

# FÓRUM COMARP

Edição Especial 00 - 2025

3ª Edição do COMARP Fórum - 2025

**COMARP FÓRUM** consolida-se como a maior plataforma de **Comunicação, Marketing e Relações Públicas** em Moçambique

+ DE  
**500**  
**PARTICIPANTES**

Profissionais e Estudantes de  
Comunicação, Relações  
Públicas e Marketing







## Mensagem do Fundador

A 3ª Edição do COMARP Fórum foi um momento especial, que reforçou a nossa crença de que a Comunicação, o Marketing e as Relações Públicas têm um papel transformador na sociedade e nos negócios. Cada painel, debate e interação mostrou que estamos a construir algo maior do que um evento: estamos a criar uma comunidade vibrante, capaz de inspirar, conectar e impulsionar mudanças reais.

Um dos pontos altos desta edição foram as premiações, que reconheceram e celebraram o talento, o esforço e a dedicação de profissionais e organizações que se destacaram no sector durante os anos 2024/2025. Este momento foi um lembrete de que cada conquista merece ser reconhecida e que juntos podemos elevar continuamente os padrões da Comunicação, do Marketing e das Relações Públicas em Moçambique.

Gostaria de deixar um agradecimento sincero aos nossos parceiros e patrocinadores. O vosso apoio e confiança tornam possível cada ideia e projecto, e fazem do COMARP Fórum uma plataforma de referência. Acreditamos que o investimento de cada um não é apenas no evento, mas na construção de um futuro mais conectado, inovador e inspirador para todos nós.

O que conseguimos até aqui é motivo de orgulho, mas é também um incentivo para olhar adiante. Queremos continuar a crescer, a inspirar profissionais e organizações, e a criar espaços onde o conhecimento e as oportunidades se cruzam, dando vida aos projectos transformadores. O COMARP Forum é, acima de tudo, uma promessa de futuro, e contamos com todos vocês para torná-la realidade.

A todos que participaram, acreditaram e caminharam connosco nesta jornada: o meu muito obrigado.

**Edson Rufai**

*Fundador – COMARP*











## COMARP Fórum

07.

COMARP Fórum consolida-se como a maior plataforma de Comunicação, Marketing e Relações Públicas em Moçambique

---

## Sessão de Abertura

10.

A Transformação Digital e as Novas Fronteiras da Comunicação e Marketing

---

## Sessão Plenária I

14.

O Impacto da Inteligência Artificial e Big Data na Comunicação

---

## Sessão Plenária II

20.

Negócios Digitais e o Futuro da Inovação no Marketing

---

## Lançamento do livro

26.

O Poder Integrado da Comunicação, Marketing e Relações Públicas

---

## Associação ACM

29.

Associação Moçambicana de Comunicação e Marketing

---

## COMARP Awards

32.

Associação Moçambicana de Comunicação e Marketing

---

## Prémio Legado

37.

COMARP Awards distingui António Alves da Fonseca com o Prémio Legado

---

### FICHA TÉCNICA

Fundador e Director Geral: Edson Rufai | Director Editorial: Yud Costa | Editor: Benjamim Cristiano | Redação: Werson Pofo, Custódio Come, Fastudo Chavana, Nuria Calú | Fotografia: Agência Unanga e Imperial Studio | Maquetização: Narciso Chaúque | Webdesigner: Américo Magumba



Uma marca  
parceira do  
*seu* progresso

**UBA**  
United Bank for Africa

ChatGPTT

O que posso fazer para  
realizar os meus sonhos ?



O primeiro passo é abrires uma  
conta **Poupança** :)

Como ?



Fala com um dos gestores do **UBA**  
ou envia um WhatsApp para **84 300 86 01**.

Sem custos de adesão

Para mais informações contacte **800300555**

ou **mz@ubagroup.com**

**www.ubamozambique.com | África**

Londres, Paris, Nova Iorque, Emirados Árabes Unidos

*Africa's Global Bank*





# COMARP FÓRUM CONSOLIDA-SE COMO MAIOR PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E RELAÇÕES PÚBLICAS EM MOÇAMBIQUE

Com cerca de **500 participantes** atendendo ao evento, a 3ª Edição do Fórum de Comunicação, Marketing e Relações Públicas (COMARP Fórum), realizada no dia 11 de Setembro, em Maputo, consolidou-se como um espaço de referência para discussão de tendências e desafios do sector em Moçambique, reunindo especialistas de vários segmentos empresarial, académicos, estudantes e profissionais da comunicação, marketing e relações públicas.



Sob o lema a **“Transformação Digital e as Novas Fronteiras da Comunicação e Marketing”**, o encontro reuniu oradores nacionais e internacionais, dos quais **Filipe Manuel Pereira** (Diretor-Geral da CARMA CPLP), **Lúcia Brito** (Fundadora da DILUB Corporate Services), **Thiago Fonseca** (Director Executivo da Agência Golo), **Cláudia Manjate** (Directora de Relações

Governamentais e Engajamento Institucional na Vodacom), **Marlena Chambule** (Directora e Fundadora da Salto Moçambique), **Vasco Rocha** (Director Geral da DDB), **Mendes Mutenda** (Director Nacional de Informação), **Sylla Faruk** (Gestora de RP na Dentsu), **Ayaz Hassam** (Empreendedor e Especialista em Marketing) e **Sérgio J. Langa** (Professor e Investigador).

O evento contou também com a participação de alguns representantes de instituições governamentais como Instituto Nacional de Tecnologia de Informação e Comunicação (INTIC), que esteve representado pelo seu **Presidente Eng. Lourino Chemane**, Secretaria do Estado da Cidade de Maputo, representado pelo Director de Serviços das Actividades Económicas, Dr. **Hélio Domingos dos Santos Neves**, e **Helen McIntee-Carlisle**, Presidente da Confederação Africana de Marketing (AMC).





Comunicação

Marketing

R. Públicas

A ocasião serviu também para premiar e reconhecer várias empresas e profissionais pelo seu contributo para o desenvolvimento das suas organizações, projectos ou negócios no domínio da **Comunicação, Marketing e Relações Públicas** durante o ano transato no mercado moçambicano.



A edição deste ano ficou marcada também pelo lançamento do livro ***“O poder integrado da Comunicação, Marketing e Relações Públicas”***, uma colectânea de artigos de profissionais moçambicanos experientes que apresenta reflexões e ensinamentos sobre as diversas áreas da Comunicação, Marketing e Relações Públicas.

O evento contou ainda com a apresentação da Associação Moçambicana de Comunicação e Marketing (ACM), organização sem fins lucrativos, que pretende unir profissionais do sector e valorizar o papel da comunicação e do marketing no desenvolvimento do país.





**MAIS UMA  
OPORTUNIDADE  
PARA PROTEGER  
O SEU RUCA!**

**A PARTIR DE  
1.888,00MZN**

Válida até 31 de Dezembro







## SESSÃO DE ABERTURA: A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E AS NOVAS FRONTEIRAS DA COMUNICAÇÃO E MARKETING

A 3ª Edição do COMARP Fórum arrancou com uma sessão de abertura marcada pelas intervenções do fundador do COMARP, **Edson Rufai**, da Presidente da Confederação Africana Marketing (AMC), **Helen McEntee-Carlisle**, e do Presidente do Instituto Nacional de Tecnologias de Informação e Comunicação (INTIC), **Eng. Lourino Chemane**.



**“A Comunicação,  
o Marketing e as  
Relações Públicas  
são pilares para o  
desenvolvimento  
empresarial e do  
país” – Edson Rufai**





Na abertura do COMARP Fórum 2025, o fundador e organizador desta iniciativa, Edson Rufai, sublinhou a importância da transformação digital como motor para o desenvolvimento de Moçambique.

Rufai destacou que a realização da 3ª edição do fórum confirma que a comunicação, o marketing e as relações públicas são pilares para o desenvolvimento empresarial e do país, visto que elas são determinantes para a competitividade das empresas e para a dinamização da economia, aproximando produtos e consumidores, construindo confiança e projetando a imagem de Moçambique para o mundo.

Embora apenas cerca de 20% da população moçambicana tenha acesso à internet, de acordo com Edson Rufai, o aumento de quase 200 mil novos utilizadores em apenas um ano evidencia um avanço consistente. Para o fundador da COMARP, este cenário demonstra que a inovação e a inclusão digital deixaram de ser luxo para se tornarem parte essencial da estratégia de comunicação, marketing e relações públicas no país.



## **“O Tema desta Edição, está em perfeita sintonia com os desafios e prioridades do Governo” –** **Lourino Chemane**

Na mesma ocasião, o Governo de Moçambique, representado pelo Ministério das Comunicações e Transformação Digital, através do Instituto Nacional de Tecnologias de Informação e Comunicação (INTIC), reafirmou o seu compromisso em garantir que as tecnologias sejam instrumentos de progresso, soberania e desenvolvimento humano.

Lourino Chemane, Presidente do Conselho de Administração do INTIC disse que “a participação do INTIC no COMARP Fórum 2025 reveste-se de especial relevância. O tema desta edição, Transformação Digital e as Novas





Fronteiras da Comunicação e Marketing, está em perfeita sintonia com os desafios e prioridades do governo”. Segundo Chemane, “não se pode falar de Transformação Digital sem abordar a forma como comunicamos, mobilizamos e construímos confiança entre cidadãos, instituições e mercados”.



## **“Zona de Comércio Livre Continental Africana só terá sucesso se construirmos uma identidade partilhada” - Helen McEntee-Carlisle**

Segundo a dirigente, “a comunicação constrói confiança, molda perceções e inspira acções, enquanto o marketing transforma essa comunicação em movimento, tornando pequenas empresas em marcas nacionais e posicionando África como fronteira crescente de oportunidades”.

McEntee-Carlisle sublinhou ainda que o marketing digital é um catalisador para esse processo, mas advertiu: “para transformar esse dinamismo em crescimento sustentável, a colaboração regional é

essencial. A Zona de Comércio Livre Continental Africana (African Continental Free Trade Area – AFCFTA) só terá sucesso se construirmos uma identidade partilhada e promovermos narrativas africanas feitas por africanos.”

“A história de crescimento de África não será escrita por estrangeiros, mas por aqueles que a vivem e acreditam nela. Cabe a nós usar comunicação e marketing não apenas para vender, mas para inspirar e servir para crescermos juntos”, concluiu.







# MOZA

## O nosso nome diz tudo.

Ser Moza é fazer parte dos sonhos e das conquistas  
que constroem o nosso dia-a-dia.

São quatro letras que carregam a nossa identidade,  
o nosso orgulho, o nosso lugar.

O nosso nome fala por nós, e fala por um país que  
**há 50 anos decidiu escrever o seu próprio  
futuro.**

**mozabanco.co.mz**

☎ Call Center: 95 24 7 | 21 34 20 20

f facebook.com/Mozabanco | in Moza Banco | @mozabanco



# SESSÃO PLENÁRIA 1: O IMPACTO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E BIG DATA NA COMUNICAÇÃO



A primeira sessão plenária da terceira edição do COMARP Fórum abordou sobre **“O Impacto da Inteligência Artificial e Big Data na Comunicação”**. O debate foi moderado pelo jornalista Afonso Chavo e contou com os seguintes oradores: Marlina Chambule, Filipe Manuel Pereira, Cláudia Manjate, Mendes Mutenda e Sérgio Jeremias Langa.



## Além da Visibilidade: A Nova Diplomacia das Marcas na Era de Transformação Digital

Cláudia Manjate, Directora de Relações Governamentais e Engajamento Institucional na Vodacom, foi a primeira oradora do dia e teve como missão abordar sobre a temática “A Nova diplomacia das marcas na Era de Transformação Digital”.

Antes de convidar os participantes para uma conversa acerca do tema, quebrou o protocolo e presenteou os convidados com balões que, posteriormente, serviriam de um experimento para o entendimento de como sobreviver às crises e concorrências no mercado.

Não demorou a explicar que “agora na era digital, as marcas têm a responsabilidade e a





## Media Intelligence na Era da Transformação Digital: **Dados, Insights e Impacto na Comunicação Estratégica**

O Director Geral da CARMA CPLP, **Filipe Manuel Pereira**, ao abordar o tema Media Intelligence na Era da Transformação Digital, explicou que este conceito vai muito além da simples recolha e quantificação de dados. “Media Intelligence não é o que fazemos, é o impacto que isso gera”, sublinhou.

Segundo Pereira, “a verdadeira transformação digital acontece na cultura e na capacidade que as pessoas têm de ler e interpretar o que a tecnologia permite”. Acrescentou ainda que gráficos e relatórios não devem ser vistos apenas como números: “eles podem traduzir narrativas, aspirações e expectativas. Mas, sem um ecossistema adequado para recolher e reflectir sobre estas informações, corremos o risco de achar que aquilo que comunicamos está correcto”.



quase obrigação de negociar confiança. É muito mais do que colocar um produto, mas é negociar confiança para ganhar influência e legitimidade”.

A nova diplomacia, de acordo com Cláudia Manjate, mostra-se alicerçada em 4 pilares: transparência, legitimidade, parceria e diálogo.

No que chamou de dicotomia entre visibilidade versus legitimidade, destacou que a confiança é a nova visibilidade: “se eu confio, compro e sigo a marca, acredito no produto porque ele acrescenta valor”.



*Media Intelligence não é o que fazemos, é o impacto que isso gera*

- Filipe Manuel Pereira



No final da sua intervenção, o Director da **CARMA** defendeu a ética no uso de dados. “Quem tem dados e informação tem de ter a ética de saber que não deve manipular ou apresentar uma visão parcial da realidade. É na autenticidade, quando interagimos com os outros, que não só identificamos problemas e desafios, mas soluções para todos. Só assim é que o trabalho da comunicação, marketing e relações públicas garante que aquilo que nós fazemos gera confiança através do impacto”, concluiu.



## Transversalidade da Comunicação em Espaços para a Gestão de Crise: Um Olhar sobre o Poder de Decisão

Representando a classe académica, o professor e pesquisador Sérgio Jeremias Langa abordou o tema “*Transversalidade da Comunicação em Espaços para a Gestão de Crise: Um Olhar sobre o Poder de Decisão*”. O orador explicou que, com o surgimento do multimédia e o advento da internet, a comunicação ganhou uma nova dinâmica: deixou de apenas informar para também transformar.

Langa salientou ainda que, nas instituições, quem tem o poder de decisão geralmente entende menos de comunicação. Por isso, defendeu que “a reflexão deve estar centrada em pensarmos num fórum de comunicação para decisores, porque são eles que precisam de sensibilidade”.

O pesquisador criticou a generalização do autoconhecimento criado pelas metrópoles, tendo dito que “Moçambique não é só Maputo. As capitais enganam-nos.” Seguidamente, explicou que o país não está preparado para, sequer, começar a discutir



temas relacionados com a Inteligência Artificial. “Nós estamos muito atrasados. Até os nossos Bilhetes de Identidade estão no formato analógico”, sugerindo assim reformas que se ajustem ao contexto da globalização.







## Do Tradicional ao Digital: Estratégias para Implantação de uma Cultura Organizacional Eficaz em Contextos de Resistência

**Marlena Chambule**, Directora e Fundadora da Salto Moçambique, que abordou sobre “Estratégias para Implantação de uma Cultura Organizacional Eficaz em Contextos de Resistência” começou por definir o que é a cultura organizacional. De acordo com a oradora, “estudos mostram que para se mudar uma determinada cultura organizacional, são necessários cerca de 3 a 5 anos”.



Falando da experiência colhida durante anos como Directora de Pessoas, Comunicação e Responsabilidade Social Corporativa na Galp Moçambique, Chambule deixou ficar a importância de questionarmos as nossas crenças e de trabalhar dados, não suposições.

Nesta senda, a fundadora da Salto Moçambique explicou que “nós não vemos o mundo como ele é, vemos como nós somos e isso é baseado em nossas crenças”. Sustentou que para fazer a mudança do tradicional para o digital, sob ponto de vista de comunicação, devemos nos questionar: “será que nós entendemos que estamos a comunicar bem? Será que todo mundo recebe a nossa mensagem como nós gostaríamos que recebesse?”. Por fim, esclareceu que para obtermos respostas à estas questões devemos olhar para dados através de pesquisas.



## Comunicação Governamental na Era da IA: Entre Desafios e Oportunidades

**Mendes Mutenda**, Director Nacional de Informação e Comunicação no Gabinete de Informação (GABINFO), falando sobre o tema “Comunicação Governamental na era da IA: Entre desafios e oportunidades”, destacou a uniformização, a partir de 2015, dos departamentos que atendem a comunicação institucional do Governo para Gabinetes de Comunicação e Imagem. Segundo Mutenda, “esses gabinetes não se cingem apenas ao assessor de comunicação, há lá unidades que suportam estes departamentos”.

Num outro desenvolvimento, o Director Nacional do GABINFO argumentou que as crises fazem bem. “É com as crises que conseguimos distinguir o que é carne ou peixe. Dentro destas crises conseguimos sensibilizar as unidades de comunicação a terem pessoas de diferentes saberes no campo da comunicação”.

Mutenda sublinhou também que temos no país baixo conteúdo nacional disponível nas plataformas digitais. Acrescentou que só existe conteúdo produzido pela IA quando nós disponibilizamos. “Quanto mais conteúdo nacional estiver nas plataformas digitais, mais capacidade tem a Inteligência Artificial (IA) de buscar este conhecimento.”.









## SESSÃO PLENÁRIA 2: NEGÓCIOS DIGITAIS E O FUTURO DA INOVAÇÃO NO MARKETING



Sob a moderação de **Eugénia Chissano**, a segunda sessão plenária do fórum 2025 trouxe à ribalta uma reflexão essencial sobre o “Negócios Digitais e o Futuro da Inovação no Marketing”.



### ESG e Marketing Sustentável: Alinhando Propósito e Estratégia Empresarial no

A intervenção inicial esteve a cargo de Sylla Faruk, gestora de Relações Públicas da Dentsu Moçambique, que abordou o tema “ESG e Marketing Sustentável: Alinhando Propósito e Estratégia Empresarial no Contexto Digital”.

Sylla lançou um repto ao público: repensar o marketing para lá do preço e da qualidade, colocando o impacto social e ambiental no centro da estratégia. “Sem propósito não há futuro e sem sustentabilidade não há credibilidade”, defendeu, salientando que os consumidores actuais são mais informados, exigentes e atentos às práticas internas das empresas, desde o tratamento dado aos colaboradores até às acções de protecção ambiental.



A oradora destacou que o marketing deixou de ser somente um canal de vendas, passando a reflectir a identidade e os valores reais das organizações. “A reputação constrói-se na coerência entre o que se diz e o que se faz”, afirmou, reforçando que incoerências podem destruir, em segundos, a imagem construída ao longo de anos.

No contexto moçambicano, Sylla apontou sinais promissores: instituições financeiras que promovem a literacia financeira e a inclusão, indústrias que reutilizam embalagens e reduzem desperdícios, empresas de telecomunicações que convertem antenas para energia solar, e parcerias entre ONGs e o sector privado que incentivam a reciclagem por meio de plataformas digitais.

Para a gestora de Relações públicas da Dentsu Moçambique, o caminho para um futuro sustentável passa por perguntas simples, mas fundamentais: “Por que existimos como marca? Que impacto queremos deixar? Como podemos crescer de forma sustentável?”. Segundo a especialista, o futuro pertence às empresas que tiverem a coragem de alinhar propósito, estratégia e impacto positivo, e esse futuro “já começou”!







## Bazarketing: Think Local na Era Digital

Thiago Fonseca, Director-Executivo da Agência GOLO trouxe uma reflexão provocadora e filosófica sobre o marketing na era digital, com o tema “Bazarketing: Think local na era digital”. Com um tom descontraído e inspirador, sublinhou que o digital deve ser visto somente como meio de comunicação e nunca como fim em si.

Fonseca alertou para a tendência actual de marcas e profissionais ficarem “no meio”, confundindo ferramentas com resultados. Recordou que os meios mudam, mas a essência permanece. Destacou que o avanço tecnológico, da rádio à televisão, da internet à inteligência artificial, exige adaptação constante, mas não deve afastar os profissionais da sua identidade cultural e local, sob risco de cair na homogeneização provocada pela globalização digital.



“  
os profissionais de  
marketing e comunicação  
devem integrar múltiplas  
competências  
”

Segundo o orador, para construir marcas sólidas e relevantes é preciso ir além do “meio”, liderar e diferenciar-se, evitando o efeito “espelho” que leva à imitação e à perda de autenticidade. Defendeu ainda que os profissionais de marketing e comunicação devem ser generalistas, capazes de ter uma visão ampla (big picture) e integrar múltiplas competências, em vez de se limitarem a especializações rígidas.

Com esta intervenção, Thiago Fonseca reforçou que, numa era de infinitas ferramentas e possibilidades criativas, a chave está em pensar local, agir com originalidade e colocar a marca no centro, como princípio, meio e fim de toda a estratégia.





## O Futuro do Marketing na Nova Economia Digital: Inovar para Sobreviver

**Vasco Rocha**, Diretor Geral da **DDB**, apresentou uma reflexão incisiva sobre os desafios e a urgência da inovação num cenário dominado pelo digital. Recorrendo a uma demonstração em slides, Rocha iniciou a intervenção com uma pergunta provocadora: “E se a internet desaparecesse hoje, o vosso negócio sobreviveria?”.

O orador defendeu que a dependência excessiva das plataformas digitais ameaça a sustentabilidade das marcas, frisando que o futuro do marketing exige disrupção, criatividade e construção de ecossistemas vivos, não somente campanhas. Segundo o orador, as marcas que prevalecerem serão as que conseguirem transformar cliques em comunidades, produtos em causas e dados em experiências humanas, locais e emocionais.

Rocha concluiu sublinhando que a tecnologia deve ser somente uma ferramenta e não um fim em si, reforçando que as marcas do futuro serão aquelas com propósito, relevância e conexão genuína com as pessoas.



## Marketing 5.0: Como a tecnologia influencia no Comportamento do Consumidor?

**Ayaz Hassam**, um dos oradores do painel, começou a sua intervenção recordando da evolução do Marketing segundo Philip Kotler, 1.0 com foco no produto e na Revolução Industrial, 2.0 foco no cliente, nas suas dores, suas necessidades e desejos; 3.0 posicionamento de marca, 4.0 redes sociais e 5.0 com foco na Inteligência Artificial.

Questionou aos participantes em que número o Marketing em Moçambique parou, e preferiu, ao invés de falar sobre como a tecnologia influencia no comportamento do consumidor, falar sobre os profissionais de Marketing e convidar aos participantes a uma reflexão sobre o marketing em Moçambique.

Numa realidade cheia de gatilhos de urgência e escassez, de automações, chatbots, onde o foco é a conversão, Ayaz alerta que quando nos focamos incansavelmente na conversão, perdemos a essência do marketing.

Olhando para o contexto actual do mundo, Ayaz falou da evolução acelerada da tecnologia, do facto de hoje estar-se a invadir países com aplicativos, com séries no Netflix e com culturas importadas que, de alguma forma, acabam por influenciar o comportamento das pessoas. O orador encerrou a sua apresentação lançando uma reflexão não em relação ao comportamento do consumidor, mas em relação ao comportamento dos fazedores de marketing.





# ADQUIRA JÁ O SEU LIVRO

## “O Poder Integrado da Comunicação, Marketing e Relações Públicas”



+258 84 218 4841



Edson Chichongue • Nuno Soares • Mauro Manhiça • Razina Uladag • Rui Tembe • Christine Ramela  
Ulce Cuco • Cláudia Manjate • Carlos Nhamahango • António Sendi • Leandro Paul  
Mahamud Matsinhe • Felícia Nhama • Lara Popat Dias







## LANÇADO O LIVRO “O PODER INTEGRADO DA COMUNICAÇÃO, MARKETING E RELAÇÕES PÚBLICAS”

Um dos grandes marcos da 3ª Edição do COMARP Fórum foi lançamento do livro “O Poder Integrado da Comunicação, Marketing e Relações Públicas”. Trata-se de uma colectânea de artigos de profissionais moçambicanos que, para além de trazer experiências, buscam suscitar reflexões, impactar e transformar a estrutura social através do conhecimento.

Esta obra é resultado da 1ª Edição do COMARP Fórum realizado em Setembro de 2023, e são autores os 14 oradores do evento, nomeadamente: António Sendi, Lara Popat Dias, Carlos Jorge Nhamahango, Edson Chichongue, Mauro Manhiça, Razina Uludag, Nuno Soares, Ulce Cuco, Christine Ramela, Leandro Paul, Cláudia Manjate, Muhamud Matsinhe, Felícia Nhama e Rui Tembe.

Para o organizador da Obra, Edson Rufai, “este livro é um recurso importantíssimo para os profissionais do sector assim como para a academia. É nossa visão como COMARP promover conhecimento que é tirado destes eventos e torná-lo útil para os nossos estudantes e, também, profissionais”.





Em representação dos autores, Felícia Nhama considerou que esta obra oferece uma visão crítica, actual e prática dos desafios e oportunidades que a área de Comunicação, Marketing e Relações Públicas nos colocam. “Mais do que teoria, este livro traz também experiências reais, estudos de caso e reflexões que nos ajudam a navegar cada vez mais e com profundidade neste tema. Outro aspecto relevante, é que os autores desta obra vêm de diferentes trajectórias, cada um com sua experiência, que, portanto, ao mesmo tempo compartilham da mesma paixão e propósito: transformar conhecimento em impacto”, sublinhou.

Para a TAI Editora, de acordo com o seu representante Onésimo Singa, apoiar na produção do livro foi uma experiência desafiadora, mas também honrosa.

“Quer pessoas quer organizações ou nações, têm um factor em comum, que é a comunicação. E não é possível haver uma comunicação eficaz sem o poder integrado da Comunicação, Marketing e Relações Públicas, que é este livro”.

O livro é também um convite à reflexão, à acção e ao diálogo para todos os profissionais das áreas. Esperamos que esta obra inspire novas ideias, provoque novos debates e contribua para práticas mais humanas e eficazes na comunicação.

**DISPONÍVEL  
ADQUIRA JÁ!**



**TAI** editora

**GROUP  
COMARP**

**Reserve a sua  
cópia aqui**





Formação em

# Gestão de Comunicação Estratégica



05 e 06  
de Novembro de 2025

**Presencial**

Investimento

**7.500,00 MZN**



**Eugênia Chissano**  
Formadora

**Inscriva-se já**



**PARA MAIS INFORMAÇÕES:**

🌐 [www.academy.comarp.co.mz](http://www.academy.comarp.co.mz)

✉ [academy@comarp.co.mz](mailto:academy@comarp.co.mz)

☎ +258 86 233 80 43

☎ +258 84 218 48 41





## ASSOCIAÇÃO MOÇAMBICANA DE COMUNICAÇÃO E MARKETING PRÓXIMA DE SE TORNAR REALIDADE

Com a missão de fortalecer a prática de Comunicação e Marketing em Moçambique, através da promoção de padrões elevados, apoio ao desenvolvimento profissional e incentivo à inovação e à ética nestes dois campos, foi apresentado a Associação Moçambicana de Comunicação e Marketing (ACM), durante a 3ª Edição do COMARP Fórum.

Estabelecida em 2024, a Associação Moçambicana de Comunicação e Marketing (ACM) é uma organização sem fins lucrativos, dedicada ao desenvolvimento e à promoção das práticas de Comunicação e Marketing em Moçambique, e a sua génese está ligada aos debates ocorridos na 1ª Primeira Edição do COMARP Fórum, em 2023.

A visão da ACM é ser a principal referência em Comunicação e Marketing em Moçambique, liderando a transformação do sector e contribuindo para o crescimento económico e sustentável do país através de práticas de comunicação e marketing eficazes e inovadoras.

De acordo com Nuno Soares, um dos membros fundadores, esta associação vai, entre muitas tarefas, representar e defender quem trabalha nestas áreas, promover boas práticas e melhores condições de trabalho, apostar na formação através de cursos e conferências.

Com efeito, a organização, tenciona criar uma rede aberta à profissionais, agências, freelancers, estudantes empresas e o Estado.

Neste momento decorrem os tramites finais da legalização da Associação e brevemente será realizada a cerimónia oficial de lançamento da mesma.















COMARP AWARDS 2025

## A CELEBRAÇÃO MÁXIMA DA COMUNICAÇÃO, MARKETING E RELAÇÕES PÚBLICAS

A excelência tem agora nome, rosto e palco: COMARP Awards, que é momento em que são laureados profissionais e marcas que se destacam anualmente nas áreas da Comunicação, Marketing e das Relações Públicas em Moçambique.

Nesta edição, o COMARP Awards distinguiu 13 profissionais na categoria individual e 17 projectos ou marcas para categoria corporativa. Entre categorias corporativas que reconhecem campanhas, marcas e instituições, e categorias individuais que enaltecem as mentes brilhantes por detrás do sucesso, cada nome anunciado foi um tributo ao mérito e à dedicação. E para coroar este momento histórico, o Prémio Legado eternizou a contribuição de quem pavimentou o caminho para as gerações futuras.

A escolha dos vencedores do Mozambique COMARP Awards 2025 resultou de um rigoroso processo de avaliação conduzido por um júri independente, assegurando transparência e

credibilidade ao prémio.

O júri foi presidido por Vicente Siteo (Moçambique) e contou com a participação de destacados profissionais da comunicação e do marketing de diferentes países lusófonos: António Sendi (Moçambique), Ivanilde da Luz (São Tomé e Príncipe), Lúcia Brito (Cabo Verde), João Manuel (Brasil), Guilherme Porto Alves (Brasil) e Janaina Carneiro (Angola).

Cada membro do júri atribuiu pontuações individuais aos projectos submetidos, com base em critérios específicos como criatividade, inovação, impacto, relevância estratégica e resultados alcançados. A soma das pontuações determinou os vencedores finais em cada categoria, reflectindo uma avaliação equilibrada e profissional. O processo reforça o compromisso da COMARP com a valorização da excelência na comunicação e no marketing em Moçambique, promovendo o reconhecimento de boas práticas e o estímulo à inovação no sector.





## COMARP AWARDS 2025

### Vencedores na Categoria Corporativa:



Melhor Agência  
de Comunicação



Melhor Agência  
de Marketing



Melhor Agência de  
Relações Públicas



Melhor Campanha  
de Marketing  
*"Haverá Sempre um M"*



Melhor Campanha de  
Relacionamento com a Media



Melhor Campanha de  
Mudança de Comportamento  
Social *"Menstruação Segura,  
Rapariga na Escola"*



Melhor Campanha de  
Promoção de Seguros  
*"Protege o seu Ruca"*



Melhor Campanha de  
Activação de Marca *"Balanço  
Geral e Atracções nos Bairros"*



Melhor Acção de Responsa-  
bilidade Social Corporativa  
*"TEF – Maior Programa de  
Empreendedorismo de  
África"*





**COCA-COLA**

Melhor Publicidade  
Comercial

*"Partilha uma Coca-Cola"*



ELECTRICIDADE  
DE MOÇAMBIQUE, E.P.

**EDM**

Melhor em Estratégia de Gestão de  
Crises de Comunicação



**EMOTION**

Melhor em Comunicação Inter-  
na e Cultura Organizacional

*"Somos Porto"*



**M3 Group**

Melhor Projecto de  
novação e Criatividade  
*"M3 Business Lounge"*



**ISCTEM**

Melhor Instituição  
Acadêmica de Comunicação,  
Marketing e RP



**GALP Moçambique**

Melhor Marca  
Empresarial



**Bee Happy Mídia**

Melhor em Promoção  
de Diversidade e Inclusão  
*"Nhiko"*



**Chairman M.H**

Melhor Podcast  
*"Moz pod"*





## COMARP AWARDS 2025

### Vencedores na Categoria Individual



**Mirza Jamal**

Melhor Profissional  
de Comunicação



**Dan Gobe**

Melhor Profissional  
de Marketing



**Cláudia Manjate**

Melhor Profissional  
de Relações Públicas



**Ossumane Soverano**

Melhor Jovem Profissional na  
Comunicação, Marketing  
e Relações Públicas



**Eudes A. G. Vilanculo**

Melhor Assessor de Media



**Ximena Calero**

Melhor Criador  
Conteúdo



**Gilberto N. M. Harilal**

Melhor Profissional  
de Comunicação e de Mudança  
de Comportamento (CSMC)



**Emilton Hardy**

Melhor Profissional  
de Personal Branding



**Amália C. Comiche**

Melhor Professor de  
Comunicação, Marketing e RP





**Cleyde De. M. Manuel**

Melhor Estudante  
de Comunicação, Marketing  
e Relações Públicas



**Gerson Quive**

Melhor Designer Gráfico



**Afonso Júnior**

Melhor Videógrafo



**Nelson Júlio Chacha**

Prémio Carreira





# O PRÉMIO LEGADO

## COMARP DISTINGUE ANTÓNIO ALVES DA FONSECA

A excelência tem agora nome, rosto e palco: **COMARP Awards**, que é momento em que são laureados profissionais e marcas que se destacam anualmente nas áreas da Comunicação, Marketing e das Relações Públicas em Moçambique.

Nesta edição, o COMARP Awards distinguiu 13 profissionais na categoria individual e 17 projectos ou marcas para categoria corporativa.

Entre categorias corporativas que reconhecem campanhas, marcas e instituições, e categorias individuais que enaltecem as mentes brilhantes por detrás do sucesso, cada nome anunciado foi um tributo ao mérito e à dedicação. E para coroar este momento histórico, o Prémio Legado eternizou a contribuição de quem pavimentou o caminho para as gerações futuras.

**António Alves da Fonseca** é reconhecido como uma das figuras fundadoras da publicidade moderna em Moçambique, tendo criado em 1957 a agência GOLO, referência incontornável no sector. Para além da publicidade, destacou-se também no universo da radiodifusão, na Rádio Clube de Moçambique, onde assumiu papel central em momentos históricos, incluindo as transmissões da independência nacional.



Ao longo do seu percurso, Fonseca contribuiu igualmente para a valorização da cultura local, apoiando a divulgação da marrabenta e de outras expressões artísticas nacionais, sempre com a visão de que a comunicação deveria servir tanto as marcas como a identidade do país.

Com o Prémio Legado, o COMARP pretende eternizar personalidades cujo impacto vai além da carreira profissional, estendendo-se ao fortalecimento das instituições, da profissão e da sociedade.

O Prémio Legado COMARP assume-se assim como uma distinção excepcional, atribuída apenas em circunstâncias especiais, para celebrar figuras que deixaram marcas indeléveis no desenvolvimento da Comunicação, do Marketing e das Relações Públicas em Moçambique.





# QUEM ESTÁ CAPACITADO, SORRI PARA O MERCADO.

- **RELAÇÕES PÚBLICAS,  
MARKETING E VENDAS**
- **INGLÊS PRÁTICO E ORAL**
- **INFORMÁTICA BÁSICA E INTERMÉDIA**
- **TÉCNICO DE INFORMÁTICA  
(Redes e Hardware)**
- **SECRETARIADO EXECUTIVO**
- **RECURSOS HUMANOS & PRIMAVERA**
- **CONTABILIDADE & PRIMAVERA**
- **SECRETARIADO & INFORMÁTICA**







geral@comarp.co.mz | +258 87 271 9598 | forum.comarp.mz

Agradecemos aos nossos parceiros:

