

Clube

MORENA ROSA

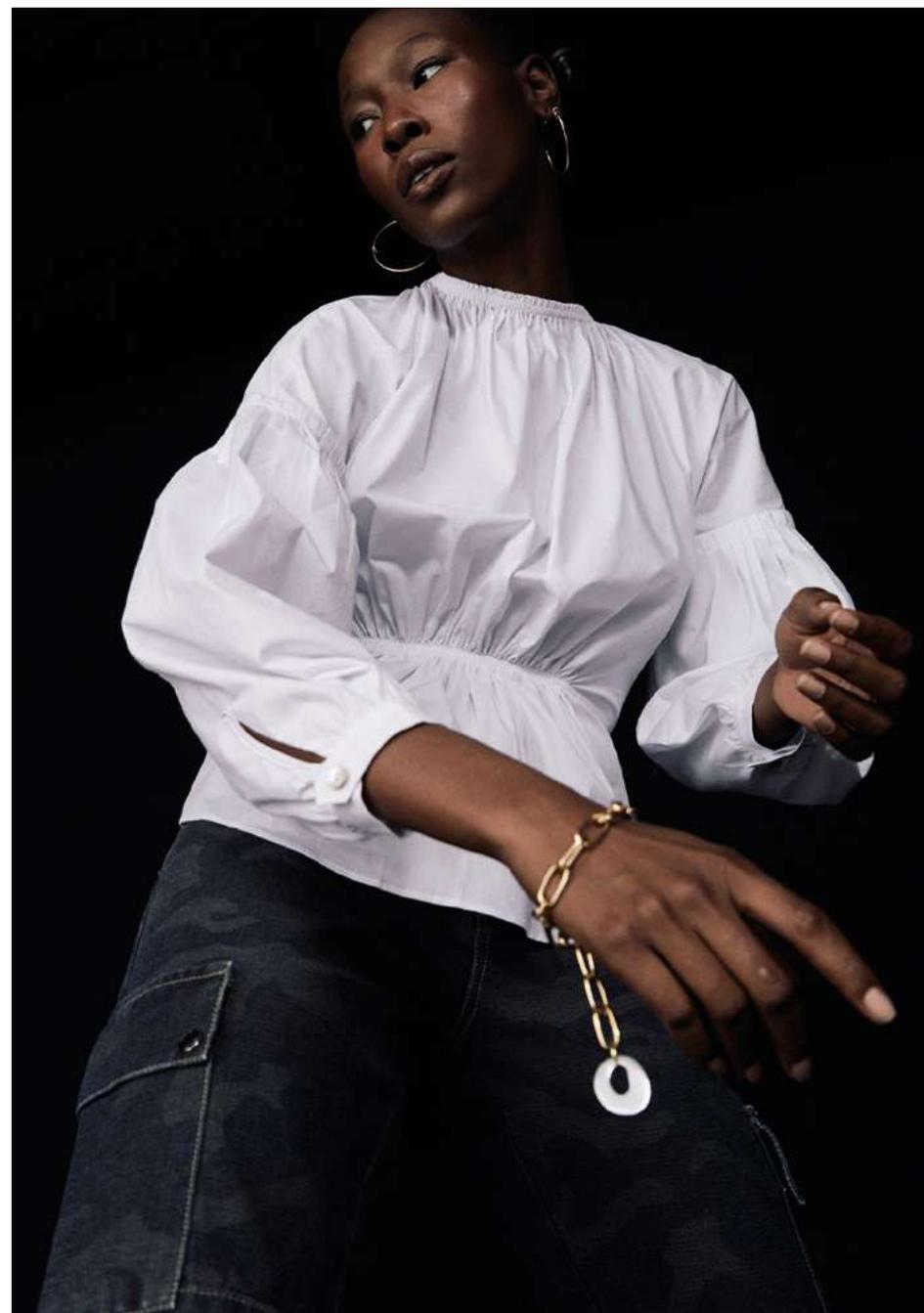
ELA
ACONTECE!
LUIZA POSSI

FALA SOBRE A MATERNIDADE,
AS ESCOLHAS DA CARREIRA
E OS DESEJOS PARA O FUTURO

JARDIM DE
INVERNO

CORES E ESTAMPAS
TRANSFORMAM OS DIAS FRIOS
NOS MAIS COLORIDOS DO ANO

IODICE





Querida leitora,

Chegamos a este desejado 2021! E por aqui, no Grupo Morena Rosa, temos novidades: a nossa moda para o inverno ganhou feminilidade e ousadia. Assim, o nosso convite é para você inovar o seu closet e apostar em roupas elegantes, que vão valorizar a sua melhor versão.

E é isso que mostramos nesta edição: além das coleções que preparamos com carinho para você (afinal, a nossa moda é feita com o coração!), também contamos um pouco da nossa rotina e das nossas inspirações, além de dicas para cuidar do seu bem-estar.

Desejo que todo dia você possa experimentar algo novo.

Boa leitura!

- VALDETE FRANZATO

EFEITO SURPRESA

O it shoe da estação é atemporal e sensação entre as fashionistas. Aposte no bicolor p&b para curtir o inverno com elegância!



EDIÇÃO 3 - MARÇO 2021

Fundador Grupo Morena Rosa **MARCO FRANZATO**

CEO Grupo Morena Rosa **LUCAS FRANZATO**

Diretora de Estilo **VALDETE FRANZATO**

Diretor lódice e Lebôh **EDUARDO FRANZATO**

Gestão Nacional do Varejo **TATIANA CONRADO**

Gestão de Trade Marketing e concepção da
Revista Clube Morena Rosa **MARIANA BETINE**

Coordenação de criação publicitária **RODRIGO KAUÊ PEGO**

Redação **LARYSSA ALARCON**

Direção de Arte **MARCUS VINICIUS VAZ**

Assistência de Arte **ALEXANDRE MONTANHER** e **MICHELLE STURION**

Produção Executiva **TAIS SERAFIM**

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO

Redação e Revisão **ANA CAROLINA CARVALHO**

Edição de Moda **CAROL OLIVERA**

Fotógrafos **CAROLINE CURTI**, **HENRIQUE FALCI** e **JOÃO ARRAES**

Beleza **HENRIQUE AZEVEDO**

Modelos **ISA EING (JOY)**, **NICOLE FELTES (MEGA)** e **VITORINNI (WAY)**

Tratamento de Imagens **BRUNO REZENDE**

Impressão e Acabamento **MIDIOGRAF**

Esta revista é uma publicação exclusiva do
Grupo Morena Rosa. Direitos reservados.
Agradecimento especial a todos os colaboradores.

Seja um franqueado Clube Morena Rosa

Gestor de expansão **FABIO TORNICH**
fabio.tornich@morenarosa.com.br

NOSSOS PRÊMIOS



Luiza veste lódice

SUMÁRIO

NOSSO UNIVERSO

- 10 Sol de inverno**
Nossas estilistas contam as principais tendências da estação
- 14 Moda além da idade**
Três gerações de mulheres revelam a pluralidade da Clube Morena Rosa
- 18 Gestão feminina**
As franqueadas que inovaram nas suas carreiras e investiram no varejo de moda
- 70 Fãs de carteirinha**
Fãs #1 da ClubeMR apontam suas experiências e o que mais amam nas lojas
- 72 Nossa gente**
Bastidores do nosso Grupo Morena Rosa

LIFESTYLE

- 22 Ela acontece**
Luiza Possi fala sobre carreira, música e família
- 26 Ao sucesso!**
Mulheres que encaram os desafios como heroínas
- 31 Vestida de felicidade**
A moda como agente transformador

MODA

- 32 Shops**
Nas nuvens, mix & match, dose de glow
- 38 Palavra de especialista**
A consultora fashion Mel Galhardo combina peças e estilos nada óbvios
- 42 Diálogos gráficos**
A nova essência da moda em estampas e cores contemporâneas
- 50 The way she walks**
Peças jeans e casuais mostram que tudo é uma questão de atitude

SELF CARE

- 60 Espelho, espelho meu**
Os cuidados que devemos ter ao reproduzir dicas de skincare das redes sociais
- 62 BEM-ESTAR Tempo de conexão** Os poderes das pedras naturais
- 64 ENTRETENIMENTO Luz, câmera, ação** Cinema, streamings e novos lançamentos
- 66 GASTRONOMIA Para um ritual perfeito** Harmonização entre vinhos e pratos
- 68 VIAGEM O mundo aos seus pés** As trilhas mais incríveis do Brasil
- 74 TÊTE-À-TÊTE Casa conforto** Como é o nosso lar, esse lugar que nos acolhe?



MORENA ROSA®

SOL DE INVERNO

Nosso inverno é tudo, menos sem graça. Por aqui, vivemos a moda com a alma e fazemos coleções que levantam o astral até mesmo nos dias mais cinzentos. Por isso, convidamos as nossas estilistas para contarem suas principais inspirações e apostas para a temporada mais fria do ano, que promete ser recebida com cores e texturas de tirar o fôlego. As portas dos nossos backstages estão abertas, aproveite a leitura!



MORENA ROSA

por MÔNICA MACENTE

Para criar uma coleção que homenageia a personalidade vibrante da brasileira, Mônica viajou até a Ilha do Ferro, em Alagoas, atrás de inspiração. Esse paraíso perdido em meio à imensidão do Rio São Francisco rendeu estampas quentes e cores vibrantes muito influenciadas pela paisagem e pela arte da região. Para ela, o vermelho é um dos principais destaques, juntamente com a alfaiataria de-nim, os recortes e as golas altas.

“Nossas padronagens também são elementos especiais. Elas contam a história da cidadezinha com muita sofisticação e feminilidade”. Afinal, não seria Morena Rosa sem uma estampa floral desejo, não é mesmo? A queridinha da vez traz toques de verde e rosa aliados à leveza inconfundível que a marca tem. Pensando nas mais ousadas, Mônica não esqueceu do brilho nosso de cada dia, que há muito tempo tem passe livre para também ser usado em propostas diurnas. E quando a gente acha que acabou, ela nos surpreende com um clássico repaginado que faz qualquer um pirar: o pied-de-poule em versão maximalista com um toque moderno de gravataria, para usar e abusar.

MARIA.VALENTINA

por LOUISE ABRAHÃO

A Maria.Valentina mergulha no universo das mulheres reais, aquelas que são criativas, sensuais, modernas, corajosas, confiantes... Se deixar, preenchemos uma revista inteira só com adjetivos para elas. Louise contou que essa mulher encanta todos ao seu redor e é para ela que cria coleções cada vez mais bonitas, divertidas e, principalmente, empodera-

Coleção
Morena Rosa



Coleção
Maria.Valentina



das. Apostando em conjuntos coloridos, estampas de desejo e muito jeans e sarja, ela desenha peças versáteis e cheias de originalidade para quem veste a marca se manter sempre chique mesmo no corre-corre da rotina. “A mulher Maria é referência e, independentemente da estação, usa muita cor e ilumina até mesmo os dias mais cinzentos.” E como ilumina!



LEBÔH

por LOUISE ABRAHÃO

No início do ano, a Lou, que também coordena a Maria.Valentina, assumiu a direção criativa da Lebôh. Com uma nova equipe e um olhar entusiasmado para a marca, ela criou uma coleção especialmente pensada no lifestyle de meninas livres, antenadas e felizes: “Essas garotas conhecem as tendências e sabem como usá-las a favor do seu estilo próprio e único”. Para elas, as trends que mais vão bombar nessa nova temporada são os mix de estampas, os pontos de luz com neon e o tão famoso hi-lo, a charmosa combinação de peças mais chiques com outras basiquinhas. A palavra-chave para a nossa estilista é personalidade, então pode esperar para ver muito utilitário e overtops inusitados que dão peso ao look. Nós amamos!



ZINCO

por PRISCILLA ALTMAYER

As coleções da Zinco são sempre inspiradas em viagens e experiências e para os dias frios não foi diferente. A região da Capadócia, na Turquia, também conhecida como “terra da magia”, deu o tom às peças da temporada, que são quentes e super alto-astral. Para a Pri, os novos tricôs são o principal destaque: “Eles são os queridinhos da estação e trazem muito aconchego para o momento”. Outra novidade: os jeans românticos, com babados, mangas bufantes e pregas são tendência total nesse inverno. Versáteis, eles podem ser usados tanto com tênis para um mood casual quanto com saltos mais descolados para a noite. E como não podia faltar, o comfy look, que faz parte do DNA da marca, aparece em cores bem femininas, tecidos ainda mais incríveis e, é claro, modelagens confortáveis que deixam você pronta para curtir a vida. Se joga!

IÓDICE

por CAROLINA PECEGUEIRO

As grandes metrópoles, como Nova York, Paris, Londres e Tóquio, com suas cores, texturas e formas arquitetônicas, inspiraram os shapes conceituais e modernos da nova coleção da Iódice. A Carol ama contrastar as ideias de atemporal e vanguarda e, por isso, apostou em fazer uma releitura de clássicos, como o couro e o xadrez, com um olhar que só ela tem.

De todas as tendências, a sua preferida é, sem dúvida, a alfaiataria colorida: “Ela passeiam superbem nos momentos casuais e de trabalho, assim o dia a dia fica ainda mais divertido e alegre”. Apostar em shapes e detalhes novos para peças curingas também é especialidade dela. Assim, prepare-se para se apaixonar pela camisa repaginada e os novos jeans da marca. Carol promete que vai deixar até os looks mais básicos superchiques e sofisticados.





Tatiany veste
Morena Rosa,
Mariana veste
Morena Rosa e
Dolores veste
Maria.Valentina

MODA ALÉM DA IDADE

Fotos Jéssica Lima,
Cláudia Fortunato,
Robson Silva

A moda é reflexo da nossa personalidade e independe da idade. Ela expressa quem somos e como queremos que o mundo nos enxergue. A moda é para todas. E se tem uma loja que entende bem de diversidade é a Clube Morena Rosa. Dona de cinco marcas de personalidades distintas, mas que se complementam, somos referência em conversar com vários estilos e públicos. Pensando nisso, convidamos três gerações de mulheres de três famílias do Brasil para contar o que mais amam na pluralidade e no jeito de fazer moda da CMR. Descubra o que nos une e nos torna tão especiais.

DOLORES, TATIANY E MARIANA

Não é de hoje que as mulheres da família Deamo são apaixonadas pela Clube. Naturais de Votuporanga, no interior de São Paulo, Dolores, de 70 anos, compartilha seu bom gosto com Tatiany, de 40 anos, e Mariana, de apenas 8 anos. Juntas, elas frequentam quase semanalmente nossa loja em Araçatuba (SP) e dividem sua paixão pelas marcas do grupo. Super antenada e dona de uma personalidade singular, foi Dolores quem apresentou a loja para a nora e a neta: “Eu já gostava muito da marca Morena Rosa e sempre comprava em lojas da região. Quando a franquia abriu na nossa cidade, acabamos conhecendo as outras grifes e desde então somos clientes muito apaixonadas”. Por ser toda moderninha, não foi nenhuma surpresa quando ela contou que uma das suas marcas preferidas é a Zinco. “Eu me sinto jovem, atual e muito estilosa”, complementa a aposentada que exala elegância e alto astral.

Influenciada pela sogra, Tatiany, que é professora de matemática, encontrou na Maria.Valentina o casamento perfeito entre sofisticação e conforto para o seu dia a dia. Ela diz que com cores, estampas e modelagens incríveis, fica difícil não querer um closet cheio de peças da marca. “O que mais

amo são as calças! Elas facilitam muito a minha rotina e me deixam sempre bem vestida, independentemente da ocasião.”

Mesmo pequena, Mariana não perde uma ida à loja com a mãe e a avó. Muito doce e curiosa, ela conta que sua parte preferida são os eventos realizados na Clube: “Uma vez, participei de uma tarde de fotos em que fui maquiada e todo ano tem festa de Dia das Crianças. Também já fiz bolachinhas e pirulitos personalizados, foi muito legal!”. Como mãe, dá para imaginar que o coração da Tati se derreteu todo quando escutou isso, não é? Para

ela, o atendimento atencioso é o que mais ama na CMR: “Em nenhuma loja fui recebida dessa maneira. São momentos como esses que ficam na memória e me fazem ter um carinho especial pela marca”. E a avó, vendo a felicidade da netinha, complementa: “Em nenhum outro lugar existe uma loja que se compare com a Clube. É muito claro o carinho que eles têm com qualquer cliente que chega, do mais humilde ao mais elegante, adulto ou criança. Sempre o atendimento é uniforme, muito carinhoso e repleto de atenção”.

“
Em nenhuma loja fui recebida
dessa maneira. São momentos
como esses que ficam na
memória e me fazem ter
um carinho especial
pela marca”

TATIANY, 40



Ana Carolina veste Morena Rosa, Fernanda veste Maria.Valentina e Regina veste Maria.Valentina

BELEZA: MARIÉLI GOMES E GI NANTES

REGINA, ANA CAROLINA E FERNANDA

O marido de Regina, 59 anos, é nosso conterrâneo de Cianorte, no Paraná, e por isso ela acompanha a Morena Rosa praticamente desde a sua criação. Sempre comprando um vestido aqui e um biquíni ali em lojas revendedoras, ela já era fã de carteirinha da marca muito antes da Clube nascer. Hoje, Regina é declaradamente apaixonada por todas as grifes e não perde uma visita à nossa franquia de Londrina (PR). “A Morena é poderosa, a Maria é elegante, amo as cores da Zinco, a jovialidade da Lebôh e a modernidade da Lódice. Consigo me encontrar em cada uma delas e adequá-las ao meu estilo pessoal.”

A funcionária pública aposentada não poupa esforços para elogiar a gente, nos comparando com grandes marcas internacionais. “A vitrine enche os olhos, o acabamento é impecável, os preços são atrativos, o atendimento é super carinhoso... Não tem como não amar!” E não para por aí. Descolada, ela também adora postar fotos nas redes sociais e dizer que suas roupas são Clube MR com todo orgulho. Não importa se é parente, amiga ou um desconhecida, ela recomenda a marca com todo amor do

mundo, afinal, é esse o mesmo sentimento que recebe sempre que vai fazer compras na loja. Já a relação de sua filha com a gente é mais recente, mas não menos intensa e especial. Ana Carolina, de 32 anos, conta que no dia a dia, por conta do trabalho, prefere a dupla Morena Rosa e Maria.Valentina, mas que nos momentos de lazer a Zinco ganha seu coração por causa das cores e da modelagem confortável. A advogada também revela que o que mais ama na loja, além do atendimento sempre acompanhado de um cafezinho, é a praticidade e a facilidade para encontrar a roupa ideal ao seu estilo em cada ocasião. “Mesmo quando não posso ir, as vendedoras me mandam fotos ou até mesmo uma sacola com peças para eu provar em casa e escolher qual eu quero chamar de minha.” Inspirada pelo estilo da mãe e da avó, Fernanda, de apenas 7 anos, já sabe como vai se vestir quando crescer. “Eu já uso várias roupas da Clube, mas quando for adolescente e adulta vou poder usar muito mais. Elas são lindas e muito legais.” Para ela, as vendedoras são o ponto alto das visitas, porque “são todas divertidas e sempre me dão água, chá e bolachinha”. Muito meiga e educada, ela mandou vários beijos para todos da equipe durante a entrevista, reforçando o quanto ama a marca.



Larissa veste Zinco, Romilda Maria.Valentina, Luanna Morena Rosa e Angela Lódice

BELEZA: SHEZ HAIR SPA

ROMILDA, ANGELA, LARISSA E LUANNA

Foi por influência de Larissa, 17 anos, e Luanna, 25 anos, que a mãe e a avó se apaixonaram pela Clube. Apesar de já conhecerem a Morena Rosa há muitos anos, foi só quando abriu uma franquia no shopping da cidade em que moram, em Cuiabá, que elas tiveram contato com as outras marcas do grupo. Por serem quatro mulheres em casa, dificilmente uma delas não está usando uma de nossas peças. “Elas são quase membros da família”, brincam. Apesar de terem estilos diferentes, a CMR não decepciona, pois sempre está pronta para atender suas pluralidades da melhor maneira possível. Apesar de terem personalidades diferentes, Angela, 41 anos, e Romilda, 70 anos, dividem a paixão pela Maria.Valentina, “Nós somos mães modernas e estilosas. Eu gosto muito de comprar peças que vão durar, tanto no estilo quanto na qualidade.

“
Eu gosto muito de comprar peças que vão durar, tanto no estilo quanto na qualidade. Quero poder abrir meu guarda-roupa daqui um ano e continuar apaixonada pelas peças que comprei hoje”

ANGELA, 41

Quero poder abrir meu guarda-roupa daqui um ano e continuar apaixonada pelas peças que comprei hoje”, comenta a empresária, mãe da Lari e da Lu. Entre as meninas, a Zinco é a que mais faz sucesso por ser uma marca divertida e que reflete um estilo de vida jovem alinhado às tendências do momento. Para elas, a experiência em loja é tão importante quanto comprar uma roupa incrível. “Nenhuma outra loja faz isso, é muito bom e divertido eu me sentir importante e valorizada como cliente”, conta Angela, lembrando dos eventos que já participou e dos mimos que ganhou. A família também diz que as vendedoras são como suas amigas porque conhecem bem seus estilos e sabem exatamente o que cada uma vai amar. Inclusive, a vovó Romilda revelou que ama ganhar presentes das netas e ser surpreendida com peças novas. Fica a dica, meninas!

GESTÃO FEMININA:

A MODA FICA AINDA MAIS BONITA COM ELAS

Fotos Lígia Lagos,
Bruna Nascimento,
Vanessa Marconato

Nas nossas lojas, as clientes ficam à vontade para combinar peças de uma arara e outra e são cuidadas por vendedoras e gerentes que sabem o que é ideal para cada uma. Tudo isso é possível porque, no comando das franquias, empreendedoras atentas fazem uma gestão impecável. Conheça três dessas mulheres que unem moda e sucesso. Inspire-se!



Daniela veste
Iódice

DANIELA LEITE

Quando a pandemia surpreendeu o mundo, no começo de 2020, a advogada Daniela Leite morava em Portugal, onde fazia seu doutorado em Direito. Por causa das incertezas daquele tempo, ela voltou para o Brasil e decidiu se reinventar. Sem deixar a carreira como advogada de lado, Daniela retomou o desejo antigo de trabalhar com moda. “Eu cresci vendo a minha avó costurar roupas maravilhosas. Isso fez com que me apaixonasse pela moda. Com o tempo, as minhas escolhas me levaram a trabalhar com Direito, que também gosto muito, mas minha paixão pela moda sempre foi presente”, conta Dani.

Não à toa, ela está à frente de cinco franquias Clube Morena Rosa e se surpreende com as possibilidades que essa área traz: para ela, as releituras que a moda permite a cada estação, ressaltando a essência e a beleza de cada pessoa, são o que mais gosta nesse universo.

Por isso, Dani ressalta a versatilidade da Clube Morena Rosa: “Trabalhar as cinco grifes do Grupo num mesmo espaço, a partir de um mix de produtos variados, possibilita que cada mulher experimente estilos diferentes e descubra a sua própria beleza”. Dividida entre processos e roupas, Dani não se cansa. Pelo contrário, a sua gestão é cuidadosa e ela está sempre atenta às demandas de suas clientes, que têm optado por um consumo mais equilibrado e consciente.

LUCIANE ALMEIDA

Há mais de 20 anos, Luciane Almeida atua na área hospitalar: lá, ela é gestora operacional e financeira e tem uma carreira consolidada. Apesar da estabilidade profissional, em 2019, Luciane resolveu inovar: como sempre foi apaixonada por moda, apostou em uma franquia do segmento. “Na época, decidi conhecer melhor esse mercado. Eu costumava comprar roupas em uma loja onde a Singrid Andry, hoje minha sócia, era gerente.



Luciane veste
Maria.Valentina
e Morena Rosa e
Singrid Morena Rosa

Conversamos sobre a minha ideia e ela me entusiasmou! A partir dali, viramos amigas e parceiras”, lembra a empresária.

Juntas, elas decidiram que só investiriam em uma marca com a qual se identificassem e, antes de optarem pela Clube Morena Rosa, conheceram muitas franquias que não eram do tamanho dos seus sonhos. “Quando nos apresentaram o portfólio do Grupo Morena Rosa foi encantamento à primeira vista!”

Hoje em dia, Luciane e Singrid comandam as franquias de Vitória e Vila Velha e logo elas voam para Recife (PE). É ali, entre as araras, nas conversas com as clientes e cada uma contribuindo com a sua expertise – Luciane é responsável pela administração da operação e financeira e Singrid pela gestão comercial –, que a dupla vê a magia da moda acontecer. “Nas lojas, acompanhamos quem nos visita com atenção e procuramos tornar aquele momento inesquecível. Trabalhar com moda permite isso: você pode criar inúmeras possibilidades, aguçar os sentidos e as emoções”, comenta Luciane.

DANIELA KLIEMANN

O varejo não é novidade para Daniela Kliemann, mas o universo da moda sim. Há dez anos, ela cuida da Athena Livraria, em Santa Maria (RS). “Começou como uma pequena revistaria e construímos uma marca



Daniela veste
Morena Rosa

forte e prestigiada na cidade. Tenho muito orgulho disso! Como somos uma empresa familiar, os filhos cresceram e vieram trabalhar conosco. A Athena ficou pequena para todos nós. Desde 2019, estava à procura de uma franquia para diversificar os negócios”, lembra a empreendedora.

O namoro com a Clube começou no ano passado e depois de muitas pesquisas, Daniela apaixonou-se pela marca. “A história da CMR, além da forma como faz tudo com o coração, chamou a minha atenção. Acabei abrindo três lojas de uma só vez. Um pouco louco, não?”

Apesar da pitada de aventura, Daniela encara os desafios com bom humor e usa a experiência na livraria para fazer uma gestão das franquias atenta aos detalhes. “Acompanho de perto a rotina das minhas gerentes e juntas traçamos estratégias e vibramos com as conquistas.” Sim, não faltam conquistas para ela: a moda, além de ganhar o seu coração, está revolucionando o seu guarda-roupa. “Hoje percebo como uma peça é importante para a autoestima de uma mulher. Deixei de lado as roupas básicas e uso as coloridas e estampadas. E os looks mais fluidos, leves e elegantes fazem com que eu me sinta mais feminina e autoconfiante.”

MARIA.VALENTINA



ELA ACONTECE!

Fotos João Arraes
Styling Carolina Pecegheiro
Beleza Henrique Azevedo

Luiza Possi é apaixonada pelo palco e, por causa dos novos tempos, confessa que as saudades dos shows são imensas. Nesse encontro especial com a Clube Morena Rosa, ela fala do trabalho, da música e da família

Luiza veste
Maria.Valentina
e Morena Rosa



“O mundo moderno
exige que a gente repense
as nossas escolhas”

Quando convidamos a Luiza para ser a estrela dessa edição, logo nos preparamos para um encontro grandioso. A cantora, com 18 anos de carreira, acabou de lançar *Submersos*, um álbum gravado em parceria com De Maria durante a pandemia, é mãe do Lucca, um pequeno de 1 ano e sete meses, e, recentemente, perdeu o pai, o produtor musical Líber Gadelha, vítima da covid-19.

“A pandemia colocou o Brasil e o planeta num momento muito triste e delicado. Mas temos que lidar com as adversidades e saber trilhar novos caminho. Gravar *Submersos* nessa fase, ter a oportunidade de compor, tocar e cantar com o De Maria foi um antídoto à piração. Nesse trabalho, surgiram muitas inspirações regionais porque ele é do Pará e a minha família também é do Norte, do Nordeste, e nós nos encontramos aí, além das criações bem melódicas”, comenta Luiza.

Apesar das mudanças tão repentinas do último ano, Luiza acredita que o mundo moderno é provocador e exige que as nossas escolhas sejam sempre repensadas. Foi assim, acreditando na liberdade das mudanças, que a sua maternidade aconteceu. Com um riso fácil, Luiza conta: “Eu nunca quis ser mãe. Quando conheci o Cris [Cris Gomes, com quem ela é casada, é diretor do quadro *Show dos Famosos*, do *Domingão do Faustão* (TV Globo)], logo avisei que não teria filhos. Mas quando eu descobri que não poderia ser mãe, me bateu um ‘Opa, será que é isso mesmo?’”. Não era bem assim: o desejo pela maternidade foi surgindo aos poucos e hoje ela tem o Lucca.

Luiza brinca que conciliar o trabalho e a maternidade é como equilibrar pratos, mas dá certo! Com uma rede de apoio para ajudá-la nessa tarefa, entre as pessoas que estão por perto, a mãe, a cantora Zizi Possi, é uma das mais presentes. “Minha mãe sem-

pre foi a minha inspiração, mas também a minha companheira. A @zizipossi dos palcos, mas ao mesmo tempo a Maria Izildinha de dentro de casa. Meu maior exemplo de mãe e mulher, essa pessoa que tanto amo”, homenageia ela no Instagram (@luizapossi). E continua: “Quando eu tinha três meses, minha mãe voltou a trabalhar. Ela e meu pai faziam shows juntos e precisavam retomar as apresentações para ganhar dinheiro. Eu também voltei para o palco três meses depois do nascimento do Lucca. Não consegui ficar longe do trabalho e, felizmente, pôde acontecer assim.”

Não é à toa que a interação com o público é mágica e essencial para Luiza. Sim, o palco é seu lugar preferido e desde menina é na música que ela se realiza. “Adolescente, prestei vestibular para Publicidade, mas quando percebi, eu era cantora. Não foi planejado! Com 13 anos, eu cantava, com 16, estava gravando.”



Luiza veste
Iódice

INSPIRAÇÕES

Com 36 anos, Luiza Possi vive conectada com a sua criatividade. Em 2017, ela homenageou Michael Jackson com o espetáculo *Who's bad?* e fez sucesso entre a crítica e o público com releituras dos grandes hits do cantor, como *Black or white*, *Beat it*, *Billie Jean* e *I just can't stop loving you*. “Eu o admiro muito. Ele criou harmonias, melodias, jeitos de cantar e dançar. Se Michael Jackson não existisse, o pop seria outro.” Trabalho preferido?

“É difícil eleger apenas um desses tempo todo de carreira”, diz, pensativa. “Nesse momento, escolho o *Escuta*, produzido pelo meu pai com músicas feitas exclusivamente para esse álbum. Tem composições inéditas da Ana Carolina, do Chico Cesar, do Jorge Vercillo e foi bastante reconhecido pela crítica.”

Por causa da pandemia, Luiza está longe dos palcos e confessa que as saudades de fazer shows são enormes. Enquanto espera por uma nova turnê, ela se atenta às criações. “As inspirações aparecem quando estou dedicada a um instrumento, tocando violão ou piano. Surgem de enfrentar o papel em branco e buscar a composição.”

Luiza, nós escolhemos o tema transformação para esta revista. O que essa palavra significa para você? “Transformação é a essência da vida. A gente transforma para continuar vivo e só nos tornamos mais fortes se nos transformamos, conseguimos evoluir.”



Luiza veste lódice e Zinco

SEGREDOS DA LUIZA

Um cheiro inesquecível: “O do meu filho”.

Uma música preferida: “*Humane Nature*, do Michael Jackson”.

Para descansar: “Rede”.

Um livro de cabeceira: “*Rita Lee: uma autobiografia*” (Globo Livros).

O melhor lugar do mundo: “Santo André” (cidade da Grande São Paulo).

Um filme tem-que-ver: “*A pele que habito*, de Almodóvar”.

Um prato delicioso: “Cheese bacon com maionese”.



Agradecimentos Joias Maria Dolores (@lojamariadolores_jardins @lojamariadolores_higienopolis) Casa Umma (@casaumma)

Natalie veste
Maria.Valentina



AO SUCESSO!

Fotos **Everton Ramos,**
José Pelegrini

Natalie não perde de vista o cuidado com planeta e o próximo. Ela trabalha com economia colaborativa e é mãe do pequeno Nico, de 6 meses.

Raíssa, desde menina, é rainha da bateria da escola de samba Beija-Flor de Nilópolis. Foi com os pais e com a música que ela aprendeu a olhar as necessidades dos outros com carinho. Lorraine é uma youtuber antenada: aposta no trabalho nas redes sociais sem se deslumbrar e, há pouco tempo, lançou uma marca de comfwear com a ideia de divulgar o consumo consciente. Em comum, essas mulheres conjugam o verbo empoderar com firmeza e encaram os desafios como heroínas. Aqui, elas abrem o coração!

NATALIE ASSAD FELLER, 33 ANOS, EMPRESÁRIA

CMR: Pode nos contar um pouquinho sobre o seu trabalho com economia colaborativa e o que é encantador nele?

Natalie: Eu comecei a trabalhar com economia colaborativa em 2012, quando fundei o Partio, uma plataforma de financiamento coletivo voltado para área de cultura e educação. Recentemente, investi no Ene Consultórios, um coworking para profissionais da área de saúde baseado no sistema pay-per-use. A economia colaborativa tem como principal pilar o compartilhamento, e não na aquisição: a partir dela, é possível pensar num futuro que seja mais justo, acessível e democrático. E é isso que me encanta nessa maneira de trabalhar: promovendo a economia colaborativa, ajudo a construir uma sociedade mais sustentável econômica, ambiental e culturalmente.

CMR: Você está à frente de negócios bastante diferentes. Quais são os principais desafios desses trabalhos?

N.: Acredito que é fazer com que continuem prosperando. Desejo dedicar tempo e energia para que cresçam de maneira sustentável.

CMR: Hoje em dia, o seu nome é reconhecido no mercado e você comanda o podcast Mulheres Positivas, da Jovem Pan. O que acha dessas conversas tão ricas?

N.: O podcast Mulheres Positivas é uma super-realização! Tem sido um prazer imenso conversar com mulheres que sempre têm histórias incríveis para contar, não importa o cargo ou a idade delas. Pode ser um momento de superação que vai inspirar outra mulher. Essa possibilidade da troca é encantadora! Digo que agora sou colecionadora de boas histórias e tenho a oportunidade, nesses encontros, de revelar o que as minhas entrevistadas têm feito de melhor para esse mundo.

CMR: No ano passado, você inaugurou a maternidade. Como tem sido ser mãe?

N.: Nico está com seis meses e ele é a melhor de todas as minhas experiências. Falar dele e pensar sobre esse período me emocionam. É uma aventura! É duro, é difícil, mas, ao mesmo tempo, é a minha vivência mais bonita. O Nico me faz experimentar algo novo todo dia, e me es-

forço para ser melhor também. Ser mãe de um menino ainda me traz a possibilidade de criar alguém diferente de muitos meninos que encontrei por aí. Desejo que ele seja feliz e corajoso. Conciliar a carreira e a maternidade hoje é o meu principal desafio: eu conto com um apoio nos cuidados do Nico, mas eu tenho uma necessidade interna de estar sempre com ele. Fico pensando se ele está bem quando não estamos juntos. Preciso resgatar até o meu raciocínio, além do tempo, para me dedicar aos meus negócios!

CMR: Quais são seus desejos para o futuro?

N.: Que eu consiga conciliar cada vez melhor todos os meus perfis: eu amo ser mãe, mas amo também trabalhar e produzir conteúdos para mulheres. E para o mundo, desejo um futuro menos preconceituoso e mais justo nas questões de gênero.

RAÍSSA DE OLIVEIRA, 30 ANOS, EMPRESÁRIA E RAINHA DA BATERIA DA BEIJA-FLORE

CRM: Você é formada em jornalismo e é empresária do segmento de fitness. Como é o seu dia a dia?

Raíssa: Eu brinco que tenho hora para acordar, mas nunca para dormir! Sou proprietária da academia Premium Fit, cuido da ONG Raydi, uma iniciativa que, há dez anos, tem o propósito de acolher e formar crianças e jovens carentes e ainda estou à frente do Samba Raydi Show, que divulga as apresentações de samba pelo Brasil e pelo mundo. Meus dias são muito corridos e procuro não perder de vista a minha família. Não foi fácil chegar até aqui: tive que aprender a fazer escolhas.

CMR: Como você define a sua participação como rainha da escola de samba Beija-Flor de Nilópolis: um sonho, um trabalho da vida inteira?

R.: Eu era passista-mirim da escola. Com 12 anos, venci o concurso Pé do Futuro, da Rede Globo, disputado por crianças de outras escolas do carnaval carioca. Isso fez com que os dirigentes da Beija-Flor me escolhessem para rainha da bateria. Ainda hoje, mesmo depois de tantos anos, sinto um friozinho na barriga toda vez que piso na Marquês de Sapucaí. A



Raíssa veste
Morena Rosa

cada carnaval, eu vivo um sonho e é como se fosse a minha primeira vez na avenida. Graças à escola, venci todas as estatísticas que alegam que uma mulher negra, pobre e do samba não chega a lugar algum.

CMR: Você é mãe da Rhayalla, de 1 ano e meio. Quais são as dores e as delícias da maternidade?

R.: A maternidade mudou a minha forma de ver o mundo e, hoje em dia, a minha vida tem mais sentido por causa da Rhayalla. Não romantizo o fato de ser mãe e me cobro bastante para dar conta dessa responsabilidade. Batalha para que a minha filha seja uma menina bacana, que respeite o próximo e tenha valores morais e éticos.

CMR: Quais são os seus desejos para o futuro?

R.: Tenho pensado bastante em como a pandemia do coronavírus nos deixou frágeis. O número de mortes por causa da doença e o distanciamento social comprometem a saúde mental de qualquer um. Por isso, o meu maior desejo é saúde para a humanidade.

LORRINE MONDIN, 23 ANOS, BLOGUEIRA E YOUTUBER

CRM: Como você começou sua carreira: quantos anos tinha, qual era o seu propósito naquela época e como foram surgindo as oportunidades?

Lorraine: Eu comecei a gravar vídeos para o YouTube em 2011. Eu tinha 13 anos e achei legal compartilhar dicas e assuntos sobre a minha personalidade, a minha vida, por pura diversão e passatempo... Nunca, naquela época, eu pensava que poderia ser a minha profissão! Lembro que gravei um vídeo ensinando a fazer cachos com a chapinha e ele bombou. Logo, o meu canal virou um parceiro do Google e marcas começaram a entrar em contato para divulgar os seus produtos nele. Passei a ver como uma oportunidade de trabalho.

CMR: Atualmente, você tem mais de 340 mil inscritos no seu canal no Youtube, além do blog, e lançou uma marca própria. Como foi essa trajetória?

L.: Tudo aconteceu de forma bastante natural



Lorraine veste
Zinco

e orgânica. Acredito que a etapa mais importante desse processo foi ter cursado Mídias Sociais Digitais, na Belas Artes, em São Paulo. E, com certeza, ter morado sozinha na cidade me ajudou a amadurecer e a empreender novas ideias. Lancei a sra. Sono, uma marca de comfywear e, no ano passado, tirei alguns projetos do papel. O primeiro, voltado para causas sociais e animais, é um bazar on-line das peças do meu closet (@lm.bazaar) e pude ajudar, inclusive, a combater a falta de oxigênio em Manaus. O segundo foi a criação de um kit com os filtros que uso nas minhas fotos: criei um preset e compartilhei com o meu público (@lm.filtros) comercialmente, o que superou as minhas expectativas.

CMR: Como você avalia o mercado das mídias sociais? A exposição é bastante grande e há muita concorrência também. Como lida com isso?

L.: Esse mercado está começando a se consolidar. Não vejo os outros criadores de conteúdo como concorrentes e acho que cada um

tem o seu espaço, um nicho e uma mensagem diferente para transmitir. Eu sempre soube lidar bem com a exposição: tomo cuidado com o que transmito para os meus seguidores e tenho muita sorte de ter um público respeitoso, que realmente considero meus amigos virtuais!

CMR: Quais são os seus sonhos para o futuro?

L.: Quero voltar a viajar pelo mundo e compartilhar sempre esses bons momentos, além de trabalhar bastante para que a minha marca continue sendo um case para a moda slow e consciente no Brasil. Sem esquecer, é claro, que desejo continuar transmitindo boas energias e conteúdos para quem me acompanha. Assim como crescemos e amadurecemos juntos até agora, espero que continue!

VESTIDA DE FELICIDADE

Foto Nathaly Schenayder



LE BÔH

Muitas vezes ficamos tão preocupadas se estamos vestidas de maneira adequada ou não que esquecemos o principal: sentir-se bem. Gostar de si mesma não é algo que podemos comprar da vitrine, muito menos pegar emprestado de alguém. A moda deve servir à autoestima, não ao contrário. Muita gente esquece, mas ela é um fenômeno social que molda nosso estilo de vida e nos conecta com pessoas semelhantes à nossa essência. Ela é o caminho, não o destino final.

Esse processo de descobrir quem somos e como queremos que o mundo nos veja não é fácil e muito menos acontece de uma hora para a outra, e a Fabrícia de Francesco, uma das nossas franqueadas, sabe disso como ninguém. Dona de três Clube Morena Rosa (em Santos, Mogi das Cruzes e Praia Grande, todas no Estado de São Paulo), ela encontrou na moda um universo repleto de aprendizados que a transformaram: “Antes eu olhava uma roupa diferente e tinha medo de usar, achava que não era para mim. Hoje em dia, já acredito que isso não existe. Uso o que quero e sou muito mais feliz assim”. Essa mudança de perspectiva aconteceu quando ela entrou para o nosso time, há dois anos, e foi aqui dentro que encontrou a liberdade e a segurança que tanto procurava. “A Clube



Fabrícia veste Maria. Valentina

coloriu muito mais do que meu jeito de vestir, mas também meu jeito de ser”, comenta Fabrícia, sorrindo.

É assim, vibrante, que ela influencia as mulheres que passam diariamente por suas lojas, mas, mais importante ainda, inspira sua filha Júlia, de apenas 5 anos. Só quem vivencia a relação entre mãe e filha sabe como ela constrói nossa personalidade e molda nosso jeito de ver o mundo enquanto crescemos. “Eu sempre falo para a Ju que ela pode

ser quem quiser. A mídia é muito cruel com a gente, sempre cobrando corpos e belezas que não são reais, isso não é saudável. A moda não é opressão, mas sim liberdade, ela deve ajudar as mulheres a se sentirem bem na própria pele.”

Quando falamos em sentir-se bem, tocamos em algo muito relativo, afinal, cada uma de nós possui uma trajetória única, resultado da soma de tudo que já vivemos. O melhor da moda é isso: não existe uma verdade universal (ainda bem!). Ela é feita de estilos, cores, texturas, jeitos de usar, andar e falar... e aqui na Clube nós somos assim também: plurais, criativas e protagonistas do nosso jeito de ser.

NAS NUVENS

Nunca foi tão fácil ficar linda e confortável ao mesmo tempo. Prepare-se para os dias mais frios do ano com moletons sofisticados que fogem do comum e surpreendem



MIX & MATCH

As maximalistas podem comemorar: esse inverno será das estampas! Combine diferentes padronagens com acessórios assertivos para um look inusitado e cheio de estilo



BLAZER R\$699,90
24000101743



BLUSA R\$199,90
14000106033



CALÇA R\$499,90
24000101742



VESTIDO R\$619,90
10000115652



CINTO R\$229,90
10000302343



BLUSA R\$249,90
14000106064



SHORTS R\$349,90
12000106575



CARTEIRA R\$319,90
10000302285



BOTA R\$719,90
19002200650



SANDÁLIA R\$399,90
19002101062

DOSE DE GLOW

Composições brilhantes iluminam a noite e são destaque em qualquer ocasião. De salto, bota ou rasteirinha, escolha o mood que mais combina com você. Let it shine!



BLUSA R\$299,90
12000106648



SAIA R\$249,90
10000109973



BOLSA R\$389,90
10000302377



CHINELO R\$399,90
19002101066

CALÇA R\$579,90
12000106647



BLUSA R\$299,90
10000109948



PORTA CARTÃO R\$119,90
10000302432



VESTIDO R\$899,90
10000109963



OVER THE KNEE R\$1.039,90
19002200648



SANDÁLIA R\$389,90
19002200640

PALAVRA DE ESPECIALISTA

Fotos José Pelegrini

Fashion expert com formação no exterior, Mel Galhardo é referência quando o assunto é classe e estilo. Acompanhe um provador exclusivo com a consultora de imagem e surpreenda-se com a versatilidade de peças nada óbvias

Neta de alfaiate, ela cresceu no meio de linhas, cores e tecidos e desde pequena já tinha um amor declarado pelo mundo da moda. Foi só quando o marido precisou se mudar para Paris por algumas temporadas que Mel Galhardo, até então publicitária da indústria farmacêutica, resolveu mergulhar na carreira fashion de vez. Entre um curso e outro no bem conceituado Instituto Marangoni (e depois mais alguns em Boston, nos Estados Unidos), Mel descobriu na consultoria de imagem uma paixão e vocação que a levaram a voltar para o Brasil e fundar sua própria empresa na área.

De mulheres que desejam conquistar novos objetivos na carreira a recém-mães que não querem cair em uma rotina de roupas largas e sem graça, a especialista trabalha reestruturando estilos e criando novas possibilidades de combinações para elas. “O primeiro passo é entender qual é o objetivo da cliente e que imagem ela gostaria de passar para o mundo. A partir disso, a gente vê o que ela já tem que pode ser

aproveitado ou saímos para comprar”, ela explica. “Eu gosto de ensinar, acho a teoria bem importante, mas o principal é poder aplicar. Quando uma mulher está munida de informação e sabe o que fazer com ela, tem poder de escolha e se sente mais confiante”, complementa.

Há sete anos, quando Mel criou a consultoria, ela não esperava o sucesso que tem hoje. Grande aliado desde o início, ela fez do Instagram mais do que uma rede social para compartilhar sua vida. A ferramenta é um verdadeiro portfólio on-line que atrai muitas clientes novas, mas que também funciona como uma ótima fonte de pesquisa e inspiração. “Eu gosto de mulheres reais, com vidas reais e estilos reais. É incrível ter essa abertura e trocar informações com pessoas de vários cantos do mundo.” Entre dicas e fotos, ela esbanja uma personalidade marcante e um modo de combinar único, superelegante. Inspire-se nas combinações nada óbvias que Mel Galhardo montou para a Clube MR com peças trunfo da nova coleção.

Mel Galhardo veste blusa Maria.Valentina e calça Morena Rosa





BLUSA ESTAMPADA

“ Eu amo combinar tecidos de texturas diferentes, por isso, para o primeiro look, escolhi uma calça de couro que contrasta lindamente com o tecido leve da blusa. A estampa verde e roxa é bastante harmônica e fica linda quando combinada com peças de destaque de mesma cor, como fiz na segunda proposta. Para tirar a carinha comportada da parte de cima, o conjuntinho comfy mais despojado mostra que dá sim para usar seda em momentos casuais. ”

CALÇA DE BRILHO

“ Há quem ainda pense que brilho só pode ser usado à noite. Para desconstruir essa ideia, o pied-de-poule metalizado funciona bem tanto com uma t-shirt descolada quanto com um tricô mais larguinho. O segredo é extrair as cores da peça principal, como eu fiz com o cinza dos fios prateados e o laranja da estampa da calça. Já em uma proposta mais clean, apostei na combinação do cetim com o cinto trançado e o lurex, esse mix deixa o office look chique e com bastante informação de moda. ”

DIÁLOGOS GRÁFICOS

NA PÁGINA AO LADO,
MACACÃO MARIA.VALENTINA
R\$799,90
12000106738

BOLSA MORENA ROSA
R\$759,90
10000302373

BLUSA MARIA.VALENTINA
R\$459,90
12000106742

CALÇA MARIA.VALENTINA
R\$399,90
12000106549



Fotos **Caroline Curti**

Styling **Carol Olivera**

Beleza **Henrique Azevedo**

Estampas e cores mostram dualidades contemporâneas e revelam a nova essência da moda: livre, inusitada e pé no chão.



VESTIDO MORENA ROSA
R\$389,90
10000115674

CALÇA IÓDICE
R\$549,90
24000101697

BOLSA MORENA ROSA
R\$759,90
10000302373

BLUSA MORENA ROSA
R\$299,90
10000115711

VESTIDO IÓDICE
R\$799,90
24000101768

CINTO MORENA ROSA
R\$199,90
10000302435

SANDÁLIA MORENA ROSA
R\$239,90
19002200643

NA PÁGINA AO LADO,
CAMISA MORENA ROSA
R\$479,90
10000115667

SAIA MARIA VALENTINA
R\$349,90
12000106573

CINTO MORENA ROSA
R\$199,90
10000302444





T SHIRT MARIA.VALENTINA
R\$319,90
12000106559

SAIA MORENA ROSA
R\$349,90
10000109937

VESTIDO ZINCO
R\$299,90
14000106066

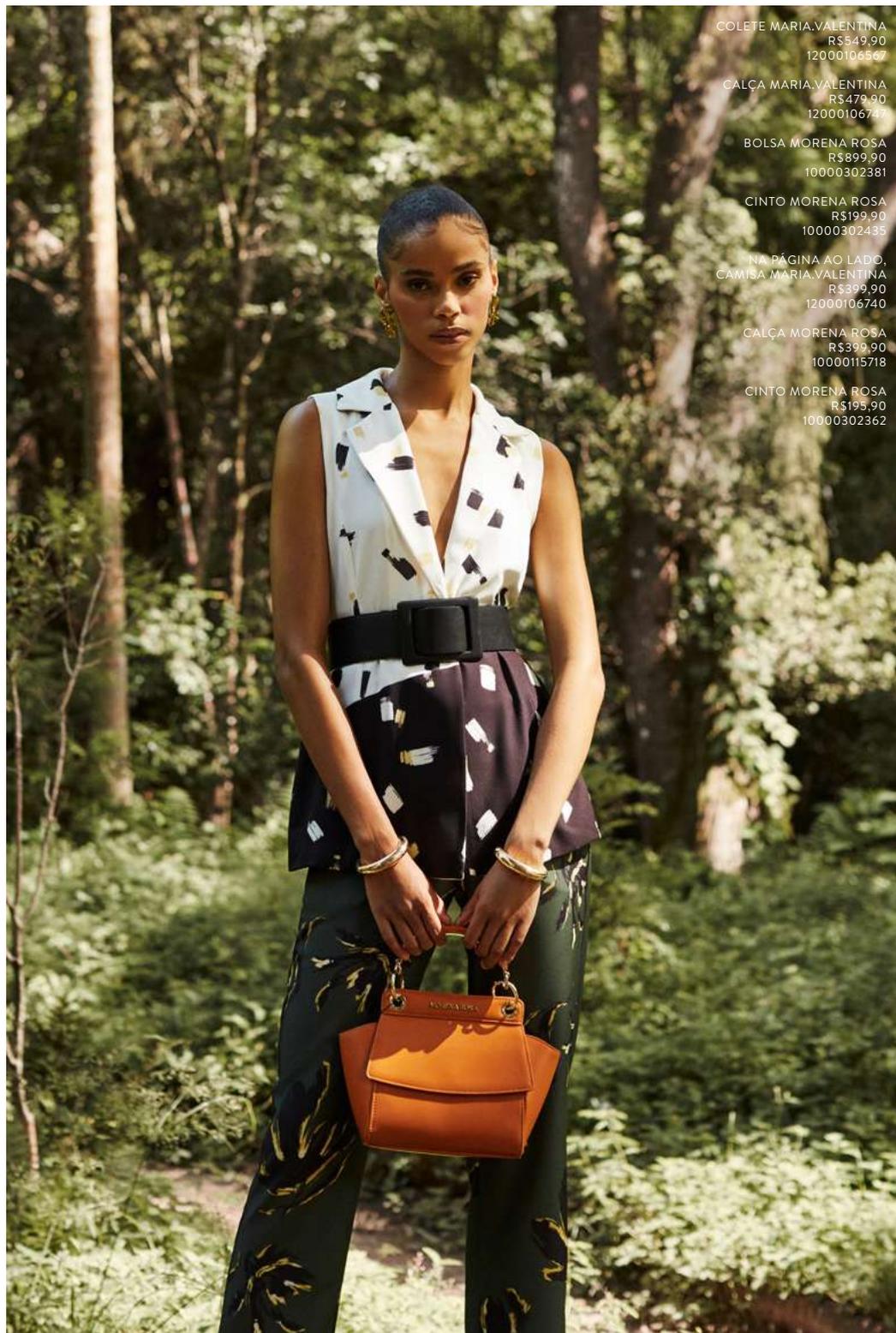
CALÇA MARIA.VALENTINA
R\$599,90
12000106558

CINTO MORENA ROSA
R\$299,90
10000302442

CHINELO MORENA ROSA
R\$399,90
19002101066

NA PÁGINA AO LADO,
VESTIDO MORENA ROSA
R\$1.119,90
10000115656





COLETE MARIA VALENTINA
R\$549,90
12000106567

CALÇA MARIA VALENTINA
R\$479,90
12000106747

BOLSA MORENA ROSA
R\$899,90
10000302381

CINTO MORENA ROSA
R\$199,90
10000302435

NA PÁGINA AO LADO,
CAMISA MARIA VALENTINA
R\$399,90
12000106740

CALÇA MORENA ROSA
R\$399,90
10000115718

CINTO MORENA ROSA
R\$195,90
10000302362



THE SHE WAY WALKS

Básica sim, boring nunca!
Peças jeans e casuais
dão o tom da estação e
mostram que ser marcante
é uma questão de atitude

Fotos Henrique Falci

Styling Carol Olivera

Beleza Henrique Azevedo

VESTIDO IÓDICE
R\$499,90
24000101704





BLUSA MORENA ROSA
R\$349,90
10000115716

CALÇA MORENA ROSA
R\$439,90
10000205200

NA PÁGINA AO LADO,
BLUSA MORENA ROSA
R\$299,90
10000109976

CALÇA MORENA ROSA
R\$459,90
10000205220

CINTO
ACERVO DE PRODUÇÃO





BLUSA MORENA ROSA
R\$299,90
10000109976

SAIA MORENA ROSA
R\$ 349,90
10000109937

NA PÁGINA AO LADO,
BLUSA MORENA ROSA
R\$299,90
10000115673

SAIA ZINCO
R\$389,90
14001700031





CAMISA IÓDICE
R\$459,90
24000101781

CALÇA IÓDICE
R\$399,90
24000200640

NA PÁGINA AO LADO,
JAQUETA ZINCO
R\$599,90
14000203691

SAIA ZINCO
R\$399,90
14000203690



ZINCO



ESPELHO, ESPELHO MEU

Nem todas as dicas de skincare das redes sociais são mesmo garantia de uma pele bonita. Antes de praticá-las, preste atenção nesses cuidados



Leanne Sakiyama
é dermatologista
e atende em SP
@dra.leannesakiyama

Pensando em ajudar você a cuidar da sua pele sem cair nas armadilhas espalhadas pelas redes sociais, a Clube Morena Rosa convidou a dermatologista Leanne Sakiyama para uma conversa sobre responsabilidade estética. Nem todos os truques e produtos indicados na internet transformam a pele como mágica!

A maior tendência nessa área é deixar a rotina de beleza mais prática!

Sou descendente de japoneses e sei, por experiência própria, que faz parte dessa cultura ser bem disciplinado. A rotina das coreanas é bem extensa (com 10 passos ou mais) e não combina com a realidade da brasileira, aqui temos outro

ritmo. Eu prefiro indicar um ritual de beleza mais enxuto e que prioriza a frequência do que um cheio de produtos e etapas. Ainda: a pele de ambas é muito diferente por causa de diversos fatores, como o clima e o nível de poluição. O que dá certo para uma não necessariamente dará para a outra.

O que você espera para o futuro dos cosméticos? Existe alguma tendência para ficarmos de olho em 2021?

A maior tendência nessa área é deixar a rotina de beleza mais prática! Muitos deles, atualmente, já reúnem vários benefícios em um só produto, como protetores que tratam manchas e têm efeito de base ao mesmo tempo. Além de funcionais, eles são bastante inclusivos, conquistam os homens que buscam agilidade na rotina de beleza e os consumidores que não podem investir financeiramente em diversos itens.

Muitos boatos têm surgido nas redes so-

ciais: é verdade que precisamos passar protetor solar mesmo quando estamos em casa? Ele protege a pele da luz das telas dos celulares e computadores?

Eu sempre bato o pé com os meus pacientes: protetor solar é essencial em casa sim! Ele é o passo mais importante do skincare e não deve ser deixado de lado nem por um dia. A luz artificial também provoca manchas e envelhecimento precoce, mas não são todos os protetores que têm a capacidade de te proteger dela. Para encontrar um ideal para a suas necessidades, é imprescindível a indicação de um dermatologista de confiança.

Quais são os principais cuidados que devemos ter ao copiar dicas de skincare da internet?

Pele é coisa séria! Apenas um dermatologista está apto para analisar o histórico do paciente e indicar a rotina de skincare certa para cada um. Cada pessoa tem um tipo de pele e há diferentes motivos para acne e poros abertos, por exemplo, por isso, é ideal que um especialista recomende o tratamento ideal para cada caso. Além disso, cuidar da pele é muito mais do que uma rotina de cuidados. Temos um leque gigante de procedimentos clínicos com comprovação científica que ajudam a melhorar diversos problemas, como manchas e flacidez.

Em uma batalha entre receitas caseiras, produtos orgânicos e aqueles comprados em farmácias, qual é a maior diferença entre eles?

São os estudos! Nós, médicos, prescrevemos apenas o que foi comprovado cientificamente, que dará resultado. Geralmente, os produtos vendidos em farmácia passam por um controle de qualidade rigoroso, com testes de alergia, pesquisas sobre efeitos colaterais e dosagem dos componentes químicos. Já as receitas caseiras e os cosméticos orgânicos nem sempre têm sua eficácia garantida.

Recentemente, a rotina de beleza das coreanas tem feito bastante sucesso pelo mundo. Como a brasileira pode adaptar esses cuidados para o seu dia a dia, que culturalmente é bem diferente do das asiáticas?



TEMPO DE CONEXÃO

Fotos Divulgação
@_amistcristais

Com as pedras, a natureza nos brinda com a sua delicadeza e o seu equilíbrio. Basta encontrar um caminho para se conectar e ganhar doses de proteção, harmonia, criatividade, amor, concentração, sabedoria

A natureza é cheia de poderes mágicos: é lá, perto do mar, com os pés na terra molhada ou ainda em plena floresta que é possível sentir a sua força e se revigorar. Tem gente que diz que essa energia toda é cura. Há quem acredita que é a nossa conexão com o universo. Independentemente da crença, não há quem duvide que estar na natureza traz conforto e acolhe o coração.

Mas, nem sempre, na rotina que tanto nos exige, lembramos que é possível ter elementos da natureza por perto. Os cristais podem ser essa ponte: um elo que manterá e fortalecerá essa união. “A formação, a cor e a textura das pedras encantam a alma. E há uma conexão bastante forte entre elas e os seres humanos: são capazes de equilibrar o que anda desajustado, ajudar a ter clareza quando precisamos tomar uma decisão, a estimular a criatividade”,

explica Marlei Ozelame, estudiosa das pedras naturais e designer de joias.

Mais: segundo Vitoria Bristrot, da Amist Cristais, as gemas lembram a história da natureza e ter uma por perto favorece a imersão na nossa essência.

Muita gente diz que a pedra escolhe a pessoa, com quem ela ficará. Pode ser: diante de tantas opções, da ametista ao citrino e à selenita, parece difícil eleger um amuleto tão especial. “Às vezes, as pessoas querem um pedra para a prosperidade ou escolhem uma por causa do signo. Mas não raro é um cristal surpreendente, jamais pensado, que encanta. É ele que, com seus significados e inspirações, levará energia e cura para essa pessoa e a sua casa”, explica Marlei Ozame.

UMA PEDRA-INSPIRAÇÃO

Não importa se a sua pedra compõe uma joia ou é um objeto de decoração. A energia dela vibra e tem seus propósitos. Para ajudá-la a conhecer as gemas que podem ser a união entre a natureza e a gente, preparamos esse glossário. Um convite para você se conectar!

Ametista: conhecida como a pedra da transmutação, ela transforma o que está negativo em positivo e auxilia no desenvolvimento da espiritualidade.

Quartzo rosa: auxilia na harmonia dos relacionamentos e estimula a calma e a alegria.

Citrino: responsável pelo equilíbrio de todos os chacras.

Pirita: atua na prosperidade e nas situações financeiras.

Turmalina negra: protege da energia negativa e ajuda a limpar o ambiente.

Pedras verdes, como esmeralda e amazonita: cuidam do coração, o físico e o emocional.

Sodalita: trabalha a concentração e a sabedoria.

CUIDE DO SEU AMULETO

Para não faltar energia, sempre que achar necessário, lave a pedra com água corrente por dois minutos e, em seguida, deixe-a sob o sol por meia hora. Em noites de lua cheia, também vale deixar o cristal receber a sua luz.



Imagens Freepik

LUZ, CÂMERA, AÇÃO

Você já parou para se perguntar o que vai acontecer com os cinemas no futuro?

No ano de 1895, em um pequeno café na cidade de Paris, os irmãos Louis e Auguste Lumière projetaram o primeiro filme da história: um curta sem som, em preto e branco e com apenas 45 segundos, que mostrava trabalhadores saindo de uma fábrica após o expediente. Simples, mas revolucionário. Tanto que a indústria cinematográfica se tornou, ao longo desses 126 anos, uma das maiores do mundo, movimentando milhões de dólares com suas grandes produções e célebres festivais. Porém, no último ano, algo que ninguém esperava aconteceu: o cinema parou. Gravações foram adiadas, salas de exibição fechadas e, de repente, todo mundo se viu trancado em casa com suas televisões, seus notebooks e celulares.

Assim como 1920 marcou o início da Era de Ouro de Hollywood, é bem provável que os anos 2020 marquem os tempos dourados dos streamings digitais, como a Netflix, o Prime Vídeo e o Disney+. Recheados com milhares de séries e filmes disponíveis com apenas um clique, eles ameaçam o final feliz das telas de cinemas como conhecemos hoje. Por outro lado, apesar de parecerem as vilãs da história, essas plataformas também possibilitam o

acesso à cultura, à informação e ao entretenimento de uma forma jamais vista, e merecem ser valorizadas por isso.

Mas calma, pode ficar tranquila que ainda não há muito motivo para se preocupar com o desaparecimento dos cinemas, já que os últimos meses revelaram uma forte tendência para os próximos anos: o lançamento simultâneo em ambas as formas. Há quem não abra mão da combinação telona + pipoca bem amanteigada, enquanto outros preferem o conforto da dupla pijama e sofá, porém uma coisa é certa: em 2020, muitas coisas mudaram para sempre, e entre elas, a nossa forma de fazer, promover e consumir a Sétima Arte.

FIQUE DE OLHO

Confira alguns lançamentos de filmes e séries previstos para estrear em 2021:

FILMES

Ficção científica

Duna

Comédia dramática

The French Dispatch

Suspense

Um Lugar Silencioso II

Infantil

Turma da Mônica: Lições

SÉRIES

Netflix

La Casa de Papel - 5ª temporada

Netflix

Stranger Things - 4ª temporada

HBO Max

Gossip Girl - 1ª temporada (reboot)

Globoplay

The Good Doctor - 4ª temporada



PARA UM RITUAL PERFEITO

Fotos Alan Simaro
8photo (Divulgação)

Você já pensou que combinar um vinho com uma receita do jeito certo pode deixar o seu encontro inesquecível? Com a ajuda do sommelier Massimo Leoncini, da Grand Cru, ensinamos a fazer essa união equilibrada

Se antes o vinho ficava restrito às grandes comemorações, hoje em dia ele ganhou status de grande companheiro. Não é preciso um momento especial para abrir uma garrafa: ele acompanha os descontraídos almoços de domingo, um jantarzinho durante a semana ou mesmo um churrasco. Mais acessível, com ofertas de rótulos variadas nas adegas, saborear uma boa safra ou uma bebida diferenciada ficou mais fácil. Mas, como escolher o vinho ideal?

Mundo afora, especialistas dedicam-se a estudar a combinação perfeita entre os vinhos e os pratos. A famosa harmonização é tema de cursos e encontros e se parece complexa e difícil, segundo Massimo Leoncini, sommelier executivo da Grand Cru, basta seguir algumas

regras para exaltar as características tanto do prato quanto do vinho. Há várias escolas, como as tradicionais francesas, que ensinam esse ritual, mas um dos métodos mais famosos de harmonização é o italiano Mercadini, que, a partir de um olhar científico, determinou como combinar vinho e alimento de maneira que o sabor de um não se sobreponha ao do outro. Pelo contrário, juntos garantem o prazer do encontro.

“O vinho une as pessoas e não é preciso dominar os tipos de uvas, as regiões produtoras e os rótulos para apreciar a bebida. Vale experimentar algumas taças e descobrir aos poucos o que torna uma safra mais encorpada, outra ácida ou ainda os vinhos doces”, recomenda o sommelier italiano.

MAPA DAS COMBINAÇÕES

Massimo Leoncini ensina que, em uma harmonização, leva-se em conta, entre algumas características, o perfume, a estrutura, a suculência e a persistência do sabor dos vinhos e das receitas.

GORDURA & ACIDEZ

“Um macarrão com manteiga e sálvia, por exemplo, tem bastante gordura. Esse tipo de prato pede vinhos com acidez pronunciada. A bebida, tanto o vinho tinto como o branco, tem um ‘efeito limão.’” Para saber se o vinho é ácido, faça o teste: tome um gole e perceba se a salivagem aumenta.

ESTRUTURA & PERSISTÊNCIA

Já as receitas mais estruturadas, como uma rabada, combinam com vinhos persistentes, ou seja, aqueles cujo gosto perdura certo tempo na boca. “Quando é possível sentir o gosto de um vinho por mais de 15 segundos, costumamos dizer que ele é muito persistente. Se o seu sabor dura até 10 segundos, é pouco ou médio persistente.”

SUCULÊNCIA & ADSTRINGÊNCIA

Quanto mais suculento o prato, mais adstringente devem ser os vinhos. “Essa combinação promove o equilíbrio do paladar”, explica Massimo Leoncini, da Grand Cru. “Os vinhos tintos têm maior concentração de taninos, componentes responsáveis por secar a boca e conferir a sensação de adstringência. Por isso, são perfeitos para acompanhar uma picanha saborosa, por exemplo.”

DOCE & DOCE

A regra é: com sobremesas, serve-se vinhos doces e o ideal é escolher uma bebida que tenha um nível de doçura bastante parecido com o da receita.



UMA SELEÇÃO DE UVAS

Cabernet sauvignon, malbec, merlot, carmenere, pinot noir, chardonnay. Sem contar os blends. Não faltam uvas para uma produção variada de vinhos e o sabor final da bebida depende não só do tipo da fruta que foi usado, como também da região onde ela é produzida e do jeito como o vinho é feito (vinificação). “A mesma uva, por exemplo, pode resultar em vinhos encorpados, dependendo do enólogo, ou delicados”, explica Massimo. É como preparar um delicioso molho de tomate: o ingrediente principal é o mesmo, mas o modo de fazer de cada um garante um resultado marcante, picante ou suave.



O MUNDO AOS SEUS PÉS

Fotos Chapadatur Ecoturismo, Hotel Fazenda Areia que Canta, @power_canyonssc, @trilhadoriodoboi, @issoechapadaecoturismo, Roraima Adventures/Andréia Teixeira

Movidas pelo espírito aventureiro ou pela vontade de ter novas experiências, muita gente tem buscado passeios sustentáveis em plena natureza. Não à toa, as trilhas são a principal tendência para o turismo em 2021, pois proporcionam momentos de conexão inesquecíveis com o planeta que chamamos de casa. Confira as caminhadas mais belas pelo Brasil e escolha seu próximo destino.



VALE DO PATI, BAHIA

No coração da Chapada da Diamantina, o Vale do Pati é o trekking mais amado e conhecido do Brasil. Paisagens de tirar o fôlego, como montanhas, vales e cachoeiras, revelam as riquezas únicas da fauna e da flora baianas.

Dificuldade: moderada
Duração: percursos de 3 a 6 dias



CIRCUITO AREIA QUE CANTA, S. PAULO

As piscinas naturais que estampam a paisagem dessa trilha localizada em Brotas, dentro do hotel de mesmo nome, existem há mais de 200 milhões de anos. Ideal para crianças e idosos, o mergulho nas águas cristalinas é o ponto alto do passeio e rende fotos lindas.

Dificuldade: leve
Duração: 3 horas



TRILHA DO RIO DO BOI, STA. CATARINA

Localizada dentro do Parque Nacional de Aparados da Serra, a trilha é feita quase toda pelo leito do rio, que abriga pedras de diferentes tamanhos e várias espécies de insetos coloridos. Em meio à natureza exuberante de desfiladeiros e cânions, o viajante pode aproveitar os banhos de cachoeira para se refrescar.

Dificuldade: moderada
Duração: 7 horas



TRILHA DA CACHOEIRA STA. BÁRBARA, GOIÁS

Repleta de adrenalina e história, ela faz parte do território da Comunidade Kalunga, o maior quilombo do país. A cachoeira com queda de 30 metros forma uma piscina azul inesquecível e é um dos lugares mais mágicos da Chapada dos Veadeiros.

Dificuldade: leve
Duração: 2 horas



CAMINHADA DO MONTE RORAIMA, TRÍPLICE FRONTEIRA

A apaixonante rota pela divisa entre Brasil, Venezuela e Guiana move viajantes do mundo inteiro a se aventurarem pelas montanhas de quase 3 mil metros de altura, com cavernas de cristais e jacuzzis naturais. Por ser indicada para trilheiros mais experientes, os passeios de helicóptero pela região permitem admirar as paisagens de outro ponto de vista.

Dificuldade: intensa
Duração: percursos de 6 a 8 dias

FÃS DE CARTEIRINHA

Fotos Marli Teodoro,
José Pelegrini,
Amanda Luiza

Se pudéssemos resumir a Clube Morena Rosa em um adjetivo seria qualidade. No entra e sai de clientes, todas têm a mesma opinião: é a atenção aos detalhes que as fazem querer sempre voltar. Confira as experiências de três compradoras fãs #1 da loja e encante-se você também



Maria e Elaine vestem Morena Rosa

MARIA DO SOCORRO DE ANDRADE, 41 ANOS

Maria é sucesso por onde passa desfilando as marcas da Clube e sempre as indica para as amigas da igreja, do trabalho e até colegas de outros Estados. Em Foz do Iguaçu (PR), cidade em que mora, ela conta que ama usar nosso serviço de delivery: “É excelente, desde o atendimento até a entrega e a experiência pós-compra. As vendedoras são super atenciosas e nos tratam muito bem”. Com amor declarado pelos vestidos da Morena Rosa e da Zinco, ela é uma das nossas clientes premium mais apaixonadas. E como toda boa admiradora da CMR, ela ama receber os gifts especiais que preparamos a cada data comemorativa e troca de estação. O seu preferido? A mala de viagem rosé, presente do Natal de 2020.

ELAINE YAMANAKA, 45 ANOS

Natural do interior de São Paulo, Elaine é sócia da Maria do Socorro em uma transportadora e já usa as roupas da Morena Rosa há mais de 20 anos. Com a Clube MR, ela conheceu a Zinco e se apaixonou pelos jeans da marca: “Tenho mais de cinco macacões de tão fanática que sou”, conta. Para a empresária, ser uma cliente premium é uma experiência apaixonante do começo ao fim. Com a amiga Maria, faz compras e está sempre trocando peças e combinando seus estilos. “A Maria é mais clássica, já eu sou bem eclética. Então, é muito difícil ela comprar alguma coisa que eu não goste. Frequentemente, nos emprestamos uma peça ou outra e nos presentamos com aquele look que sabemos que vamos amar. A Clube é um pedacinho dessa amizade e faz parte da nossa rotina visitarmos as lojas juntas.”



Débora veste Maria. Valentina

DÉBORA HIROSE, 34 ANOS

A Débora é cliente assídua da nossa loja da Oscar Freire, em São Paulo (SP), e sempre dá uma passadinha por lá. Para ela, nada se compara aos vestidos e macacões da Morena Rosa, da Maria.Valentina e da Lódice. Por serem peças únicas e práticas para o dia a dia, ela diz que ama comprar novos modelos a cada coleção. A médica também conta que, além das peças, o que mais ama na loja é o cuidado e a atenção das vendedoras: “É um atendimento exclusivo e VIP que só a Clube tem”. Outro ponto alto de Débora estar frequentemente com a gente são os mimos que ganha, sempre pensados para tornar a experiência de compra inesquecível.

SEMPRE COM VOCÊ

Para nós da Clube Morena Rosa, faz parte da nossa cultura mostrar o quanto as nossas clientes são únicas e importantes. Pensando em levar a alegria das nossas lojas para a sua casa, nessa temporada, vamos presentear vocês com um lindo e exclusivo set de jogo americano + quatro guardanapos de tecido*. Queremos deixar os seus encontros em família ainda mais aconchegantes e tornar cada detalhe do seu dia memorável. Garanta já o seu!

*Campanha válida para as compras da coleção de Outono/Inverno acima de R\$ 1.500.
1 (um) set de jogo americano + 4 (quatro) guardanapos de tecido por CPF, enquanto durar o estoque.





MODA COM O CORAÇÃO

Quando falamos em fazer moda com o coração, falamos do Grupo Morena Rosa. Aqui, somos muitos, milhares. Uma empresa feita de gente de verdade

Para as suas roupas preferidas chegarem até você, é necessária uma equipe de mais de 1.500 colaboradores diretos e indiretos, entre estilistas, costureiras, passadeiras, empacotadores, motoristas... Cada um soma com suas qualidades e ideias insubstituíveis em todo esse processo: o nosso objetivo é entregar para você a moda mais quente e envolvente do país.

Aqui, gostamos de dar o nosso melhor e, principalmente, trabalhar com um sorriso no rosto, porque acreditamos que quando algo é feito com amor, é sempre bem-feito. Com

28 anos de história, somos puro sentimento e vestimos a camisa para compartilhar cada superação e conquista com muita emoção. Há ainda o clichê de que “somos como uma família”, coisa que quem vê de fora acha um exagero, mas só quem está dentro sabe o quanto caminhamos e crescemos juntos na mesma direção. Mais do que uma carreira profissional, nós gostamos de construir sonhos e apostamos no aprimoramento das nossas equipes, pessoas que amam o que fazem todos os dias da semana.

CLUBE MORENA ROSA

Com mais de 250 parceiros, entre gerentes e vendedores, temos 62 franquias nacionais e uma na Bolívia. Nós não apenas celebramos o estilo e a diversidade nas nossas roupas e nos acessórios, mas também dentro dos escritórios, lojas e fábricas, porque sabemos que cada pessoa que está com a gente é única e tem um poder que ninguém mais tem.

O SEGREDO DO SUCESSO

Engajar e motivar a equipe é nosso ingrediente secreto. Durante o ano, realizamos ações internas, treinamentos, campanhas motivacionais e reconhecimentos que capacitam ainda mais nosso time e deixam nossa rede de franquias mais humana, aconchegante e com carinho de segunda casa. E quem não se sente em casa quando entra nas nossas lojas? Para a Nayara de Souza, gerente da franquia de Araçatuba (SP), o segredo está nos detalhes. “Desde aquele capuccino maravilhoso que só a

gente tem até um atendimento personalizado: tudo isso faz a diferença.” “Nós estamos lá para apoiar nossas clientes e dar a melhor consultoria de vendas possível, devemos cuidar de cada uma com muita atenção”, complementa Tauana Gaspar, nossa vendedora de Ponta Grossa (PR).

É tanto cuidado com as nossas clientes que não poupamos esforços quando queremos surpreendê-las. Um presente exclusivo aqui, um momento especial ali... A gente pode dizer que é especialista em mimar, não é mesmo?

Para a Priscila Carvalho, nossa gerente da Oscar Freire (SP), o que mais marcou seu 2020 foi o gift da campanha do Outubro Rosa: uma nécessaire com uma água termal. “Todas as clientes amaram e foi incrível para alavancar as nossas vendas.” Mas, para nós, o pagamento vai muito além de passar pelo caixa. É com uma palavra amiga e um sorriso que realmente ganhamos o dia. Como a Thais Ferreira, vendedora de Balneário Camboriú (SC), gosta de reforçar: “O Grupo Morena Rosa realmente faz moda com o coração”.



CASA CONFORTO

por CLÔ AZEVEDO

Já faz tempo que eu me dedico a refletir sobre a relação que as pessoas mantêm com as suas casas a partir das experiências que observo e vivencio no meu cotidiano, dentro do espaço que moro. Assim, confesso que fiquei feliz ao ser convidada para escrever esta matéria com um assunto que permeia a minha vida e que vejo crescer nas mídias a cada dia que passa. Se por muito tempo me dediquei a inspirar as pessoas a olharem para dentro de si mesmas e buscar conexão com seus ambientes, agora, mais do que nunca, surpreendentemente consigo vê-las sentindo essa necessidade na pele. Resgatar nossas histórias e expressá-las nos espaços que moramos, não importa com qual propósito, sempre vai fazer com que possamos chegar mais perto de quem a gente é de verdade e trazer uma relação mais verdadeira com o lugar que nos abriga.

As casas são nosso templo, nosso ninho de aconchego e refúgio, entretanto, de um ano para cá, se pararmos para pensar, nossos espaços mudaram muito diante das atuais necessidades. Nos nossos ambientes, adotamos novos hábitos e os contrapomos às velhas certezas e trilhamos um caminho de resgate que conduziu à nossa transformação, cujo propósito foi descobrir de onde viemos e para onde queremos ir. Nós nos deparamos com uma casa que não carregava somente uma coleção de pertences, mas também a deficiência de um lugar para acalmar nosso coração, carregar nossas energias, praticar nossa espiritualidade e nossos rituais diários, onde podemos estar sozinhos ou com aqueles que amamos.

Como resultado de tudo isso, descobrimos nossa força e um novo modo de viver e de morar moldando nossos ambientes para o despertar de nossas emoções e nossos sentidos preguiçosos, camuflados pela vida que levávamos há tanto tempo, sem nem percebermos.

Entendemos a urgência de um espaço acolhedor que alimente não apenas o corpo físico, mas que também possa nutrir a nossa alma. Uma casa mais naturalista e sem excessos, como um santuário construído cada vez mais com a nossa energia. Um lugar feito por nós mesmos, com respeito por quem fomos e com esperança e otimismo dedicados para onde queremos chegar.

Entenda que não apenas podemos ser o que queremos com muito mais clareza e maturidade, como descobrimos que também podemos levar isso para dentro dos nossos lares, alinhando nossas energias e extraíndo uma nova consciência do espaço que queremos habitar daqui para frente, despertados para uma nova era de autocuidado, carinho e aconchego, valorizando o tempo de nossas naturezas, de querer ficar perto de quem a gente ama e das coisas que nos fazem bem.

É uma jornada que está sendo moldada com as nossas mãos e o nosso coração. Os nossos sentidos (visão, percepção, olfato, audição) estão nos acompanhando nesse caminhar, nos acolhendo e nos conectando uns aos outros.

Perceba que estamos criando um local de contentamento que nos sustentará hoje e por todos os anos que virão. Estamos criando um lar. E não há conforto maior do que isso.



CLÔ AZEVEDO é arquiteta e desenvolve projetos de design de interiores afetivos. Para saber mais, acesse designafetivo.com ou [@cloazevedo_designafetivo](https://www.instagram.com/cloazevedo_designafetivo).

LOJAS NACIONAIS

Acre. Via Verde Shopping, Estrada da Floresta, 2320, Rio Branco. @clubemorenariosariobranco
Bahia. R. Capitão Manoel Miranda, 1.183, Barreiras. Tel. 77 9993-9995. @clubemorenariosabarreiras
Espírito Santo. Praia da Costa Shopping, Vila Velha. Tel. 27 3010-3504. @clubemorenariosavilavelha
Espírito Santo. Vitória Shopping, Vitória, Tel. 43 3010-3536. @clubemorenariosavitoria
Maranhão. Shopping da Ilha, São Luís Tel. 98 3311-8165. @clubemorenariosasaoluís
Mato Grosso. Shopping Estação Cuiabá, Cuiabá. Tel. 65 99923-2874. @clubemorenariosacuiaba
Mato Grosso. Sinop Boulevard, Sinop. Tel. 66 9205-8423. @clubemorenariosasinop
Minas Gerais. Center Shopping Uberlândia, Uberlândia. Tel. 34 99862-5630. @clubemorenariosauberlandia
Minas Gerais. BH Shopping, Belo Horizonte. Tel. 31 3566-1030. @clubemorenariosabhshopping
Minas Gerais. BH Boulevard, Belo Horizonte (em breve)
Pará. Boulevard Shopping Belém, Belém. Tel. 91 99923-2874. @clubemorenariosabelem
Paraíba. Manaíra Shopping Center, João Pessoa. Tel. 83 2106-6299. @clubemorenariosajp
Paraná. Partage Shopping, Campina Grande. Tel. 83 3077-4328. @clubemorenariosacampinagrande
Paraná. Av. Bonifácio Vilela, 415, Ponta Grossa. Tel. 42 99864-8599. @clubemorenariosapontagrossa
Paraná. Av. Getúlio Vargas, 5.069, rama. Tel. 44 99172-1993. @outletpremium.umuarama
Paraná. Av. Higienópolis, 141, Londrina. Tel. 43 3025-6450. @clubemorenariosahigienopolis
Paraná. Cascavel JL Shopping, Cascavel. Tel. 45 98813-5301. @clubemorenariosacascavel
Paraná. Cataratas JL Shopping, Foz do Iguaçu. Tel. 45 3321-8500. @clubemorenariosafoz
Paraná. Catuai Shopping Londrina, Londrina. Tel. 43 3347-2071. @clubemorenariosa_catuailondrina
Paraná. Catuai Shopping Maringá, Maringá. Tel. 44 3123-5238. @clubemorenariosamaringa
Paraná. Shopping Cidade dos Lagos, Guarapuava. Tel. 42 99105-7939. @clubemorenariosaguapuava
Paraná. Shopping Mueller Curitiba, Curitiba. Tel. 41 9574-9771. @clubemorenariosacuritiba
Paraná. ParkShoppingBarigüi, Curitiba. Tel. 41 3019-2226. @clubemorenariosacuritibabarigui
Pernambuco. RioMar, Recife, Recife (em breve)
Rio de Janeiro. Shopping Avenida 28, Campos Goytacazes. Tel. 22 98123-2608. @clubemorenariosacampos
Rio Grande do Sul. Barra Shopping Sul, Porto Alegre. Tel. 51 3072-9440.
Rio Grande do Sul. Iguatemi Porto Alegre, Porto Alegre. Tel. 51 99653-7512. @clubemorenariosapoa
Rio Grande do Sul. ParkShopping Canoas, Canoas. Tel. 51 99960-5005. @clubemorenariosacanoas
Rio Grande do Sul. Pelotas Shopping, Pelotas, Tel. 53 99975-5943. @clubemorenariosapelotas
Rio Grande do Sul. Praça Nova Santa Maria Shopping, Santa Maria. @clubemorenariosasantamaria
Rio Grande do Sul. Villagio Caxias do Sul, Caxias do Sul (em breve)
Rondônia. Porto Velho Shopping, Porto Velho. Tel. 69 99925-7820. @clubemorenariosaportovelho
Rondônia. Rua Fortaleza, 2.313, Ariquemes. Tel. 69 99386-6133. @clubemorenariosaariquemes
Rondônia. Avenida Marechal Rondon, 658, Ji-Paraná. Tel. 69 3422-7264. @clubemorenariosajiparana
Santa Catarina. Nações Shopping, Criciúma. Tel. 48 98804-8900. @clubemorenariosacriciuma
Santa Catarina. Balneário Shopping, Balneário Camboriú. Tel. 47 98819-8894. @clubemorenariosabc
Santa Catarina. Galeria Paseo Avenida, Chapecó. Tel. 48 99809-8164. @clubemorenariosachapeco
Santa Catarina. Iguatemi Florianópolis, Florianópolis. Tel. 48 3050-7674. @clubemorenariosaflorianopolis
Santa Catarina. Neumarkt Shopping, Blumenau. Tel. 47 3042-3065. @clubemorenariosablumenau
Santa Catarina. Porto Belo Outlet Premium, Porto Belo. Tel. 47 99205-8378
Santa Catarina. Garden Shopping, Joinville. @clubemorenariosajoinville
São Paulo. Av. Antônio Almeida Leite, 1.062, Ourinhos. Tel. 14 3335-3486. @clubemorenariosaourinhos
São Paulo. Av. das Esmeraldas, 401, Marília. Tel. 14 99619-7385. @clubemorenariosamarilia
São Paulo. Av. Dom Lucio, 509, Botucatu. Tel. 14 99610-5529. @clubemorenariosabotucatu
São Paulo. Boulevard Shopping Bauru, Bauru. Tel. 14 3232-9300. @clubemorenariosabauru
São Paulo. Rua Altino Arantes, 811, Ribeirão Preto. Tel. 16 98190-0377. @clubemorenariosaribeirao
São Paulo. Iguatemi São Carlos, São Carlos. Tel. 16 98263-0505. @clubemorenariosasaocarlos
São Paulo. Iguatemi São José do Rio Preto, São Jose do Rio Preto. Tel. 17 98143-0386. @clubemorenariosariopreto
São Paulo. Prudenshopping, Presidente Prudente. Tel. 18 3903-7744. @clubemorenariosaprudenshopping
São Paulo. Rua Carlos Gomes, 642, Limeira. Tel. 19 97154-1525. @clubemorenariosalimeira
São Paulo. Rua General Glicério, 774, Araçatuba. Tel. 18 98179-0045. @clubemorenariosaaracatuba
São Paulo. Shopping Jaraguá Araraquara, Araraquara. Tel. 16 99737-7013. @clubemorenariosaararaquara
São Paulo. Boulevard Shopping Mogi-Guaçu, Mogi Guaçu. Tel. 19 99755-0845 @clubemorenariosa.mogiguacu
São Paulo. Mogi Shopping, Mogi das Cruzes. Tel. (11) 93294-6008. @clubemorenariosamogidascruzes
São Paulo. Iguatemi Campinas, Campinas. Tel. 19 99107-6650. @clubemorenariosacampinas
São Paulo. Litoral Plaza Shopping, Praia Grande. Tel. 13 99655-6006. @clubemorenariosapraia grande
São Paulo. Praiamar Shopping, Santos. Tel. 13 99762-6007. @clubemorenariosa.santos
São Paulo. Shopping Tamboré, Barueri. Tel. 11 94598-1139. @clubemorenariosatambore
São Paulo. Shopping ABC, Santo André. Tel. 11 99294-9911. @clubemorenariosaabc
São Paulo. Mooca Plaza Shopping, São Paulo. Tel. 11 98478-5056. @clubemorenariosamooca
São Paulo. Morumbi Town Shopping, São Paulo. Tel. 11 99193-1585. @clubemorenariosasmt
São Paulo. Plaza Sul Shopping, São Paulo. Tel. 11 99180-2436. @clubemorenariosaplazasul
São Paulo. Rua Oscar Freire, 940, São Paulo. Tel. 11 94327-0802. @clubemorenariosaoscarfreire
São Paulo. Bourbon Shopping, São Paulo. Tel. 11 3294-7888. @clubemorenariosabourbonshopping
São Paulo. Paulista Shopping, São Paulo. Tel. 11 5083-4978. @clubemorenariosa.patiopaulista
São Paulo. Eldorado Shopping, São Paulo. Tel. 11 21976374. @clubemorenariosa.eldorado

LOJA INTERNACIONAL

Bolívia. Ventura Mall, Santa Cruz de la Sierra. Tel. 591 7560-3612. @clubemorenariosabolivia



MORENA ROSA[®]
living