organização, que a convidou a integrar o movimento. Posteriormente, foi indicada para representar as jovens raparigas moçambicanas a nível nacional, na sede das Nações Unidas, em Nova Iorque. A experiência revelou-se determinante na sua forma de compreender o mundo, as relações internacionais e o papel das instituições na transformação das sociedades.

Regressou a Moçambique com uma perspectiva diferente sobre o seu futuro. A vivência internacional despertou-lhe o interesse pelas relações entre países, pela diplomacia e pela cooperação, levando-a a mudar de área de formação e a ingressar no antigo Instituto Superior de Relações Internacionais (ISRI), actualmente integrado na estrutura de ensino superior ligada às relações internacionais e diplomacia. A partir daí, começou a consolidar uma visão profissional orientada para o diálogo, a aproximação institucional e a compreensão das dinâmicas políticas, económicas e sociais.



Em 2022, surgiu a possibilidade de participar no Best Diplomatics, um programa de simulação das Nações Unidas, com actividades previstas no Dubai e na Turquia. Contudo, circunstâncias relacionadas com a segurança em Istambul impediram a concretização dessa participação. Posteriormente, teve também uma oportunidade ligada à Girl Move, que acabou por não avançar devido à coincidência com os exames finais da sua formação. Apesar das oportunidades adiadas, estas experiências reforçaram o seu interesse em continuar a explorar espaços de aprendizagem e desenvolvimento internacional.

No plano profissional, passou por diferentes contextos, desenvolvendo competências comerciais, administrativas e de comunicação institucional. Trabalhou na Sónia Romão Interiores, na área comercial, e na Trimavis, onde desempenhou funções comerciais e administrativas. Em 2025, teve a oportunidade de integrar a área de Comunicação e Imagem no Gabinete do Presidente da República de Moçambique, uma experiência que lhe permitiu contactar com as exigências da comunicação institucional num contexto de elevada responsabilidade.

Actualmente, exerce funções de assistência executiva e financeira na Câmara de Comércio Moçambique–Itália (CCMI), acompanhando dinâmicas empresariais e relações institucionais entre os dois países. Paralelamente, desempenha responsabilidades ligadas à cooperação no Conselho Distrital da Juventude de Kampfumo. Foi também escolhida, por duas vezes, para integrar júris de iniciativas governamentais de empreendedorismo juvenil, a nível distrital e provincial, contribuindo para a avaliação de projectos apresentados por jovens empreendedores.

Estas experiências têm consolidado a sua convicção de que as relações institucionais devem produzir resultados para além dos encontros formais. Na sua perspectiva, uma aproximação bem construída pode facilitar investimentos, promover a transferência de conhecimento, abrir mercados e criar oportunidades para o sector privado e para a juventude. A diplomacia, neste sentido, exige muito mais do que capacidade de comunicação: requer preparação, escuta activa, inteligência emocional, negociação e compreensão das diferentes realidades culturais e económicas.

Para Helga, o primeiro contacto entre instituições ou profissionais representa apenas o início de um processo. O verdadeiro trabalho consiste em transformar essa aproximação numa relação de confiança e, posteriormente, numa colaboração com objectivos concretos. A ética, a discrição, o respeito pelos protocolos e a capacidade de compreender os interesses dos interlocutores são, por isso, elementos fundamentais para construir relações sustentáveis.

No domínio da cooperação, defende uma articulação efectiva entre instituições públicas, sector privado, organizações juvenis, sociedade civil e parceiros internacionais. Acredita que cada entidade possui recursos e conhecimentos que, quando devidamente conjugados, podem gerar respostas mais consistentes aos desafios das comunidades. Cooperar, na sua visão, não significa apenas assinar memorandos ou organizar encontros, mas criar condições para formação, acesso a financiamento, criação de emprego, fortalecimento empresarial e participação dos jovens no desenvolvimento.





É também na aproximação entre diferentes realidades económicas que identifica oportunidades nas relações entre Moçambique e Itália. O potencial moçambicano nos sectores da energia, agricultura, agro-indústria, turismo, infra-estruturas e transformação de matérias-primas pode encontrar complementaridade na experiência industrial, tecnológica e empresarial italiana. Para si, a cooperação deve ultrapassar a simples importação e exportação, promovendo investimentos produtivos, formação profissional, transferência de tecnologia e integração das empresas nacionais em cadeias de valor mais amplas.

Se no campo institucional procura construir pontes entre pessoas e organizações, no empreendedorismo encontrou outra forma de transformar experiências em soluções. A Delícias Sem Glúten nasceu de uma realidade pessoal que marcou profundamente a sua vida. Desde a infância, enfrentou problemas de saúde relacionados com a alimentação e, aos 25 anos, depois de um período particularmente difícil, recebeu o diagnóstico de doença celíaca. A partir desse momento, teve de adaptar os seus hábitos alimentares, eliminando o glúten e o leite, de acordo com as orientações recebidas.

A experiência permitiu-lhe compreender as dificuldades enfrentadas por pessoas que necessitam de restrições alimentares. Encontrar produtos adequados, saborosos e acessíveis nem sempre é simples, sobretudo num mercado onde ainda existe pouca informação sobre a doença celíaca e outras condições associadas à alimentação. Foi dessa necessidade que surgiu a vontade de criar uma marca capaz de oferecer alternativas sem glúten e sem lactose, conciliando qualidade, sabor e confiança.

A Delícias Sem Glúten representa, assim, muito mais do que uma iniciativa comercial. É a transformação de uma dificuldade pessoal numa resposta a uma necessidade colectiva. Helga acredita que uma alimentação adaptada não deve significar abdicar do prazer de comer e que as pessoas com doença celíaca, intolerâncias ou sensibilidades alimentares merecem encontrar produtos que lhes permitam viver com maior tranquilidade.

O projecto começou também a conquistar visibilidade. Em 2021, Helga teve o seu primeiro artigo publicado na revista Negócios. No ano seguinte, a sua história chegou à televisão alemã Deutsche Welle (DW), através de um documentário, e participou em programas radiofónicos, incluindo a RTP Internacional. O seu percurso foi igualmente destacado em outras publicações, entre elas as revistas Negócios e +Jovem.

Entre os reconhecimentos conquistados encontram-se o prémio BIZZ, no âmbito do Orange Corners, em 2024, e uma distinção no âmbito do projecto Prémio Jovem Criativo. Estes marcos reforçaram a importância de estruturar o negócio de forma mais estratégica, olhando para a melhoria dos processos, a disponibilidade de matérias-primas e as possibilidades de expansão.

O desenvolvimento de produtos especializados, contudo, exige atenção permanente. O acesso a ingredientes adequados, os custos de produção, a conservação, as embalagens e a prevenção da contaminação cruzada constituem desafios importantes. Para quem vive com doença celíaca, a ausência de glúten não é uma simples preferência ou tendência alimentar, mas uma necessidade de saúde que exige rigor na preparação e na escolha dos produtos.

Por essa razão, Helga procura posicionar a marca em torno da confiança, da segurança alimentar e da qualidade. A diferenciação passa também pela diversidade de soluções, incluindo misturas de farinhas e outros produtos que facilitem a preparação de receitas em casa. A ambição





é consolidar a Delícias Sem Glúten, ampliar a capacidade de produção e distribuição e tornar a marca uma referência para consumidores que procuram alternativas alimentares adaptadas.

A gestão simultânea destas responsabilidades institucionais e empresariais é outro exercício constante. Mãe, profissional e empreendedora, Helga reconhece que conciliar diferentes áreas exige disciplina, planeamento e capacidade de estabelecer prioridades. A maternidade tem sido uma das suas maiores escolas de gestão, ensinando-lhe resiliência, adaptação e a importância de tomar decisões conscientes sobre o tempo e os compromissos.

Ao longo do percurso, aprendeu também que liderança não significa assumir todas as tarefas individualmente. Significa saber organizar, reconhecer quando é necessário apoio, trabalhar com pessoas de diferentes perfis e manter uma visão clara dos objectivos. A experiência institucional ensinou-lhe o valor do profissionalismo e da confidencialidade, enquanto o empreendedorismo reforçou a necessidade de encontrar soluções, gerir recursos e transformar oportunidades em resultados.



Entre os desafios mais marcantes está a própria capacidade de transformar uma condição de saúde numa oportunidade de criação de valor. O diagnóstico de doença celíaca exigiu mudanças profundas, mas acabou por revelar uma necessidade que poderia ser respondida através de um projecto empresarial. Essa experiência ensinou-lhe que os obstáculos não têm necessariamente de determinar o destino de uma pessoa, podendo também impulsionar novas competências, decisões e caminhos.

Olhando para o futuro, pretende continuar a aprofundar os seus conhecimentos em cooperação, relações internacionais e diplomacia económica, contribuindo para aproximar Moçambique de parceiros estratégicos. No empreendedorismo, deseja consolidar a Delícias Sem Glúten como uma marca sustentável, capaz de responder às necessidades dos consumidores e gerar oportunidades económicas. A participação dos jovens e das mulheres nos processos de desenvolvimento nacional permanece igualmente entre as suas prioridades.

Às jovens mulheres moçambicanas que ambicionam ocupar posições de liderança, deixa um apelo à preparação, à coragem e à valorização das próprias capacidades. Defende o investimento na formação, o desenvolvimento de competências, a construção de relações genuínas e a entrada em espaços onde a presença feminina ainda precisa de ser fortalecida. Considera, contudo, que ambição e integridade devem caminhar juntas e que não é necessário diminuir as próprias capacidades para demonstrar humildade.

A fé em Deus continua a ser uma referência essencial na forma como encara a vida e as responsabilidades que assume. Acredita que os talentos devem ser desenvolvidos com responsabilidade e colocados ao serviço de algo maior do que os interesses individuais.

Helga Bilal procura construir um percurso em que a diplomacia aproxime instituições, a cooperação transforme relações em oportunidades e o empreendedorismo responda a necessidades concretas. Mais do que os cargos que ocupa ou os reconhecimentos que conquista, deseja ser recordada pela capacidade de abrir caminhos e criar condições para que outras pessoas também possam avançar. Afinal, como resume a sua visão, o percurso de uma pessoa não deve ser medido apenas pelas portas que consegue abrir para si própria, mas também por aquelas que ajuda a abrir para os outros.

GABRIEL VILANCULO (GCRAZY)

DA CRIATIVIDADE À CRIAÇÃO DE OPORTUNIDADES PARA A JUVENTUDE



Gabriel Vilanculo, conhecido entre os mais próximos como Eddy e no universo artístico como Gcrazy, é um jovem moçambicano que encontrou na criatividade uma forma de expressar ideias, desenvolver projectos e construir o seu próprio caminho. Director criativo na Click Creators Agency, acredita que o talento juvenil precisa de espaço, orientação e oportunidades para se transformar em realizações concretas. A sua história começa com poucos recursos, mas com uma vontade constante de criar.

A criatividade sempre esteve presente na sua vida. Desde cedo, teve muitas ideias e o desejo de lhes dar forma, embora nem sempre dispusesse dos meios necessários para concretizar aquilo que imaginava. Essa realidade não diminuiu a sua vontade de experimentar. Pelo contrário, ensinou-lhe a procurar soluções, adaptar-se às circunstâncias e compreender que, muitas vezes, o primeiro passo não depende das condições ideais, mas da iniciativa de começar.

O interesse pela criação de conteúdos surgiu através do YouTube, onde começou a produzir vídeos de humor utilizando um iPhone 6 que nem sequer tinha acesso à rede móvel e dependia de uma ligação Wi-Fi para funcionar. Mais tarde, o equipamento avariou. Perante essa dificuldade, reuniu os recursos que tinha para adquirir outro telemóvel e continuar a desenvolver as suas ideias. Uma experiência aparentemente simples acabou por representar uma das primeiras lições do seu percurso: a falta de recursos pode limitar o ritmo, mas não precisa de anular a vontade de criar.

Com o passar do tempo,

o interesse pela produção de vídeos evoluiu para uma visão mais abrangente da criatividade e da comunicação. Gabriel começou a perceber que uma ideia podia ultrapassar o entretenimento e transformar-se numa ferramenta para contar histórias, construir identidades, promover marcas e desenvolver projectos. Foi nesse processo que encontrou na direcção criativa um espaço onde poderia unir imaginação, estratégia e execução.

Actualmente, na Click Creators Agency, encara a criatividade como uma forma de resolver problemas e transformar ideias em soluções de comunicação. Acredita que cada marca tem uma identidade própria e que os conteúdos devem ajudar a transmiti-la de forma clara, relevante e próxima do público. A produção de conteúdos, por sua vez, envolve diferentes competências, desde a concepção de uma ideia até à filmagem, edição e divulgação. É precisamente nessa diversidade que identifica uma oportunidade para integrar e desenvolver novos talentos.





Para Gabriel, as indústrias criativas representam um campo com potencial significativo para a juventude moçambicana. Áreas como fotografia, produção audiovisual, design, gestão de redes sociais, comunicação e criação de conteúdos permitem desenvolver competências que podem abrir portas ao emprego, à prestação de serviços e ao empreendedorismo. O mercado digital oferece novas possibilidades de participação económica, mas exige aprendizagem, consistência e capacidade de adaptação.

A sua visão não se limita ao crescimento individual ou empresarial. Uma das motivações que orientam o seu trabalho é proporcionar a outros jovens oportunidades que ele próprio gostaria de ter encontrado no início do seu percurso. Conhece a realidade de possuir ideias e vontade de crescer, mas não dispor dos equipamentos, recursos ou contactos necessários para avançar. Por isso, defende que o talento não deve ser avaliado apenas pela experiência que alguém já possui, mas também pela capacidade de aprender, pela atitude e pela vontade de evoluir.

Dessa convicção nasceu o interesse em criar iniciativas que valorizem a participação juvenil. A YouthTalks surge como uma extensão dessa visão, procurando construir um espaço de inspiração, aprendizagem e partilha de experiências. A iniciativa pretende dar visibilidade às ideias e capacidades dos jovens moçambicanos, aproximando-os de conversas que possam ampliar horizontes e ajudá-los a descobrir novas possibilidades.

Mais do que falar sobre sucesso, Gabriel pretende incentivar os jovens a pensar, aprender e transformar ideias em acção. Acredita que muitos possuem potencial, mas enfrentam dificuldades para identificar o primeiro passo, encontrar orientação ou aceder a oportunidades. Nesse contexto, espaços de diálogo e partilha podem contribuir para aproximar experiências, estimular a criatividade e fortalecer a confiança de quem procura construir um caminho próprio.

Identificar e desenvolver talentos é, por isso, uma dimensão importante da sua abordagem. Procura reconhecer não apenas as competências técnicas, mas também a criatividade, a curiosidade e a disposição para aprender. Considera que existem jovens que ainda não tiveram oportunidade de demonstrar aquilo que sabem fazer e que, por essa razão, não devem ser afastados de projectos apenas por não possuírem um currículo extenso.

Acredita que a melhor forma de desenvolver capacidades é permitir que as pessoas participem, experimentem e aprendam durante o processo. Uma oportunidade pode representar o início de uma transformação profissional, sobretudo quando existe alguém disponível para orientar e partilhar conhecimento. Na sua perspectiva, criar espaço para novos talentos é também investir no futuro das próprias indústrias criativas.

Naturalmente, o percurso não esteve livre de obstáculos. Começar com poucos recursos, encontrar soluções para continuar a produzir e transformar uma paixão numa actividade profissional exigiram persistência e capacidade de adaptação. A experiência com o primeiro telemóvel tornou-se uma referência pessoal sobre a importância de não esperar pelas condições perfeitas. Aprendeu que cada tentativa pode trazer conhecimento e que crescer implica aceitar erros, rever estratégias e continuar a desenvolver competências.



Para os jovens que desejam seguir uma carreira na criatividade, na comunicação ou no empreendedorismo, a sua mensagem é directa: começar com aquilo que se tem, aprender com cada experiência e não ter vergonha de evoluir gradualmente. Nem sempre é possível reunir todos os meios no início, mas a consistência e a disposição para aprender podem ajudar a construir as condições necessárias ao longo do caminho.

Fora das responsabilidades profissionais, Gabriel descreve-se como um jovem alegre, disponível para ajudar e que procura manter um sorriso mesmo perante as dificuldades. Essa dimensão humana acompanha a forma como olha para o seu trabalho e para as pessoas com quem se cruza. Para ele, a criatividade também deve ser acompanhada de empatia, colaboração e vontade de contribuir para o crescimento dos outros.

O futuro passa pelo fortalecimento da Click Creators Agency, pelo desenvolvimento da YouthTalks e pela criação de mais espaços onde os jovens possam apresentar ideias, adquirir experiência e demonstrar as suas capacidades. Deseja que os projectos em que está envolvido tenham um impacto que ultrapasse os resultados comerciais ou a visibilidade, contribuindo para uma juventude mais confiante, preparada e capaz de transformar talento em oportunidades.

Gabriel Vilanculo ainda está a construir o seu percurso, mas tem uma convicção que atravessa todas as suas iniciativas: os jovens não precisam apenas de ser incentivados a sonhar; precisam também de encontrar condições para concretizar esses sonhos. A sua história começou com um telemóvel limitado e a vontade de criar vídeos. Hoje, essa mesma vontade procura abrir espaço para outras pessoas.

Porque, para Gcrazy, o verdadeiro impacto não está apenas naquilo que conseguimos criar, mas também nas oportunidades que ajudamos outros a construir.

VAGNEY FARIAS DEMUÉ

A CRIATIVIDADE POR DETRÁS DA CÂMARA

Aos 21 anos, Vagney Farias Demué, natural de Cabo Delgado, representa uma geração de jovens moçambicanos que encontra na criatividade uma oportunidade para construir o próprio caminho. Videomaker, cantor e apaixonado pela comunicação, começou por experimentar a produção de vídeos com amigos, movido pelo desejo de dirigir e contar histórias. Hoje, procura transformar essa paixão numa estrutura profissional, através da FR CREATIVE, com a ambição de contribuir para a evolução da produção audiovisual em Moçambique.

Antes de se afirmar como videomaker, Vagney já demonstrava interesse pelas artes e pelos meios de comunicação. Imaginava-se como locutor, tinha vontade de experimentar a representação e mantinha uma ligação próxima à música, área em que também desenvolve o seu talento como cantor. Extrovertido e comunicativo, gosta de conhecer pessoas, estabelecer amizades e criar ligações, características que considera importantes para o seu crescimento pessoal e profissional.

A paixão pelo audiovisual começou a ganhar forma por volta de 2017, quando se reunia com amigos para transformar ideias em pequenos vídeos.





Embora também participasse nas gravações, era frequentemente quem idealizava os conceitos, orientava os intervenientes, filmava e assumia a edição. O desejo de dirigir estava presente desde o início, mesmo antes de compreender todas as possibilidades técnicas e profissionais que aquela actividade poderia oferecer.

Entre as suas primeiras referências esteve o criador brasileiro Ronnie Capudoso, cujos conteúdos despertaram ainda mais a vontade de experimentar e aprender. Ao observar os vídeos, procurava compreender as escolhas criativas, as técnicas de filmagem e os recursos utilizados para construir cada produção. A inspiração tornou-se um exercício de aprendizagem, levando-o a procurar tutoriais e a desenvolver competências de forma autónoma.

Os primeiros passos foram dados com os recursos disponíveis. Filmava com os amigos, mas também saía sozinho para a rua para experimentar enquadramentos, testar ideias e desenvolver a sua capacidade de observação. Pesquisava sobre edição, filmagem, criação de capas e thumbnails, procurando aplicar cada novo conhecimento nos projectos seguintes. Não começou com uma estrutura profissional nem com equipamentos sofisticados. Começou com curiosidade, iniciativa e vontade de evoluir.

Com o tempo, a sua abordagem foi adquirindo uma identidade própria. Vagney identifica-se com uma linguagem cinematográfica, na qual a imagem não serve apenas para registar acontecimentos, mas para construir narrativas e despertar emoções. Procura compreender a mensagem de cada projecto e encontrar a melhor forma de a transmitir ao público, combinando imagem, ritmo, criatividade e intenção.

Actualmente, trabalha sobretudo com publicidade para empresas e marcas, mas procura introduzir nos conteúdos comerciais elementos da linguagem cinematográfica. Em vez de apresentar directamente um produto ou serviço, interessa-lhe construir uma história que envolva o espectador e permita



integrar a oferta de forma natural. Acredita que a publicidade pode ser mais interessante quando deixa de ser apenas uma tentativa de venda e passa a oferecer uma experiência de comunicação.

Na sua perspectiva, o vídeo tornou-se uma ferramenta importante para as empresas que procuram fortalecer a presença no mercado. Enquanto a fotografia permite apresentar visualmente um produto, o vídeo acrescenta movimento, demonstração, contexto e narrativa. Permite mostrar como algo funciona, explicar a sua utilidade e aproximar a marca das pessoas. Por isso, defende que as empresas devem encarar a produção audiovisual como parte da sua estratégia de comunicação, e não apenas como mais uma publicação para as redes sociais.

O percurso, contudo, não foi construído sem dificuldades. Um dos primeiros obstáculos foi a falta de equipamentos e de recursos financeiros para concretizar as ideias que tinha. Muitas vezes, precisava de encontrar alternativas para continuar a gravar e produzir, mesmo quando as condições estavam longe das que considerava necessárias. Mais tarde, a perda do emprego obrigou-o a iniciar uma nova etapa profissional, trabalhando por conta própria e enfrentando a incerteza de um mercado em que os clientes e os trabalhos remunerados nem sempre surgiam com regularidade.

Foi um período que exigiu paciência, persistência e capacidade de adaptação. Vagney compreendeu que esperar pelas condições perfeitas poderia significar adiar indefinidamente os seus objectivos. Em vez de abandonar a actividade, procurou continuar a aprender, aproveitar as oportunidades disponíveis e construir gradualmente a sua presença profissional.

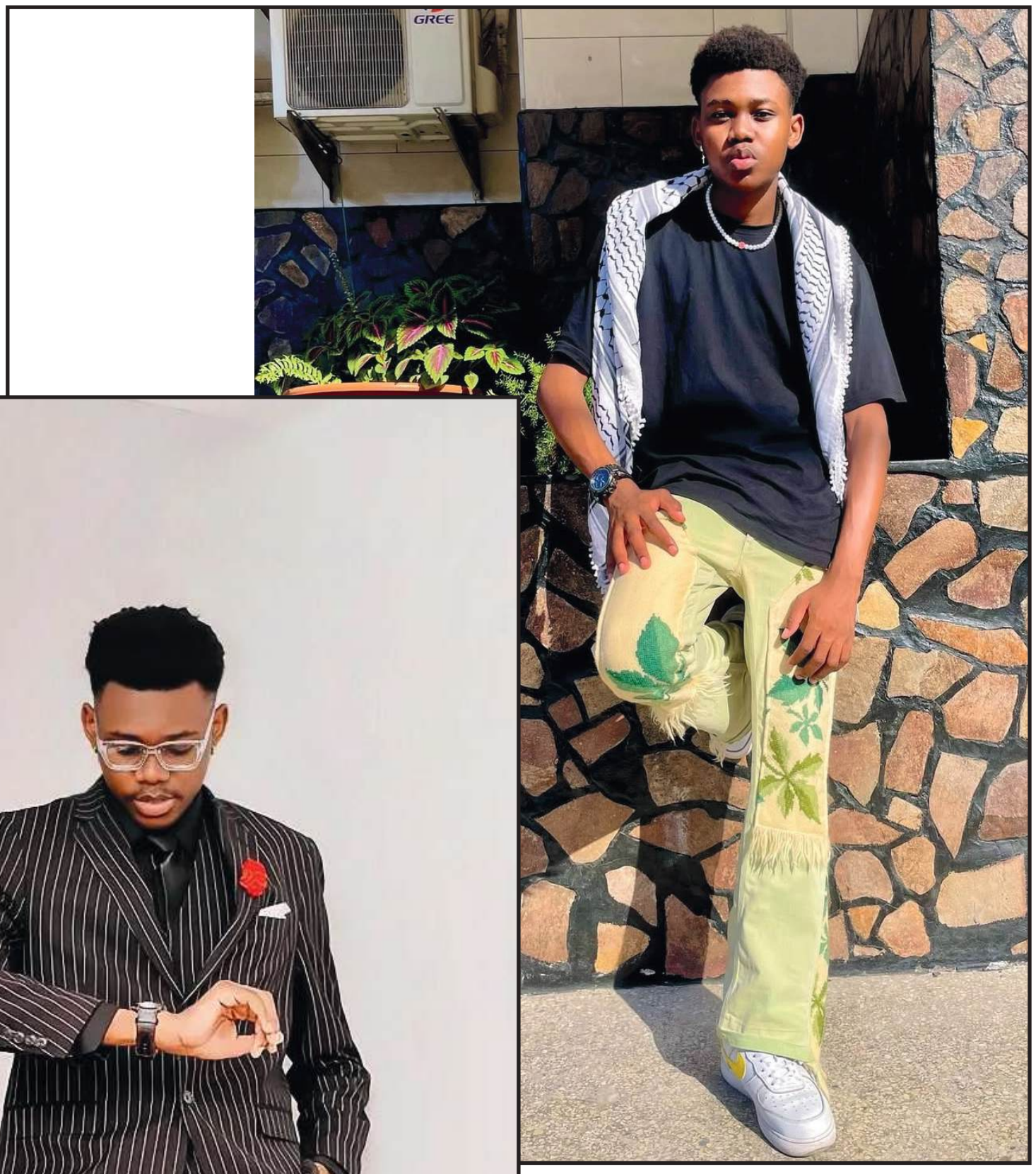
Actualmente, a sua ambição passa por consolidar a FR CREATIVE e transformá-la numa agência criativa com capacidade para responder a diferentes necessidades do mercado. O projecto pretende reunir profissionais de filmagem, edição, design, gestão de redes sociais e operação de drones, criando uma estrutura mais organizada e preparada para desenvolver produções de maior dimensão. Mais do que trabalhar individualmente, deseja construir uma equipa capaz de combinar diferentes competências e elevar a qualidade dos serviços prestados.

Num mercado em que cada vez mais pessoas produzem conteúdos digitais, Vagney considera que a diferenciação não depende exclusivamente dos equipamentos utilizados. Um dos aspectos que procura valorizar é a rapidez na entrega. Recorda experiências em que conseguiu filmar um evento, editar e publicar conteúdos praticamente em simultâneo, recorrendo até a um telemóvel. Em determinados contextos, essa agilidade permite que a comunicação acompanhe o acontecimento enquanto o público ainda está envolvido.

Ainda assim, a rapidez não substitui a necessidade de compreender cada cliente e o objectivo da produção. Para si, a identidade de um vídeo começa na ideia e na forma como ela é executada. O equipamento pode ampliar as possibilidades técnicas, mas é a criatividade que determina a intenção e a mensagem que se pretende transmitir.

A aprendizagem contínua ocupa igualmente um lugar central na sua evolução. Vagney acompanha o trabalho de outros criadores, observa técnicas de edição, transições e efeitos visuais, procura tutoriais e experimenta novas abordagens. Não se limita a reproduzir aquilo que vê: procura adaptar as referências à sua própria linguagem criativa. Num sector em permanente transformação, entende que a tecnologia oferece novas ferramentas, mas é a capacidade de as utilizar com intenção que permite construir conteúdos relevantes.

Os seus objectivos ultrapassam o mercado nacional. Pretende transformar a FR CREATIVE numa agência com uma equipa ampla, equipamentos de qualidade e capacidade para estabelecer parcerias em diferentes geografias. Portugal está entre os mercados que gostaria de alcançar, seguindo-se, futuramente, os Estados Unidos. Paralelamente, deseja crescer enquanto criador de conteúdos e influencer, colaborando





com marcas e empresas que se identifiquem com o seu trabalho.

A música continua também presente nos seus planos. A longo prazo, depois de alcançar maior estabilidade profissional e financeira, gostaria de explorar oportunidades na gestão de artistas e desenvolver projectos empresariais noutras áreas. São ambições que revelam uma visão empreendedora assente na diversificação, na construção de parcerias e na vontade de transformar diferentes interesses em projectos sustentáveis.

Aos jovens moçambicanos que desejam entrar no audiovisual, mas não possuem equipamentos, contactos ou oportunidades, deixa uma mensagem que reflecte a sua própria experiência: não esperar pelas condições perfeitas para começar. Defende a importância de praticar, procurar conhecimento, conhecer pessoas e frequentar ambientes que permitam descobrir novas possibilidades. As relações podem abrir portas, mas é necessário estar preparado para aproveitar as oportunidades quando surgirem.

Também dirige um apelo aos empresários e empreendedores para que reforcem a sua presença digital. Na sua perspectiva, as redes sociais permitem apresentar produtos e serviços a públicos mais amplos, comunicar o valor das marcas e estabelecer novas relações com potenciais clientes. Ter um bom negócio é importante, mas saber mostrar aquilo que se faz tornou-se igualmente relevante.

Vagney Farias Demué continua a construir o seu percurso entre a música, a criação de conteúdos e o empreendedorismo audiovisual. Aos 21 anos, tem diante de si o desafio de transformar uma paixão iniciada entre amigos numa estrutura profissional capaz de crescer, gerar oportunidades e afirmar-se em novos mercados. A sua história demonstra que uma carreira criativa pode começar com meios limitados, desde que exista disposição para aprender, experimentar e persistir.

O seu maior objectivo não é apenas crescer como videomaker, mas construir uma agência que dê forma a ideias, valorize marcas e abra espaço para outros talentos. Porque, para Vagney, a câmara é mais do que um equipamento de trabalho: é uma ferramenta para contar histórias, criar oportunidades e transformar visões em realidade.

EDIÇÃO 155

NOVEMBRO 2026

PM SERVICES

MAGAZINE

INSPIRAÇÃO LIDERANÇA IMPACTO

KAYO ISSA CÊRA

Moçambique entre a elite mundial do Karting

PÁGINA 06