PM SERVICES
Magazine
162
INSPIRAÇÃO LIDERANÇA IMPACTO NOVEMBRO 2026



FILIPE MUTIMBA

Da Machava ao mundo, uma marca que vai além da barbearia

A barbearia começou, então, a revelar-se como uma extensão dos seus interesses. Aquilo que inicialmente parecia afastá-lo do caminho que imaginava acabou por aproximá-lo de uma actividade onde podia combinar técnica e expressão artística. Mais do que aprender uma profissão, Filipe começou a perceber que tinha a possibilidade de construir uma identidade própria dentro dela.

KAVION ENERGY INAUGURA NOVAS INSTALAÇÕES NO PATRIOTA E REFORÇA PRESENÇA NO SECTOR ENERGÉTICO ANGOLANO

Empresa reforça a sua expansão e posicionamento no mercado nacional.



A Kavion Energy (SU), Lda., empresa integrante do Grupo Inopet, inaugurou, no dia 20 de Novembro, as suas novas instalações no Patriota, em Luanda, assinalando uma nova etapa no seu percurso de crescimento e reforço da presença no sector energético angolano.

A cerimónia reuniu representantes institucionais, empresários, parceiros estratégicos e convidados, contando com a presença de personalidades como Sandra Batalha e Moisés de Brito. O momento foi também marcado por uma actuação musical especial de Puto Português.

Com as novas instalações, a Kavion Energy pretende reforçar as condições de desenvolvimento das suas actividades, consolidando a sua estratégia de expansão e a aposta no mercado nacional.

Integrada no Grupo Inopet, a empresa reafirma o seu compromisso com o desenvolvimento do sector energético em Angola e o fortalecimento das relações institucionais e comerciais.









CRISTIANA GALANTE

Educar para além do comportamento



Aos 50 anos, Mara Cristiana Costa Ferreira Galante, profissionalmente conhecida como Cristiana Galante, tem construído um percurso dedicado à Educação, à Parentalidade e ao Desenvolvimento Humano. Natural de Luanda, vive em Portugal desde os 15 meses de idade e encontrou no contacto com diferentes realidades educativas, familiares e comunitárias uma motivação para compreender melhor as pessoas e os seus processos de desenvolvimento. Doutoranda em Ciências da Educação, procura aproximar o conhecimento científico das experiências quotidianas de crianças, adolescentes, famílias e profissionais, defendendo uma abordagem que vai além das manifestações visíveis do comportamento e procura compreender as histórias, emoções e necessidades que existem por detrás de cada atitude.

A sua história pessoal é marcada por diferentes capítulos, alguns deles atravessados por experiências difíceis e desafiadoras. Ao olhar para essas vivências, Cristiana reconhece que contribuíram para desenvolver uma sensibilidade particular em relação às relações humanas e à forma como cada pessoa enfrenta as suas circunstâncias. Acredita que nem sempre aquilo que alguém demonstra corresponde àquilo que verdadeiramente sente ou vive. Por vezes, existem experiências, inseguranças e necessidades que não são imediatamente perceptíveis, mas que influenciam profundamente a maneira como cada indivíduo se relaciona com o mundo.

Essa curiosidade em compreender o ser humano acompanhou-a ao longo do percurso académico e profissional. Actualmente, é doutoranda em Ciências da Educação, com especialidade em Educação, Desenvolvimento Comunitário e Formação de Adultos. Ao longo dos anos, trabalhou com crianças, jovens, adultos, famílias e instituições, passando por diferentes contextos educativos e formativos que consolidaram a sua ligação ao desenvolvimento humano.

Mais do que trabalhar com pessoas, gosta de trabalhar com histórias, potencialidades e possibilidades de transformação. Considera-se uma mulher curiosa e inquieta, interessada em compreender o que leva cada pessoa a agir, sentir e relacionar-se de determinada maneira. Essa perspectiva tornou-se uma das bases da sua intervenção: reconhecer que o desenvolvimento não acontece de forma isolada e que cada indivíduo deve ser compreendido dentro do contexto em que vive.

Foi através do contacto com diferentes realidades educativas e familiares que começou a perceber a importância de articular o acompanhamento das crianças e dos adolescentes com o trabalho desenvolvido junto dos adultos que fazem parte das suas vidas. Muitas das dificuldades manifestadas durante a infância e a adolescência não podem ser interpretadas apenas a partir do comportamento individual. As relações familiares, as experiências emocionais, o ambiente escolar e as condições sociais também influenciam o desenvolvimento.

Compreender esta dimensão não significa justificar todos os comportamentos ou eliminar a necessidade de estabelecer limites. Pelo contrário, Cristiana defende que compreensão e educação devem caminhar juntas. Os limites continuam a ser fundamentais para proporcionar segurança e orientação, mas precisam de ser estabelecidos com coerência, respeito e intenção educativa.

Antes de perguntar como corrigir determinada atitude, propõe uma reflexão diferente: o que estará





Esta compreensão levou-a a atribuir um lugar central à parentalidade no seu trabalho. Para Cristiana, apoiar uma criança significa, muitas vezes, apoiar também os pais, professores e outros adultos responsáveis pelo seu crescimento. Não basta procurar respostas para aquilo que a criança manifesta; é necessário compreender o ambiente em que está inserida e capacitar os adultos para responderem às suas necessidades de forma mais consciente.

É nesta perspectiva que se enquadra uma das ideias centrais da sua abordagem: «Além do Comportamento». A expressão traduz a importância de não ficar apenas pela atitude visível, mas procurar compreender aquilo que poderá estar na sua origem.

Na sua leitura, um comportamento é também uma forma de comunicação. Uma criança que manifesta oposição, irritabilidade, agressividade ou isolamento pode estar a expressar emoções e necessidades para as quais ainda não encontrou palavras ou recursos internos suficientes. O mesmo pode acontecer com adolescentes que enfrentam dificuldades em comunicar aquilo que sentem ou em gerir determinadas experiências.

esta criança ou este adolescente a tentar comunicar?

A pergunta altera a forma como os adultos observam e interpretam determinadas situações. Em vez de reagirem imediatamente à manifestação exterior, podem procurar identificar os factores que a antecederam, compreender os padrões que se repetem e avaliar a forma como as suas próprias respostas influenciam o comportamento.

Para os pais e educadores, esse processo exige capacidade de observação, escuta e disponibilidade emocional. É importante perceber em que circunstâncias surge determinada reacção, criar oportunidades de diálogo e ajudar as crianças a reconhecer e nomear aquilo que sentem. Uma atitude de oposição, por exemplo, pode estar relacionada com a necessidade de autonomia, dificuldades em lidar com a frustração ou insegurança perante determinada situação.

A intervenção dos adultos também depende da capacidade de reconhecerem as próprias emoções. Um pai ou professor que não consegue gerir a sua irritação poderá ter maior dificuldade em ajudar uma criança a regular a dela. Por isso, a educação emocional não deve ser entendida como uma competência exigida apenas aos mais novos. Os adultos também precisam de aprender, rever comportamentos e desenvolver formas mais conscientes de comunicar.



Esta necessidade torna-se particularmente evidente numa sociedade marcada pela aceleração do quotidiano, pela tecnologia e pelas mudanças nas dinâmicas familiares. Cristiana identifica como um dos maiores desafios das famílias a dificuldade em equilibrar responsabilidades profissionais, disponibilidade emocional e tempo de qualidade nas relações.

As crianças e os adolescentes crescem actualmente expostos a uma grande quantidade de informação, estímulos e modelos de referência. A tecnologia proporciona oportunidades de aprendizagem e comunicação, mas também levanta questões relacionadas com a exposição social, a autoestima, a comparação e a definição de limites.

A estas dificuldades juntam-se os conflitos entre pais e filhos, os desafios da comunicação e a insegurança que muitos adultos sentem perante as diferentes etapas do desenvolvimento. Existe ainda uma pressão crescente para corresponder a modelos de parentalidade apresentados como ideais, muitas vezes divulgados nas redes sociais.

A comparação com outras famílias pode alimentar sentimentos de culpa e a ideia de que é necessário ser um pai ou uma mãe perfeito. Cristiana afasta-se dessa perspectiva e defende que não existem fórmulas universais para educar. Cada família possui uma história, recursos e dificuldades próprios, pelo que as respostas devem ser construídas de acordo com a sua realidade.

O seu trabalho procura precisamente capacitar os pais, disponibilizando conhecimento e ferramentas que os ajudem a compreender melhor os filhos e a tomar decisões mais conscientes. Educar não significa alcançar a perfeição, mas construir relações suficientemente seguras, consistentes e disponíveis.

Essa visão orienta também as metodologias que utiliza nas mentorias, formações, palestras e projectos educativos. Privilegia abordagens participativas e reflexivas, adaptadas às características de cada público e contexto. Trabalha a partir de situações concretas, experiências do quotidiano, exercícios de reflexão, dinâmicas de grupo e estudos de caso, procurando aproximar o conhecimento científico das necessidades reais das pessoas.

Nas mentorias, valoriza especialmente a escuta, a identificação de necessidades, a definição de objectivos e a construção de caminhos possíveis. Nas formações e palestras, procura transformar conceitos e conhecimentos em ferramentas que possam ser aplicadas nos contextos familiar, pessoal e profissional.

A mudança que mais valoriza começa na forma como uma pessoa passa a olhar para si própria e para os outros. Quando alguém reconhece as suas competências, identifica dificuldades e descobre novas possibilidades de agir, começa a desenvolver uma consciência que pode influenciar positivamente as suas relações e decisões.





Não procura oferecer respostas fechadas ou soluções iguais para todos. Prefere ajudar as pessoas a fazer melhores perguntas, reflectir sobre as suas experiências e encontrar respostas ajustadas às circunstâncias que enfrentam.

Entre as iniciativas que reflectem essa vontade de criar espaços de diálogo está o «Sofá Rosa das Conversas». O projecto nasceu de um desejo pessoal de proporcionar um ambiente onde as pessoas possam falar para além da imagem que habitualmente apresentam aos outros.

O nome reúne dois elementos com significado para Cristiana. O rosa é uma das suas cores preferidas, enquanto o sofá representa conforto, proximidade e partilha. A proposta é simples: criar um espaço onde seja possível sentar, conversar e dar lugar às histórias individuais.

Pensado para funcionar em formato de podcast, o «Sofá Rosa das Conversas» pretende dar voz sobretudo a mulheres que queiram partilhar experiências, escolhas, conquistas, dificuldades e mudanças que marcaram os seus percursos. A intenção não é apresentar apenas histórias de sucesso ou versões idealizadas da vida, mas promover conversas autênticas, humanas e diversas.

Cristiana acredita que cada história partilhada pode ajudar outra pessoa a reconhecer-se, compreender melhor a própria experiência ou encontrar coragem para enfrentar uma situação. Por isso, deseja que o projecto evolua para uma comunidade de partilha, identificação e inspiração.

A sua preocupação com as novas gerações também atravessa a reflexão sobre o papel dos pais, professores e profissionais de educação. Para Cristiana, o desafio não consiste apenas em compreender crianças e adolescentes, mas também em reconhecer que os adultos precisam de adaptar as suas próprias formas de comunicar, educar e estabelecer limites.

As novas gerações crescem num mundo diferente daquele em que muitos dos seus pais e educadores foram formados. Esperar que compreendam as referências dos adultos sem que estes procurem conhecer as suas experiências pode criar distanciamento e dificultar o diálogo.

Isso não significa abandonar princípios ou retirar autoridade aos adultos. Significa compreender que a autoridade educativa não precisa de estar assente no medo, na imposição ou na distância emocional. Os adultos continuam a ter a responsabilidade de orientar e estabelecer limites, mas precisam de desenvolver competências de comunicação, escuta e gestão de conflitos.

Cristiana chama a atenção para uma contradição frequente: não é possível exigir que os jovens aprendam a comunicar se não lhes forem apresentados modelos de comunicação, nem pedir-lhes que desenvolvam autorregulação emocional quando os ambientes em que crescem não lhes proporcionam oportunidades para aprender a gerir emoções.

A educação emocional ocupa, por isso, um lugar essencial na sua visão do desenvolvimento humano. As crianças e os adolescentes precisam de compreender que emoções como tristeza, medo, raiva e frustração fazem parte da experiência humana e que existem formas saudáveis de as reconhecer e expressar.

Para que isso aconteça, considera indispensável a criação de ambientes seguros, onde os mais novos possam falar sem receio de serem ridicularizados, desvalorizados ou constantemente julgados. A possibilidade de expressar sentimentos, experimentar, cometer erros e fazer escolhas adequadas à idade contribui para o desenvolvimento da autonomia, da autoestima e de uma identidade saudável.

Na sua perspectiva, a educação emocional não deve ser uma actividade pontual ou complementar, mas integrar a cultura familiar, escolar e comunitária. Educar implica preparar para o conhecimento, mas também para a consciência de si, a empatia, a responsabilidade e a relação com os outros.

O futuro do seu trabalho passa pela consolidação da marca pessoal Cristiana Galante e pelo desenvolvimento de respostas cada vez mais abrangentes nas áreas da Educação, Parentalidade e Desenvolvimento Humano. Entre os projectos que pretende concretizar está a Unidade de Educação, Parentalidade e Desenvolvimento Humano, na Clínica Saudavelmente, concebida para promover respostas articuladas dirigidas a crianças, adolescentes, famílias e profissionais.

Pretende igualmente desenvolver programas de capacitação parental, projectos de intervenção com crianças e jovens, mentorias, formação de profissionais e iniciativas comunitárias, mantendo o «Sofá Rosa das Conversas» como uma das plataformas de diálogo e partilha.

A investigação e a produção de conhecimento continuam também a fazer parte dos seus objectivos, em articulação com o percurso académico e o trabalho que desenvolve na área da educação parental. A ambição é contribuir para uma sociedade que compreenda a Educação de forma mais abrangente, reconhecendo que o desenvolvimento humano não acontece apenas na escola, mas em todos os espaços onde as pessoas vivem, crescem e estabelecem relações.

Aos pais e educadores, deixa uma mensagem que resume a essência da sua abordagem: «Não tenham tanta pressa em corrigir que se esqueçam de compreender.»

Por detrás de uma criança que desafia pode existir alguém que precisa de ser escutado. Por detrás de um adolescente que se afasta pode estar alguém que ainda não encontrou a forma de pedir ajuda. Reconhecer essas possibilidades exige atenção, paciência e disponibilidade para rever práticas.

Cristiana Galante acredita que os adultos não precisam de ser perfeitos, mas devem estar dispostos a aprender, reconhecer as próprias limitações e construir relações mais conscientes. A educação é um processo que envolve todas as gerações e exige que aqueles que orientam também estejam disponíveis para se transformar.

Porque educar para além do comportamento é reconhecer que, antes de corrigir atitudes, é preciso compreender pessoas. E que o verdadeiro desenvolvimento começa quando cada criança, adolescente e adulto encontra espaço para ser escutado, respeitado e acompanhado na construção do seu próprio caminho.







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.

ELIAS EDY BIÉ

Com pouco, é possível construir muito

Aos 22 anos, Elias Edy Bié, natural da Matola, está a construir um percurso marcado pela criatividade, pela comunicação e pela vontade de explorar as oportunidades do universo digital. Produtor de conteúdos, ligado ao Tu Pra Tu Podcast e impulsionador do projecto Tinkhonho Tá Bié, representa uma geração que procura transformar ideias em iniciativas concretas, recorrendo à criatividade e aos meios disponíveis para criar novas possibilidades. A sua trajectória é orientada por uma convicção: não é necessário ter todos os recursos para começar, mas é preciso coragem para dar forma àquilo que existe na imaginação.

A pessoa que Elias é hoje resulta, em grande medida, das experiências vividas durante a infância e a juventude. Cresceu numa casa sempre movimentada, onde viviam mais de dez pessoas, entre irmãos e primos. Esse ambiente familiar, marcado pela convivência e pelas diferentes influências, contribuiu para a construção da sua personalidade e da forma como passou a olhar para o mundo.

As experiências do passado, as amizades construídas na rua e a influência dos irmãos tiveram um papel importante no seu desenvolvimento. No entanto, havia também uma vontade particular de seguir um caminho diferente dentro da própria família. Elias descreve essa necessidade de diferenciação como o desejo de ser a «ovelha negra», alguém que não se limitasse a repetir os percursos conhecidos, mas procurasse fazer algo distinto e construir uma identidade própria.

Essa inquietação viria a encontrar expressão no universo da criação de conteúdos digitais. A sua aproximação a esta área aconteceu de forma inesperada, através de uma experiência simples. Alguns amigos utilizaram a sua imagem num teste, inicialmente numa brincadeira, mas a reacção do público acabou por despertar a sua atenção. O feedback positivo que recebeu levou-o a perceber que existia ali uma possibilidade que merecia ser explorada.

A partir desse momento, começou a desenvolver uma ligação mais forte à produção de conteúdos. O que inicialmente surgiu de uma experiência informal transformou-se num interesse pela comunicação, pela imagem e pela capacidade de captar a atenção das pessoas através de diferentes formatos.

Mas construir uma identidade no espaço digital exigiu mais do que simplesmente produzir e publicar. Um dos seus maiores desafios foi encontrar uma linguagem própria, desenvolver conteúdos diferentes dos habituais e, sobretudo, conseguir que o público compreendesse a mensagem que pretendia transmitir.

Elias percebeu que a diferença, por si só, não garante reconhecimento. É necessário que exista uma intenção clara por detrás daquilo que se comunica e que o público consiga identificar o significado da proposta. Entre a criatividade e a aceitação existe um processo de experimentação, consistência e aprendizagem.

É também dessa reflexão sobre identidade e autenticidade que nasce uma das expressões que acompanha a sua visão: «Quem tu és quando ninguém está a ver?». A pergunta surgiu num momento de introspecção, quando começou a questionar a distância que, por vezes, existe entre a imagem que as pessoas procuram transmitir e aquilo que verdadeiramente são.

Na sua perspectiva, nem sempre somos aquilo que tentamos mostrar aos outros. Existe uma dimensão mais espontânea, revelada nos momentos em que não procuramos impressionar ninguém, nem temos a intenção de construir determinada imagem. É nessa naturalidade que Elias encontra uma reflexão importante sobre a identidade humana e a forma como nos apresentamos perante a sociedade.

A pergunta ultrapassa, assim, o universo das redes sociais. Num ambiente onde a exposição e a construção da imagem pessoal assumem cada vez maior importância, convida a uma reflexão sobre autenticidade, coerência e a relação entre aquilo que mostramos e aquilo que somos.

Essa visão também encontra espaço no seu envolvimento com o Tu Pra Tu Podcast. Elias já acompanhava o projecto desde o seu lançamento e desenvolveu uma ligação com o seu apresentador, Ricardo, a quem frequentemente partilhava sugestões de conversas e temas que considerava interessantes para o público moçambicano.

A proximidade com o formato e o interesse pelo conteúdo acabaram por abrir espaço à sua





participação enquanto produtor. Importa, contudo, distinguir os papéis: Elias não foi o criador do podcast, mas passou a integrar a iniciativa, contribuindo para o desenvolvimento das conversas e para a construção de uma programação capaz de despertar identificação junto do público.

O propósito é proporcionar encontros em torno de assuntos e histórias com os quais os moçambicanos se possam relacionar. Mais do que apresentar conversas isoladas, pretende-se criar um espaço de partilha e reconhecimento, onde diferentes experiências e perspectivas possam aproximar pessoas de várias realidades.

A escolha dos convidados obedece à relevância dos temas e das histórias que merecem ser amplificadas. A intenção é identificar pessoas e experiências que possam acrescentar valor à discussão pública, dando visibilidade a assuntos que, por diferentes razões, precisam de chegar a mais pessoas.

Para Elias, a comunicação tem precisamente essa capacidade: aproximar realidades, criar identificação e transformar uma conversa num ponto de encontro entre diferentes experiências. Num país com uma diversidade de histórias e desafios, considera importante desenvolver formatos que permitam ao público reconhecer-se nos temas apresentados.

Paralelamente ao trabalho desenvolvido no universo dos conteúdos digitais, surgiu o projecto Tinkhonho Tá Bié. A iniciativa nasceu da vontade de criar um negócio diferente dos modelos mais habituais e de apresentar uma proposta com identidade própria no panorama juvenil moçambicano.

A ideia está associada a uma ambição que ultrapassa a criação de uma actividade comercial. Elias pretende demonstrar que os jovens podem desenvolver projectos sólidos a partir dos recursos que têm à disposição, mesmo quando o ponto de partida parece limitado. Acredita que uma ideia que existe apenas na cabeça pode ganhar estrutura, identidade e dimensão quando é acompanhada por iniciativa e capacidade de execução.

O projecto representa, nesse sentido, uma forma de materializar uma das convicções que orientam o seu percurso: começar com pouco não significa pensar pequeno. A possibilidade de construir algo com dimensão depende também da capacidade de reconhecer oportunidades, utilizar os recursos disponíveis e desenvolver uma proposta que se diferencie no mercado.

Essa mentalidade acompanha igualmente a sua leitura sobre o empreendedorismo digital. Elias considera importante criar pontes entre aqueles que já desenvolvem actividades no sector e os jovens que pretendem iniciar o seu percurso. A experiência de quem já enfrentou os desafios do mercado pode ajudar os novos criadores e empreendedores a identificar dificuldades que nem sempre são visíveis no início.





A partilha de conhecimentos permite antecipar obstáculos, compreender melhor o funcionamento do ambiente digital e evitar alguns erros que poderiam ser reduzidos através da orientação de profissionais mais experientes. Para ele, a colaboração entre gerações de empreendedores e criadores pode contribuir para fortalecer o ecossistema e abrir novas oportunidades.

Uma das suas maiores ambições passa por demonstrar que a digitalização pode desempenhar um papel importante na transformação de realidades em países como Moçambique. Através das ferramentas digitais, considera possível aproximar pessoas, construir marcas, posicionar projectos e comercializar produtos e serviços, mesmo quando não existe uma estrutura inicial de grandes dimensões.

A sua reflexão sobre o medo de começar também ocupa um lugar importante nesta visão. Elias observa que, por vezes, as pessoas passam demasiado tempo a procurar justificações para adiar a execução das próprias ideias. Aquilo que parece ser preparação ou estudo de viabilidade pode, em determinadas situações, esconder o receio de falhar ou de se expor.

Sem desvalorizar a importância do planeamento, defende que é necessário encontrar um equilíbrio entre pensar e agir. Uma ideia precisa de ser analisada, mas também precisa de sair do papel para que as suas possibilidades possam ser verdadeiramente testadas.

É nesta perspectiva que evoca uma frase do escritor moçambicano Mia Couto: «O voar não vem da asa». A referência traduz a sua convicção de que a concretização de um sonho não depende apenas das condições ideais, mas também de uma disposição interior para avançar, experimentar e enfrentar os desafios que surgem pelo caminho.



Ao olhar para o futuro, Elias pretende continuar a desenvolver a sua presença no universo digital, consolidar os projectos em que está envolvido e explorar novas possibilidades de ligação entre comunicação, empreendedorismo e criação de marcas. A sua ambição é contribuir para provar que os meios digitais podem ser utilizados para construir oportunidades e aproximar pessoas, independentemente das limitações do ponto de partida.

Aos jovens moçambicanos, deixa uma mensagem centrada na coragem de sonhar e na responsabilidade de transformar os sonhos em realidade. Acredita que o talento e a imaginação precisam de ser acompanhados por iniciativa, persistência e capacidade de execução. Não basta esperar pelas condições perfeitas ou pelas oportunidades ideais: é necessário começar com aquilo que existe e aprender ao longo do caminho.

«Sonhem, sonhem e materializem os vossos sonhos», aconselha. E reforça a ideia com uma expressão que traduz a sua filosofia empreendedora: mesmo sem ovos, é possível fazer omeletes.

Elias Edy Bié representa uma geração que procura transformar limitações em possibilidades. A sua mensagem é simples: não é preciso ter tudo para começar; é preciso acreditar numa ideia, encontrar formas de a concretizar e ter coragem para construir aquilo que ainda não existe.





Feijão do Amor

Água de Coco Natural Com Amor

Nacional, Puro,
Fresco e Saudável

MEDIA
Mais, Sempre Mais






BUS BRANDING · HOT DEALZ

NOVAS CAMPANHAS A BORDO

Marcas que aderiram à promoção **Hot Dealz** já circulam pelas ruas.

MEDIA
Mais, Sempre Mais

BUS BRANDING
MAPUTO · MATOLA



NOVAS CAMPANHAS A BORDO

Campanhas que aderiram à promoção **Hot Dealz** e já circulam pelas ruas.

01 NESTLÉ CERELAC




02 PIN POP




03 FASHION WORLD





A SUA CAMPANHA TAMBÉM PODE CIRCULAR.

LIGUE AGORA
844 919 413

FILIPE MUTIMBA

Da Machava ao mundo, uma marca que vai além da Barbearia



Aos 25 anos, Filipe Fernando Mutimba, conhecido profissionalmente como Dom Filipe Barber, está a construir um percurso que ultrapassa os limites tradicionais da barbearia. Natural da Machava, na Matola, Moçambique, encontrou na profissão uma forma de unir a paixão pela estética, pela moda e pelo design à vontade de empreender e criar uma identidade própria. O que começou sob influência do irmão, também barbeiro, transformou-se numa carreira que o levou a trabalhar com figuras públicas, desenvolver serviços de barbearia ao domicílio e procurar oportunidades além-fronteiras. Actualmente, com presença profissional em mercados internacionais, incluindo a China, Filipe prepara-se para concretizar uma ambição maior: construir uma estrutura que una criação, formação e oportunidades para outros jovens.

Desde a infância, Filipe demonstrava uma ligação particular ao universo das artes e da criatividade. A moda, o design e a estética sempre despertaram o seu interesse, alimentando uma vontade de transformar ideias em algo visualmente atractivo. Embora não imaginasse inicialmente que a barbearia faria parte do seu futuro, já existia nele uma sensibilidade para a imagem e para os detalhes que mais tarde se tornaria uma das marcas do seu trabalho.

Uma das pessoas que mais influenciou essa aproximação foi o irmão Fernando. Por estar ligado à barbearia, permitiu-lhe observar de perto a profissão e compreender o trabalho que existe por detrás de cada corte. No início, porém, Filipe não se identificava inteiramente com a ideia de construir uma carreira nessa área. Imaginava um futuro mais próximo da moda e não tinha particular interesse em associar a sua imagem profissional à barbearia.



A mudança aconteceu gradualmente, à medida que começou a descobrir uma dimensão diferente da profissão. Percebeu que cortar cabelo não significava apenas dominar uma máquina ou executar um determinado estilo. Era também interpretar formas, compreender proporções, trabalhar a imagem e utilizar a criatividade para produzir resultados que reflectissem a personalidade de cada cliente.

A barbearia começou, então, a revelar-se como uma extensão dos seus interesses. Aquilo que inicialmente parecia afastá-lo do caminho que imaginava acabou por aproximá-lo de uma actividade onde podia combinar técnica e expressão artística. Mais do que aprender uma profissão, Filipe começou a perceber que tinha a possibilidade de construir uma identidade própria dentro dela.

O início, contudo, não foi marcado por uma convicção imediata. Uma das suas maiores dificuldades foi precisamente superar a resistência pessoal em relação à profissão. Enquanto não encontrou uma ligação verdadeira com aquilo que fazia, o seu desempenho e a forma como encarava o trabalho também foram afectados. Precisava de compreender o seu lugar naquele universo antes de conseguir entregar o melhor de si.

A influência do irmão continuou a ser importante nesse processo. A convivência com a profissão permitiu-lhe observar as suas possibilidades e mudar a perspectiva sobre aquilo que poderia construir. Aos poucos, começou a encarar a barbearia como uma oportunidade de crescimento, diferenciação e afirmação pessoal.

Um dos momentos mais importantes da sua trajectória surgiu durante a pandemia da COVID-19. Num período em que as rotinas foram profundamente alteradas e os serviços presenciais enfrentaram várias limitações, Filipe começou a trabalhar de forma autónoma, prestando serviços de barbearia ao domicílio.

A experiência permitiu-lhe identificar uma necessidade que ultrapassava aquilo que inicialmente imaginava. Muitos clientes procuravam comodidade e soluções que lhes permitissem continuar



a cuidar da imagem sem terem de se deslocar a uma barbearia. Filipe percebeu que podia adaptar a prestação dos seus serviços a essa realidade e transformar a proximidade com os clientes numa oportunidade de crescimento.

Foi também nessa fase que reconheceu a importância da comunicação digital. Começou a utilizar as redes sociais para divulgar o seu trabalho, partilhando fotografias, vídeos e conteúdos que permitiam mostrar os resultados e aproximar a sua actividade de novos públicos.

A tecnologia passou a desempenhar um papel importante na construção da sua marca. Em vez de depender exclusivamente de um espaço físico, percebeu que podia levar o serviço até aos clientes e utilizar a presença digital para alcançar pessoas que, de outra forma, dificilmente conheceriam o seu trabalho.

Depois da pandemia, começaram a surgir novas oportunidades através das relações que foi estabelecendo com clientes e pessoas ligadas ao desporto e ao entretenimento. Alguns dos primeiros contactos com jogadores de futebol abriram caminho para uma rede mais ampla de relações profissionais. A confiança conquistada junto de determinados clientes contribuiu para que o seu trabalho chegasse a outras personalidades.

Filipe recorda que, ao observar profissionais americanos que prestavam serviços de barbearia ao domicílio, começou a imaginar como seria possível desenvolver uma abordagem semelhante em Moçambique. A ideia não consistia apenas em deslocar-se até à residência dos clientes, mas em apresentar uma experiência de serviço mais organizada, personalizada e adaptada às exigências de pessoas com rotinas particulares.

Foi nesse contexto que, juntamente com o amigo Belmiro Sérgio, decidiu profissionalizar essa abordagem. Através de contactos estabelecidos com Akeem Matsinhe e o seu primo Wells, tiveram a oportunidade de prestar serviços ao domicílio e desenvolver uma experiência que ajudou a consolidar a confiança no modelo de trabalho.

O reconhecimento associado a essas experiências, bem como a visibilidade proporcionada por nomes como Akeem Matsinhe, Genny Catamo e Reinildo Mandava, representou uma etapa importante na afirmação do seu percurso. O trabalho também foi associado a uma nova dinâmica no segmento da barbearia ao domicílio em Moçambique, evidenciando que a profissão pode desenvolver-se através de modelos de prestação de serviços diferentes dos formatos tradicionais.

Para Filipe, trabalhar com figuras públicas trouxe uma aprendizagem importante: a qualidade deve permanecer constante, independentemente da dimensão ou visibilidade do cliente. A confiança não se conquista apenas através de contactos ou oportunidades, mas sobretudo pela capacidade de responder às expectativas, manter uma postura profissional e respeitar cada pessoa.

As experiências partilhadas com outros profissionais, entre eles Belmiro Sérgio e Elias Bie, também contribuíram para consolidar essa visão. Mais do que realizar cortes de cabelo, o objectivo passou a ser desenvolver uma forma de trabalhar que valorizasse a mobilidade, a personalização e a atenção aos detalhes.

Essa preocupação reflecte-se na maneira como Filipe entende o papel de um barbeiro. Na sua perspectiva, um bom profissional não deve limitar-se a executar exactamente aquilo que o cliente solicita. Precisa de possuir conhecimento técnico e sensibilidade estética para aconselhar, identificar alternativas e explicar quais os estilos que podem favorecer melhor cada pessoa.

Muitas vezes, o cliente chega com uma referência ou uma ideia previamente definida, mas nem sempre essa escolha corresponde àquilo que melhor se adapta ao seu rosto, cabelo ou imagem. Cabe ao barbeiro saber orientar sem desvalorizar a vontade do cliente, estabelecendo uma relação de confiança que permita alcançar um resultado satisfatório.

É nesta combinação entre técnica, aconselhamento e criatividade que Filipe procura construir a sua assinatura profissional. A ligação à moda e ao design continua presente na forma como interpreta cada trabalho, reforçando a ideia de que a barbearia pode ser também um espaço de expressão estética e identidade.

A dimensão digital acompanha essa evolução. Com mais de 57 mil seguidores no Instagram, Filipe utiliza as plataformas sociais não apenas para divulgar cortes e serviços, mas também para comunicar o seu estilo, posicionamento e interesses. A sua imagem pessoal está associada a um universo mais amplo, que inclui moda, design e estética, criando possibilidades de colaboração com marcas e empresas que se identificam com essa identidade.

Para ele, uma parceria deve representar uma relação estratégica e vantajosa para ambas as partes. Não se trata simplesmente de promover um produto ou associar o nome a uma empresa, mas de estabelecer uma ligação coerente entre os valores, a imagem e os objectivos de cada interveniente.

Actualmente, a sua trajectória também ganhou uma dimensão internacional. Filipe encontra-se a trabalhar fora de Moçambique, com presença em cidades chinesas como Xangai e Guangzhou, além de Hong Kong. A deslocação para a China está directamente relacionada com a sua ambição de se aproximar de novos conhecimentos, experiências e oportunidades que possam contribuir para a realização dos seus projectos.

A decisão de procurar novos horizontes demonstra que, para ele, o crescimento profissional exige disponibilidade para sair da zona de conforto, conhecer outros mercados e observar diferentes formas de desenvolver uma actividade. A experiência internacional representa, assim, mais uma etapa









na construção de uma visão que pretende ultrapassar a prestação individual de serviços.

Quando olha para o futuro da Dom Filipe Barber, Filipe não pensa apenas na expansão de uma barbearia. A sua ambição passa pela criação de uma galeria, de uma academia e de uma estrutura profissional capaz de integrar diferentes dimensões da actividade. Pretende desenvolver um espaço onde possa continuar a exercer a profissão, partilhar conhecimentos, formar novos profissionais e criar oportunidades para outros jovens moçambicanos.

A academia representa particularmente essa vontade de multiplicar aquilo que aprendeu ao longo do percurso. Filipe acredita que o conhecimento e a experiência podem transformar-se em instrumentos de desenvolvimento para pessoas que possuem talento, mas ainda não encontraram oportunidades para o colocar em prática.

A sua visão inclui também a possibilidade de alcançar pessoas de diferentes partes do mundo, levando a marca a novos mercados e contribuindo para uma maior valorização dos profissionais moçambicanos. O objectivo é construir algo que tenha continuidade para além da sua própria carreira e que possa gerar im-









pacto na vida de outras pessoas.

Aos jovens que procuram transformar as suas habilidades numa profissão, deixa uma mensagem centrada na persistência e na responsabilidade individual. Reconhece que o talento é importante, mas considera que não basta possuir capacidade ou sonhar com uma realidade diferente. É necessário trabalhar, aprender, manter a disciplina e criar condições para que as oportunidades possam surgir.

«Nada cai do céu», afirma, lembrando que a construção de um percurso profissional exige consistência e disposição para enfrentar dificuldades. Na sua perspectiva, os jovens não devem limitar-se a observar o mundo como ele é, mas procurar participar activamente na construção da realidade que desejam viver.

Aos 25 anos, Filipe Mutimba continua a desenvolver uma identidade que nasceu do encontro entre a criatividade, a influência familiar e a descoberta de uma profissão que inicialmente não fazia parte dos seus planos. Da Machava para diferentes destinos internacionais, a sua história revela uma ambição que já não se limita a conquistar clientes ou alcançar reconhecimento individual.

O sonho de Filipe é transformar a barbearia numa plataforma de criação, formação e oportunidades, mostrando que um talento descoberto num contexto simples pode ganhar dimensão internacional e abrir caminhos para muitos outros jovens moçambicanos.

BYA SANTOS

A beleza de ser única e a ambição de transformar vidas

Aos 32 anos, Beatriz Freitas dos Santos, conhecida profissionalmente como Bya Santos, construiu no universo da beleza uma identidade que ultrapassa a execução de procedimentos estéticos. Brasileira, natural do Rio de Janeiro, cristã, mãe, empreendedora, artista de micropigmentação (PMU) e educadora, encontrou na valorização da beleza natural uma forma de unir expressão artística, conhecimento técnico e desenvolvimento humano. Actualmente, com Lisboa como base da sua actividade, é responsável pela Slay Beauty e pela Slay Beauty Academy, projectos através dos quais procura afirmar uma visão de beleza personalizada e contribuir para a formação de outras profissionais.



Antes dos títulos e das conquistas profissionais, Bya define-se como uma mulher que aprendeu a reinventar-se. A sua trajectória foi marcada por mudanças, desafios e pela necessidade de encontrar coragem para continuar, mesmo quando não tinha todas as respostas. Construir uma vida longe do país onde nasceu ensinou-lhe sobre independência, resiliência e identidade. A experiência de recomeçar permitiu-lhe compreender que mudar de lugar não significa perder aquilo que se construiu, porque cada pessoa transporta consigo as aprendizagens e experiências que moldam o seu percurso.

A maternidade acrescentou uma dimensão ainda mais profunda às suas escolhas. Hoje, a carreira que desenvolve representa também a construção de um exemplo para a filha, a quem deseja deixar um legado de coragem, autonomia e determinação. A fé ocupa igualmente um lugar central na sua vida, orientando a forma como enfrenta os desafios e interpreta as oportunidades. É desta combinação entre fé, família e propósito que nasce a vontade de transformar sonhos em acções concretas.

Foi na micropigmentação que encontrou uma actividade capaz de reunir a sua sensibilidade artística e o desejo de contribuir para a confiança de outras pessoas. O interesse pela área surgiu da possibilidade de trabalhar a harmonia facial através de procedimentos que exigem precisão, conhecimento e atenção aos detalhes. Para Bya, uma sobrancelha não representa apenas um elemento estético: tem expressão, movimento, personalidade e uma relação directa com a identidade de cada pessoa.

Com o aprofundamento da sua experiência, percebeu que a micropigmentação poderia desempenhar um papel que vai além do embelezamento. Pessoas que perderam as sobrancelhas devido à alopecia ou a tratamentos oncológicos, assim como aquelas que procuram soluções visuais para atenuar marcas de intervenções cirúrgicas, podem encontrar nestes procedimentos uma possibilidade de recuperar parte da confiança e da relação com a própria imagem.

Esta dimensão humana

tornou-se determinante na forma como passou a compreender a profissão. O seu objectivo deixou de estar limitado à execução técnica e passou a incluir a criação de resultados que respeitem a individualidade de cada cliente. A beleza, na sua perspectiva, não deve apagar características pessoais nem obrigar as pessoas a corresponder a padrões previamente estabelecidos.

«A verdadeira sofisticação está em saber o que valorizar e, principalmente, em reconhecer aquilo que não precisa de ser alterado», defende.

É nesta convicção que assenta a sua filosofia de beleza natural, elegante e intemporal. Bya acredita que nem todas as pessoas precisam do mesmo desenho de sobrancelhas, do mesmo contorno labial ou de reproduzir as tendências que ganham popularidade. Antes de pensar no procedimento, procura compreender quem está à sua frente, observar a estrutura facial, os traços, a personalidade e aquilo que a pessoa pretende transmitir.

A esta visão chama despadronizar a beleza. Trata-se de reconhecer que a sofisticação não depende da uniformização dos rostos, mas da capacidade de valorizar aquilo que torna cada pessoa diferente. Um resultado harmonioso, na sua perspectiva, não deve transformar alguém noutra pessoa, mas permitir que continue a reconhecer-se, com maior confiança.

Consolidar esta identidade profissional exigiu-lhe compreender que a competência técnica e a construção de uma carreira reconhecida são responsabilidades distintas. Dominar um procedimento é fundamental, mas desenvolver uma marca exige também consistência, comunicação, posicionamento e capacidade para conquistar a confiança do público.

A construção de uma carreira num país diferente daquele onde nasceu acrescentou novos desafios. Foi necessário compreender o mercado, estabelecer relações, demonstrar o valor do seu trabalho e conquistar espaço num sector competitivo. Ao longo desse percurso, teve oportunidade de participar em congressos e eventos profissionais, assumir funções como embaixadora e jurada e receber reconhecimentos que interpreta não apenas como conquistas pessoais, mas também como responsabilidades perante a profissão.

Uma das aprendizagens que considera mais importantes é a necessidade de não confundir visibilidade com valor profissional. A presença pública pode criar oportunidades, mas a permanência depende da qualidade e da consistência do trabalho. Por isso, aconselha quem pretende entrar no sector a investir na competência antes de procurar reconhecimento.





A sua actuação como educadora surgiu como uma extensão natural desta responsabilidade. Para Bya, ensinar significa multiplicar conhecimento e contribuir para que outras profissionais desenvolvam competências que poderão influenciar centenas de atendimentos futuros. Não pretende formar pessoas que apenas reproduzam procedimentos, mas profissionais capazes de compreender as técnicas, analisar diferentes situações, tomar decisões fundamentadas e construir uma identidade própria.

A experiência como jurada também contribui para essa evolução. O contacto com diferentes trabalhos e abordagens permite-lhe reconhecer talentos, observar soluções e reflectir sobre os critérios que distinguem uma execução tecnicamente correcta de um trabalho de excelência. Ao mesmo tempo, reforça uma convicção: ensinar e avaliar exige continuar a aprender.

Na micropigmentação, a precisão técnica precisa de estar acompanhada por responsabilidade e sensibilidade estética. Bya considera que um procedimento começa muito antes do contacto com a pele. Começa na escuta, na compreensão das expectativas e na avaliação das características individuais de cada cliente.

A análise da pele, a identificação de possíveis contraindicações, a biossegurança, a pigmentologia, o domínio dos materiais e a avaliação morfológica são elementos indispensáveis para uma prática responsável. Contudo, acrescenta, o conhecimento técnico deve ser acompanhado por bom senso. Nem tudo aquilo que pode ser executado é necessariamente indicado para determinada pessoa.

É por isso que atribui importância à capacidade de orientar e, quando necessário, desaconselhar um procedimento. A experiência da cliente deve ser considerada em todas as etapas, desde o primeiro contacto até ao acompanhamento posterior. A excelência, na sua visão, não está apenas no resultado que se observa ao espelho, mas também na segurança, no respeito e na confiança construídos durante todo o processo.



Num sector em constante transformação, a actualização profissional tornou-se igualmente uma prioridade. Bya acompanha congressos, formações, especialistas de referência e novas abordagens técnicas, procurando compreender o que realmente representa uma evolução. Faz, contudo, uma distinção entre inovação e tendência: uma técnica não se torna melhor apenas por ser recente ou popular nas redes sociais.

Antes de incorporar uma novidade, procura conhecer os seus fundamentos, os produtos utilizados, as indicações, as limitações e os benefícios efectivos para os clientes. Esta postura de estudo e questionamento também está na origem do Método Slay, abordagem personalizada que desenvolveu a partir do aprofundamento de técnicas e da procura de aperfeiçoamento na execução, na personalização e na experiência proporcionada.

Mais do que atribuir um nome a um procedimento, pretende imprimir uma identidade própria ao seu trabalho, sem desconsiderar os fundamentos técnicos que sustentam a prática. Para Bya, dominar uma técnica é importante, mas compreender profundamente cada etapa é o que permite questionar, aperfeiçoar e encontrar novas possibilidades.

Lisboa representa actualmente uma etapa importante desta construção. A cidade, pela sua diversidade e dinâmica, oferece um mercado atento à qualidade, à experiência e à personalização dos serviços. Foi neste contexto que consolidou a Slay Beauty, marca que procura reunir identidade estética, comunicação, atendimento e qualidade técnica numa experiência coerente.

O crescimento do projecto tem sido uma das suas maiores satisfações. Ainda antes de completar o primeiro aniversário de actividade em Lisboa, Bya já observava a expansão da comunidade de clientes em torno da marca. Em 2026, a Slay Beauty recebeu o reconhecimento Top Rated da Treatwell e continuou a reunir avaliações de cinco estrelas no Google, indicadores que valoriza particularmente por representarem a experiência de quem utiliza os seus serviços.

Para a empreendedora, o reconhecimento mais significativo não está necessariamente nos prémios, mas na confiança construída com as clientes. Cada avaliação positiva representa uma confirmação de que a experiência oferecida corresponde às expectativas e aos valores que procura transmitir.

Paralelamente, a participação em congressos e iniciativas profissionais tem permitido estabelecer contactos com especialistas e marcas de diferentes mercados. A internacionalização surge, assim, como uma oportunidade de partilhar conhecimento, representar a sua visão artística e construir relações que ultrapassem fronteiras.

Mas a ambição de Bya não se limita à expansão da marca. Através da Slay Beauty Academy, pretende levar o seu conhecimento a milhares de pessoas e ajudar outras mulheres a conquistar independência financeira através da micropigmentação. Acredita que a formação pode produzir efeitos que vão além da carreira individual, criando oportunidades de autonomia e contribuindo para a estabilidade pessoal e familiar.

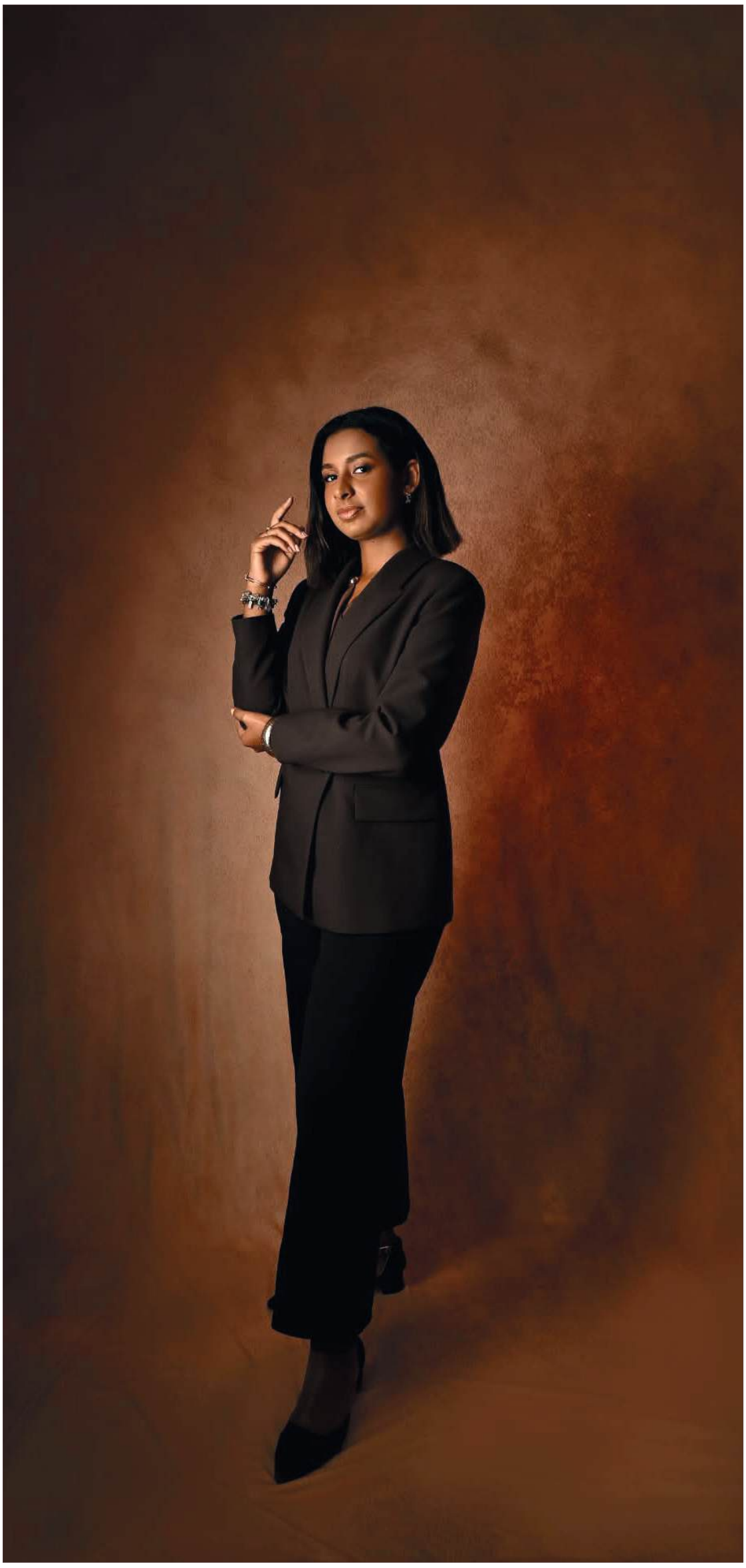
É por isso que defende uma preparação que ultrapasse a aprendizagem do manuseamento de equipamentos. Conhecer a pele, compreender a pigmentologia, dominar a biossegurança, desenvolver competências de análise facial e colorimetria e saber avaliar cada caso são fundamentos essenciais. A estes acrescenta o pensamento crítico e a sensibilidade estética, competências que permitem compreender por que razão determinada abordagem é adequada e quando deve ser adaptada.

Entre os erros que identifica em quem começa estão a pressa em alcançar resultados, a comparação constante com outros profissionais e a procura de técnicas avançadas sem uma base consolidada. Concluir uma formação não significa estar preparado para todas as situações. A confiança profissional constrói-se com prática, orientação, acompanhamento e consciência dos próprios limites.

Na Slay Beauty Academy, procura transmitir precisamente esta responsabilidade: formar profissionais que saibam executar, mas também pensar, analisar e reconhecer quando precisam de aprofundar conhecimentos. A aprendizagem, acredita, não termina com a obtenção de um certificado. É um processo contínuo que exige humildade e compromisso com a qualidade.

Quando olha para os próximos anos, Bya pretende consolidar a Slay Beauty como uma referência em beleza personalizada, ampliar o alcance da academia e reforçar a sua presença internacional. Quer participar em projectos que contribuam para a evolução do sector e criar oportunidades para que outras mulheres desenvolvam o seu talento e alcancem maior autonomia.

O legado que deseja deixar, contudo, não se mede apenas em números, prémios ou reconhecimento. Gostaria de contribuir para uma mudança na forma como a sociedade olha para a beleza, mostrando



que a individualidade merece ser celebrada e que é possível construir uma marca forte sem abdicar da própria essência.

Às mulheres que desejam empreender nesta área, deixa uma mensagem assente na experiência: estudar, procurar qualidade, aprender a comunicar o próprio valor e não permitir que a comparação comprometa a identidade. A técnica é uma obrigação profissional, mas a fidelização nasce também da experiência proporcionada, da atenção demonstrada e da forma como cada cliente se sente acolhida.

As pessoas podem chegar por causa de um resultado, mas muitas vezes regressam pela experiência que viveram.

Aos 32 anos, Bya Santos continua a construir um percurso em que a beleza, a educação e o empreendedorismo se cruzam com uma visão de futuro. Da reinvenção pessoal à consolidação da Slay Beauty em Lisboa, a sua história revela uma profissional que procura transformar conhecimento em oportunidades e talento em autonomia para outras mulheres. Porque, para Bya, a verdadeira beleza não está em fazer todos parecerem iguais, mas em ajudar cada pessoa a reconhecer o valor da sua própria identidade.