



GRAVATAÍ

TRENDS

Ed.09 | Julho26

Scheila Kenne

LUXOS POSSÍVEIS

Por trás do que os olhos admiram,
existe entrega, resiliência e
dedicação.

chegou na
POMPÉIA

Essenciais **Adidas**
para você



COMPRA AGORA

loja • site • app • whats



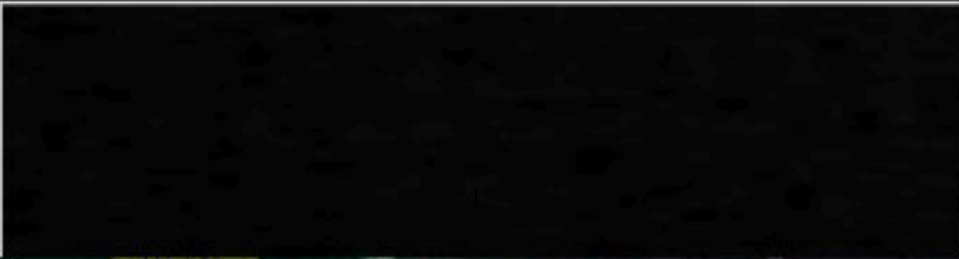
Loja Centro: Av. José Loureiro da Silva, 1590 - Centro
Loja Shopping: Gravataí Shopping - Av. Centenário, 555 - Passo das Pedras



**PAUSA PARA
A HIDRATAÇÃO
É IMPORTANTE.**



**MAS COMBATER
O EXCESSO DE
OLEOSIDADE DO
COURO CABELUDO
VEM PRIMEIRO.**



EQUILIBRIUM SCALP
GARANTE QUE
A OLEOSIDADE NÃO
TIRE O SEU BRILHO
DURANTE A PARTIDA.



8 Colaboradores do mês

10 Hello



ESTILO

17 Moodboard

O Moodboard de julho compartilha o estilo de Fernanda Bonotto

SOBRE MODA

19 Closet

Fernanda Dutra traz dicas de looks *confy* para um mês especial.



CAPA

28 Poderosa e Humana

Scheila Kenne traz para a nossa edição Luxos Possíveis um poder humano que é assinatura dela.

28

Referência e autoridade



MODA

42 Vai com Tudo

A bota da vez.

44 Editorial

Moda com Presença
Apresentamos looks da Bon Ton escolhidos para as fotos da capa

54 Color Trends

Fernanda Dutra compartilha looks e combinações com a cor que remete ao luxo.



BELEZA

64 Cuidados Acessíveis

Vanessa Lúcio traz dicas de como podemos cuidar a pele gastando pouco



66

CADERNO ESPECIAL GRAVATAÍ SHOPPING

EXPERIÊNCIAS QUE
CONECTAM RECEBE
CRISTINA PASTRO E MAITÊ



MODA E NEGÓCIOS

81 Novo Momento

Michele Fischer abre o seu espaço e conta como foi a trajetória dela junto aos 6 anos da USEMI



PETLOVERS

89 Cuidados Especiais

Angélica Latosinsky fala sobre os cuidados especiais que precisamos ter durante as férias e viagens dos tutores.



CONEXÕES

92 Sem Crachá, com história

Fernanda Piasa lança programa no Youtube e compartilha planos conosco.



LIFESTYLE

103 Aprendizado com Autenticidade

Together sob gestão de Fernanda e Franco chega aos 15 anos em nova sede em Gravataí

HOME

108 Casa com Personalidade

Tatiana Apolinário assina casa de Carol Basei e projeto se torna referência nacional

COMPORTAMENTO

98 Escolhas de Luxo

Myriam Bado de Martins escreve sobre escolhas que precisou fazer ao longo da vida profissional e pessoal

COMPORTAMIENTO

100 Opciones de lujo

Myriam Bado de Martins escribe sobre las decisiones que tuvo que tomar a lo largo de su vida profesional y personal.

Só nas redes!

Aquilo que você precisa ver nas nossas redes sociais



COLUNISTA
MODA



Fernanda Dutra
@fernandadutraestrategista
Estrategista de Estilo e Imagem

COLUNISTA
PET



Angélica Latosinski
@amollohotelecrecheparapets
Empresária

COLUNISTA
COMPORTAMENTO



Myriam Bado Martins
@myriambadodemartins
Conselheira, economista,
especialista em finanças
corporativas e estratégia.

PARCEIRA
MODA



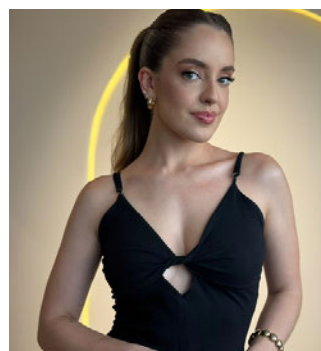
Andreia Gasparoni
@andreia Gasparoni
Personal Branding e Especialista
em posicionamento de marca

COLUNISTA
BELEZA



Vanessa Lúcio
@nessalucio
Esteticista
Cosmetóloga

COLUNISTA
LIFESTYLE



Fernanda Bonotto
@febonotto_
Empresária

PARCEIRA
MAKE E HAIR



Letícia Bortoncello
@leticiabortoncello
Beauty Artist

PARCEIRO
VÍDEO



Diogo Schmidt
@diogoschmidt_
Digital creator
Por aqui falamos de tendências,
street wear e muito mais!

PARCEIRA
FOTO



Siane Tschiedel
@siane.oficial
Fotografia de eventos
sociais e Corporativos

HBT



BEM-VINDO AO
LUGAR ONDE A
CIDADE SE
ENCONTRA E
VOCÊ SE ACHA.

Rua Anápio Gomes, 1178 | Centro - Gravataí
@hbtempreendimentos

O que é luxo para você?

Fomos criados com padrões pré-definidos sobre o que é o luxo, alguém sempre tentou responder essa pergunta por nós. O luxo foi apresentado como uma lista de objetos desejáveis, uma coleção de símbolos ou rituais diários, mas, **com o passar dos anos, eu percebi que as melhores respostas nunca vieram de fora, elas sempre estiveram dentro de mim.**

Por muito tempo, eu também tentei me ajustar ao que outras pessoas diziam que deveria ser importante, achei que felicidade tinha uma forma específica, que realização seguia um roteiro e que existia um jeito certo de viver bem. **Por vezes também me senti muito julgada, por admirar certas peças, ou gostar de determinados lugares,** mas quanto mais eu buscava atender expectativas que não eram minhas, mais distante ficava daquilo que realmente fazia sentido.

Foi justamente quando passei a ouvir os meus próprios valores que **entendi que luxo nunca foi um destino coletivo, luxo é sempre sobre uma experiência profundamente pessoal.**

Para algumas pessoas, **luxo é uma bolsa de uma grande maison, para outras, é caminhar ao ar livre em uma manhã tranquila,** há quem encontre esse sentimento em uma mesa cercada pela família, enquanto alguém sonha com um carro que acomode todos com conforto. Há quem escolha uma viagem, um livro, uma peça de design, um almoço de domingo, um tempo de silêncio ou uma roupa que desperte confiança. **Há muitos luxos possíveis e todas essas**



HELLO JULHO

formas de viver o luxo são legítimas.

Aredito que **o verdadeiro luxo dos nossos tempos seja justamente este, a liberdade de escolher aquilo que nos faz felizes sem precisar justificar essa escolha para ninguém.**

Pra mim, o luxo se parece muito com música, cada pessoa tem um estilo preferido, um ritmo que emociona, uma melodia que desperta lembranças. Ao longo da vida, podemos descobrir novos artistas, experimentar novos sons e ampliar nosso repertório, **mas existe sempre uma essência que conversa com quem somos e com o luxo acontece exatamente o mesmo.** Podemos admirar diferentes formas de viver, podemos nos inspirar em novos olhares, mas cada um constrói sua própria definição a partir daquilo que toca sua história, seus desejos e seus valores.

E é essa diversidade que torna o mundo interessante, **quando deixamos de medir a felicidade do outro pela nossa régua, abrimos espaço para algo muito mais sofisticado, que está acima de qualquer coisa: o respeito.**

Nesta edição, escolhemos falar sobre **Luxos Possíveis** não para reduzir o significado do luxo, e sim para ampliá-lo. Para lembrar que ele pode estar na excelência de um produto, na delicadeza de um gesto, no tempo compartilhado com quem amamos, na conquista construída ao longo de anos ou na coragem de viver uma vida coerente com aquilo que acreditamos.

A **Gravataí Trends acredita que elegância também é respeitar diferentes formas de sonhar**, afinal, aquilo que representa uma grande conquista para uma pessoa pode não despertar o mesmo sentimento em outra, e está tudo bem. O luxo perde completamente o sentido quando deixa de ser uma expressão da nossa essência para se transformar apenas em comparação.

Que esta edição seja um convite para olhar o luxo com menos julgamento e mais sensibilidade. Para reconhecer que existem tantas interpretações quanto existem histórias. E que, no fim, a mais valiosa delas será sempre aquela que faz sentido para você.

MANU BARRETTO
FOUNDER GRAVATAÍ TRENDS
[@manoelabarretto](#)

Fiv Studio

Onde suas ideias e seus projetos
viram memórias afetivas.

Um espaço, em Gravataí, pensado para experiências

Ambiente sofisticado, versátil e acolhedor, pensado para que ideias, projetos e encontros possam se transformar em **experiências com memória**.

Idealizado pela empresária Juliana Goulart, o FIV Studio surgiu em Gravataí com uma proposta simples e muito atual: **disponibilizar um cenário elegante para quem precisa criar, registrar, receber ou atender com intenção**. Ali, fotógrafos, criadores de conteúdo, marcas, profissionais liberais e empresas encontram uma estrutura pronta para diferentes formatos, desde um ensaio fotográfico até uma reunião de equipe.

A força do estúdio está justamente na **liberdade de uso, tudo se adapta ao propósito de quem chega**, ele oferece luz, conforto e atmosfera para que cada pessoa construa a sua própria narrativa, um lugar onde os objetos, as conversas, as pessoas e as emoções assumem o protagonismo.

Com uma missão clara, o FIV busca **ser sofisticado o suficiente para elevar qualquer criação e flexível o suficiente para acolher aquilo que cada pessoa deseja realizar**.



**“A FORMA COMO NOS
MOSTRAMOS AO MUNDO DEFINE
COMO SOMOS PERCEBIDOS E,
PRA MIM, ISSO SEMPRE FOI
IDENTIDADE.**

**SOU JULIANA GOULART,
IDEALIZADORA DO FIV ESTÚDIO.
CRIEI O ESPAÇO COM A
INTENÇÃO DE IR ALÉM DO ÓBVIO,
TEMOS COMO MISSÃO ACOLHER
IDEIAS, FORTALECER MARCAS E
TRANSFORMAR HISTÓRIAS EM
IMAGENS, CONECTANDO
PESSOAS, PROJETOS E
OPORTUNIDADES ATRAVÉS DE
UMA ESTÉTICA SENSÍVEL,
INTENCIONAL E ESTRATÉGICA.”**

SEU OLHAR
COM UM
TOQUE DE
MODERNIDADE.

ZARCO



OJO  **Gravataí**
SOL & GRAU SHOPPING

Pensou
moda em
Gravataí?

Pensou
Gravataí
Trends

@gravataitrends



INTERCITY

HOTELS



R. Maurício Cardoso, 146 | Passo das Pedras - Gravataí
@intercity.hotels

INDISPENSÁVEIS

GLOSS E BLUSH FAZEM PARTE DA ROTINA. JUNTOS, GARANTEM UMA MAQUIAGEM *LEVE, ILUMINADA E NATURAL*, EXATAMENTE COMO ELA GOSTA.



PEQUENO RITUAL

PRESENTE NA ROTINA E NAS PAUSAS ENTRE UM COMPROMISSO E OUTRO. *UM PEQUENO RITUAL* QUE ACOMPANHA SEUS DIAS DE TRABALHO E INSPIRAÇÃO.



CHEIO DE PERSONALIDADE

UMA FRAGRÂNCIA QUE CRIA MEMÓRIA E QUE *TRADUZ SUA PRESENÇA* COM AUTENTICIDADE.



moodboard

Fernanda Bonotto une sua formação em Negócios Internacionais à paixão pelo varejo de moda. Comunicativa, sensível e movida por propósito, encontra inspiração na moda, na beleza e nos momentos vividos longe da rotina. Seu estilo traduz esse equilíbrio: peças clássicas, confortáveis e versáteis, com uma leitura sport chic que acompanha o seu jeito de ser.



CLÁSSICO QUE ATRAVESSA TENDÊNCIAS
BRINCOS QUE TRADUZEM UMA *ELEGÂNCIA DISCRETA*.

DISCRIÇÃO SOFISTICADA

O ESMALTE NUDE COMUNICA UM *LUXO DISCRETO*



CONTEÚDO DIGITAL

FERRAMENTAS QUE REFLETEM SUA *FORMA AUTÊNTICA DE COMPARTILHAR CONHECIMENTO*, CRIAR CONEXÕES E FORTALECER SUA MARCA.



O CANTINHO PREFERIDO

ELA VIVE NO MEIO DAS PEÇAS, MAS TEM ALGUMAS QUE SE CONECTAM COM A *PERSONALIDADE LEVE E JOVEM* DELA.



CONFORTO E MOVIMENTO

O TÊNIS REFORÇA SEU *OLHAR CONTEMPORÂNEO PARA A MODA* AO MESMO TEMPO QUE TRAZ CONFORTO PARA A SUA ROTINA.



FLORICULTURA
Gerânios



O NOVO LUXO NÃO PEDE
EXCESSOS. A CONSULTORA
DE ESTILO FERNANDA
DUTRA APRESENTA UM
VESTIR QUE VALORIZA
CONFORTO, QUALIDADE E
UMA ELEGÂNCIA SEM
ESFORÇO.

closet

MULTIPLIQUE SEUS LOOKS COM
INTELIGÊNCIA E ESTRATÉGIA

Por Fernanda Dutra

O LUXO DO CONFORTO

O luxo contemporâneo não está no
excesso, mas nas escolhas. Nesta
produção, o **conforto ganha
protagonismo sem abrir mão da
elegância** e da personalidade.

CONFORTO QUE COMUNICA ELEGÂNCIA

Vestir-se com conforto é um privilégio. Quando **boas escolhas** unem caimento, qualidade e estilo, a elegância acontece com naturalidade.



closet



ELEGÂNCIA SEM ESFORÇO

A verdadeira sofisticação está em vestir **peças que acompanham a sua rotina com conforto**, leveza e personalidade.

CONFORTO COM SOFISTICAÇÃO

Tons claros reforçam uma imagem elegante, leve e acessível. Aliados a um bom tricô, **tecidos de qualidade, mostram que conforto e refinamento podem, sim, caminhar juntos.**



O LUXO TAMBÉM MORA NOS DETALHES

A força do visual
**está na forma
como as peças
conversam entre
si.** Sobreposições,
acessórios bem
escolhidos e **uma
combinação
equilibrada de
cores e texturas
transformam o
look,** mostrando
que o conforto
também pode
carregar
sofisticação.



closet

CLÁSSICO, CONFORTÁVEL E ATUAL

A combinação de alfaaiataria, tricô e tênis mostra que **diferentes estilos podem coexistir com harmonia**. Sobreposições e uma pitada de cor completam a produção, revelando que a **elegância também está na liberdade de combinar e criar**.





O LUXO DAS BOAS ESCOLHAS

**Conjuntos bem
construídos traduzem o
luxo da praticidade.** A
composição
monocromática alonga a
silhueta, transmite
refinamento e permite
inúmeras possibilidades
quando as peças são
usadas separadamente.
**O resultado é um visual
confortável, versátil e
naturalmente elegante.**

CONFORTO COM INTENÇÃO

Quando cada **peça**
é escolhida com
intenção, o
resultado vai além
do vestir.

Alfaiataria, tricô,
terceira peça e tênis
criam uma imagem
elegante e atual,
enquanto o ponto
de vermelho traz
personalidade na
medida certa.

**“LEMBRANDO QUE
O VERDADEIRO
LUXO ESTÁ NAS
ESCOLHAS CERTAS
E NÃO NOS
EXCESSOS.”**

FERNANDA DUTRA



A full-body photograph of a woman standing on a set of stone steps against a light-colored wall. She is wearing a black, long-sleeved, button-down shirt tucked into black trousers, with a black blazer draped over her shoulders. She is also wearing dark sunglasses and holding a black, textured handbag in her right hand. Her left hand is raised to her hair. The word "AGILITA'" is overlaid in large, white, serif capital letters across the center of the image.

AGILITA'

A portrait of Scheila Kenne, a woman with long, wavy dark hair, wearing a blue denim jacket with gold-colored hardware. She is resting her chin on her hand, which has a ring. The background is softly blurred with warm, golden light.

Retrato
Gravataí

Scheila Kenne

Por trás do que os olhos admiram, *Scheila Kenne revela uma trajetória construída com coragem, curadoria e a certeza de que o verdadeiro luxo nasce das escolhas feitas com intenção.*

Entrevistar Scheila Kenne foi uma experiência especial, afirma Manoela Barretto, Diretora Executiva da Gravataí Trends. Scheila tem uma forma rara de receber, daquelas que fazem a gente desacelerar. Podemos voltar muitas vezes à Bon Ton Le Boutique e, ainda assim, cada encontro parece carregar uma hospitalidade própria, um cuidado diferente, uma atenção que transforma a visita em presença.

Estar com Scheila é reaprender a habitar o momento. É abraçar os minutos sem pressa, contemplar boas conversas e perceber que o luxo também mora nessa capacidade de acolher. Seus encontros falam de futuros prósperos, otimismo, leveza, escuta e generosidade. Um jeito autêntico de receber que revela muito sobre a mulher, a empreendedora e a marca que ela construiu.

Ela é de Gravataí e foi em sua própria cidade que decidiu criar um novo olhar para a moda de alto padrão. À frente da Bon Ton, trouxe para o público local uma curadoria de luxo que reúne marcas premium, peças de alta qualidade, atendimento cuidadoso e uma experiência pensada nos detalhes.

Especialista em moda de luxo, ela construiu seu repertório ao longo dos anos por meio de estudo, vivências, viagens, observação e contato com marcas que traduzem excelência em tecido, caimento, acabamento e permanência. A Bon Ton reflete todo esse conhecimento. Nada ali é escolhido ao acaso.

Conhecer sua história, sua trajetória, sua visão de mundo e a forma como desenvolveu autoridade nesse mercado é admirável. Scheila fala com segurança sobre aquilo que vive, estuda e entrega.

O que torna sua visão ainda mais interessante é a consciência com que ela fala sobre luxo. Para ela, luxo não é um lugar de diferenciação distante da vida real. É um símbolo de possibilidade, uma forma de viver com intenção, qualidade, presença e verdade.

GRAVATAÍ TRENDS **Qual é a tua primeira lembrança afetiva com a moda?**

SCHEILA KENNE A moda não fez parte da minha infância de forma óbvia. Vim de uma família simples, onde as prioridades eram outras. Mas, olhando para trás com mais maturidade, percebo que minha primeira lembrança afetiva com a moda está ligada ao desejo. Eu olhava para algo bonito e sentia que aquilo representava um mundo que eu ainda não conhecia, mas que de alguma forma me chamava.

Lembro claramente que, quando eu ganhava uma peça de roupa do meu pai, por mais simples que fosse, eu me sentia muito feliz. Então, a moda para mim não veio de berço. Ela veio do caminho.

Foi na época da faculdade de Direito que comecei a me permitir explorar isso. Entendi que me vestir bem não era futilidade. Era uma forma de me expressar, de me posicionar e de contar quem eu estava me tornando.

GRAVATAÍ TRENDS **Em que momento tu percebeu que a moda também poderia ser expressão, identidade e presença?**

SCHEILA KENNE Foi um processo, não um momento único. Mas se eu tivesse que marcar um ponto de virada, diria que foi durante a faculdade de Direito. Ali eu estava me construindo profissionalmente, aprendendo a me posicionar e a ocupar espaços.

A roupa não era só roupa. Era postura, intenção. Era eu dizendo para mim mesma que pertencia àquele lugar.

Na mesma época, comecei a fazer estágios no Fórum de Gravataí, em gabinetes de magistrados. Esse ambiente me mostrou que o mundo era maior do que eu imaginava e que a imagem pessoal também comunicava. Entendi que a moda é uma linguagem e que eu podia aprender a falar essa língua do meu jeito, com a minha história.

GRAVATAÍ TRENDS **Como começou a tua relação com o universo do luxo?**

SCHEILA KENNE Foi uma construção gradual, feita de vivências. Eu não cresci nesse universo. Vim de uma família simples, onde o essencial já era conquista. Mas a vida foi me apresentando novas referências. Aos 20 anos, enquanto fazia faculdade de Direito, comecei a estagiar no Fórum. Aquele ambiente me exigiu postura e me deu um olhar mais atento para a forma como nos apresentamos ao mundo. Depois vieram as viagens para a Europa e os Estados Unidos. Conhecer



lugares diferentes, culturas, gastronomia, arte e atendimento de excelência foi refinando meu olhar. Quando a gente vivencia experiências de qualidade, dificilmente retrocede.

Um ponto importante foi a Brookfield feminina do Iguatemi. Ali comecei a entender a diferença de um tecido melhor, de um caimento diferente, de uma peça que dura. Nada caiu no meu colo. Minha relação com o luxo nasceu da curiosidade, da experiência e do trabalho.

GRAVATAÍ TRENDS **Como nasceu a Bon Ton Le Boutique?**

SCHEILA KENNE A Bon Ton nasceu da convergência entre uma paixão que eu vinha cultivando e uma oportunidade de mercado que enxerguei com clareza.

Em 2022, eu já era advogada e tinha

minha trajetória no Direito, mas a moda sempre esteve ali, me acompanhando. Eu olhava para Gravataí e via uma cidade com mulheres incríveis, com poder aquisitivo, com vontade de se vestir bem, mas que precisavam se deslocar para encontrar marcas premium com curadoria de verdade.

Faltava aqui uma proposta que unisse qualidade, experiência e um olhar cuidadoso. E eu pensei: por que não?

Foi uma decisão corajosa, porque era uma inovação na cidade. A Bon Ton não nasceu de um impulso. Nasceu de uma mulher que veio de uma realidade simples, foi se construindo tijolo por tijolo e, em determinado momento, teve coragem de unir tudo que aprendeu para transformar em algo seu.



GRAVATAÍ TRENDS O que te motivou a trazer uma curadoria de moda de luxo para Gravataí?

SCHEILA KENNE Eu sou de Gravataí. Nasci aqui, cresci aqui e construí minha vida aqui. Sempre me incomodou a ideia de que, para ter acesso a algo de qualidade, com curadoria e experiência diferenciada, fosse preciso ir para Porto Alegre ou mais longe. As mulheres daqui merecem isso. A cidade merece isso.

Eu via um público pronto. Mulheres com personalidade, desejo de se expressar através da moda e poder de compra, mas que ainda não encontravam aqui uma proposta à altura.

Minha motivação foi oferecer para a minha cidade o que eu gostaria de ter encontrado aqui. Uma curadoria feita com cuidado, critério e alma. Não é sobre empilhar marcas caras numa arara. É sobre selecionar peças que fazem sentido, que contam histórias e valorizam quem veste.

GRAVATAÍ TRENDS Como foi construir a confiança das mulheres da cidade em torno da Bon Ton?

SCHEILA KENNE No início, a Bon Ton assustava um pouco. É natural. Quando tu traz um posicionamento premium para uma cidade que ainda não tinha isso, existe um receio inicial. Algumas mulheres pensam que não é para elas.



Mas quando a cliente entra, ela se surpreende. Se surpreende com a qualidade dos produtos, com o atendimento e, muitas vezes, até com os valores. Quando toca uma peça em seda, linho, pele natural ou couro pelica, ela entende que aquilo tem valor agregado real. Não é caro por ser caro. É um investimento em algo que dura, veste bem e tem história.

A confiança foi construída na experiência. A cliente entra curiosa, sai encantada, volta e indica. A Bon Ton não é um lugar que exclui. É um lugar que convida. E a confiança nasceu disso, da verdade.

GRAVATAÍ TRENDS Quando tu escolhe uma marca ou uma peça para a Bon Ton, o que precisa existir ali?

SCHEILA KENNE Qualidade. Essa é a primeira palavra. Se a peça não tem matéria-prima boa, não entra. Priorizo tecidos nobres, como seda, linho, couro pelica e pele natural, porque acredito que moda de verdade se sente no toque, no caimento e na durabilidade.

Depois vem a identidade. A marca precisa ter história, propósito e uma estética que converse com o que a Bon Ton representa. Eu não trabalho com tudo que é premium só porque é premium. Curadoria é, antes de tudo, saber dizer não e tem um terceiro ponto fundamental: a peça precisa fazer sentido para a mulher que vai vestir. Eu penso nas minhas clientes, no estilo de vida delas, nas ocasiões e no que elas buscam.

A Bon Ton não é um showroom de tendências desconectadas da realidade. É um espaço onde cada peça foi pensada para ser usada, amada e valorizada.

GRAVATAÍ TRENDS Existe alguma história de cliente que traduz a força da moda na autoestima de uma mulher?

SCHEILA KENNE Não é uma história só. São várias. E o mais bonito é que elas se repetem de formas diferentes. Vejo com frequência uma mulher entrar na Bon Ton insegura, achando que aquele espaço talvez não seja para ela, ou que aquelas peças não combinam com a vida dela. Então ela



Gravataí Trends
Gravataí Trends



33



2026
2026

experimenta e quando se olha no espelho, muda tudo. A postura muda, o olhar muda, o sorriso aparece. É como se ela se reconhecesse ali, ou como se se visse pela primeira vez do jeito que merece ser vista.

Algumas clientes chegam em momentos delicados, como uma separação, um recomeço ou uma conquista profissional. Buscam na roupa uma forma de marcar um novo capítulo. Quando encontram a peça certa, não é só uma compra. É um gesto de amor-próprio.

A moda não muda quem a mulher é, mas revela. Ver isso acontecer com mulheres da minha cidade dá sentido a tudo.



GRAVATAÍ TRENDS **O que a Scheila de hoje entende sobre luxo que talvez a Scheila do início ainda não soubesse?**

SCHEILA KENNE Que luxo não é sobre ter. É sobre ser. A Scheila do início achava que luxo era algo distante, reservado para quem nasceu em determinado berço. Era algo que eu admirava de longe, como se existisse uma barreira invisível entre mim e aquele mundo.

Hoje entendo que o verdadeiro luxo está nas escolhas intencionais. É ter tempo para a família. É proporcionar aos meus filhos experiências que eu não tive. É viajar com o Edson e descobrir o mundo juntos. É vestir uma peça que me faz sentir inteira, não pelo nome que ela carrega, mas pelo que representa na minha história.





"LUXO É VIVER COM VERDADE. É NÃO PRECISAR PROVAR NADA PARA NINGUÉM. É OLHAR PARA TRÁS E SENTIR ORGULHO DO CAMINHO QUE PERCORRI. A SCHEILA DE HOJE SABE QUE O LUXO MAIOR É A LIBERDADE DE SER QUEM ELA É, COM SUA HISTÓRIA, SUAS CICATRIZES E SUA VERDADE."

GRAVATAÍ TRENDS O que é luxo para ti hoje?

SCHEILA KENNE Luxo, para mim, hoje é liberdade. É poder escolher como viver, como trabalhar e como criar meus filhos. É acordar e saber que tudo que tenho foi construído por mim e pelo Edson, com verdade e esforço.

Luxo é estar presente no crescimento do Lorenzo e da Valentina, é poder oferecer a eles experiências que eu não tive, como viagens, cultura e segurança emocional. É ter uma família unida, algo que eu não vivi na infância e que hoje é meu bem mais precioso.

Luxo é qualidade de vida. Uma boa mesa, uma boa conversa, um momento de silêncio. É viajar e conhecer o novo. É vestir algo que te faz bem, não pelo logo, mas pelo que aquilo representa na tua história e luxo também é coragem. É ter saído de onde eu saí e ter ousado construir algo diferente.

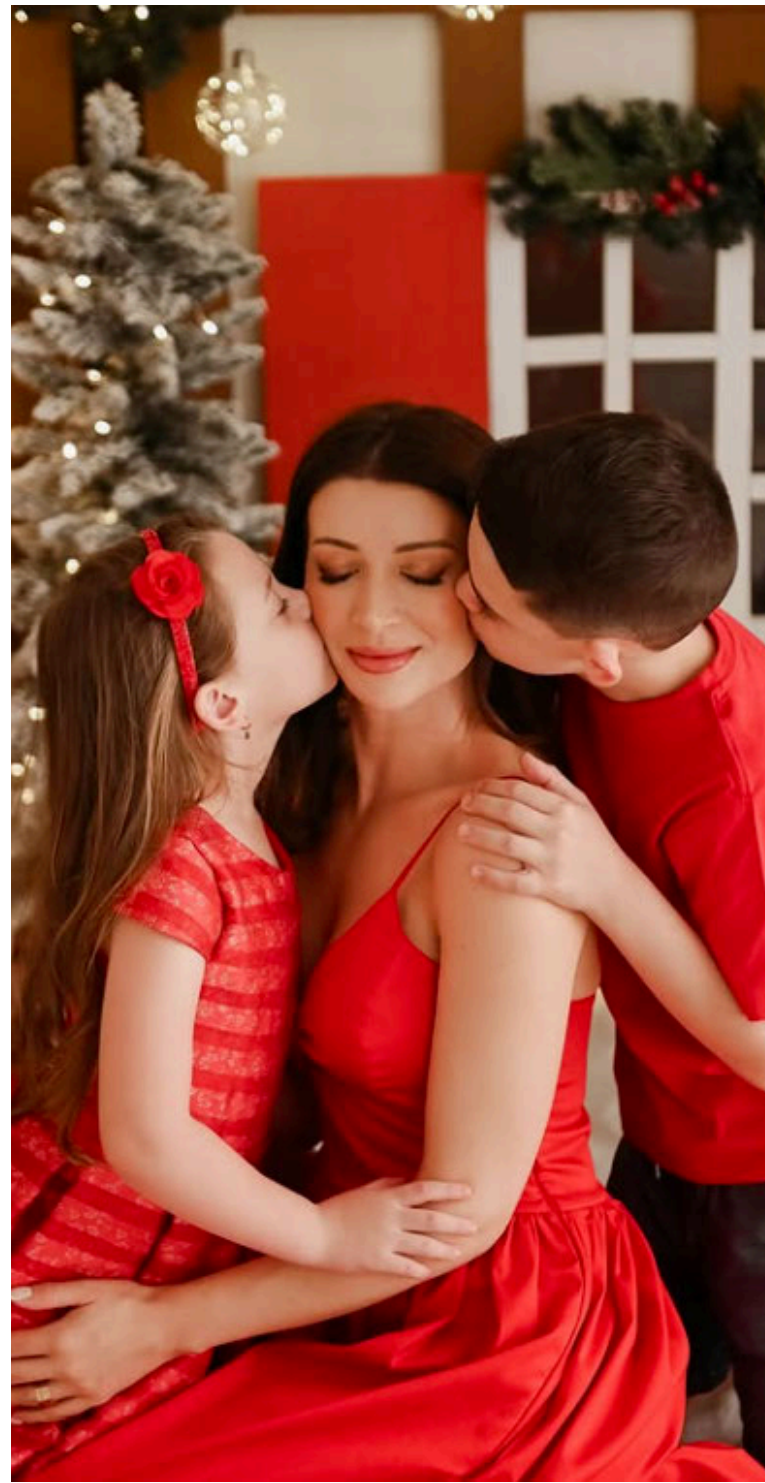
GRAVATAÍ TRENDS Para ti, qual é a diferença entre luxo e ostentação?

SCHEILA KENNE A intenção. Essa é a linha que separa os dois.

Luxo é para dentro. É a escolha silenciosa de viver com qualidade, de se cercar de coisas que têm valor real, não para mostrar, mas porque fazem sentido. É o tecido que tu sente na pele, a experiência que te marca, o detalhe que só tu sabe que está ali. Luxo não grita. Luxo sussurra.

Ostentação é para fora. É o consumo que existe para ser visto, para impressionar, para comunicar poder. Não importa se faz sentido, se tem qualidade ou se tem história. Importa que os outros vejam.

Na Bon Ton, não vendo status. Vendo qualidade, experiência e autoestima. Minhas clientes compram para elas mesmas, não para uma plateia.



"LUXO É TER A LIBERDADE DE ESCOLHER
COM INTENÇÃO QUEM TU QUER SER."



GRAVATAÍ TRENDS Quando tu fala sobre o lado bom do luxo, o que tu quer defender?

SCHEILA KENNE Quero defender que o luxo pode ser vivido com consciência, sensibilidade e verdade.

Existe um lado superficial do luxo, sim. O da ostentação vazia, do consumo por status, do mostrar por mostrar. Mas esse não é o luxo que eu vivo e não é o luxo que promovo na Bon Ton.

O lado bom do luxo é o da qualidade que respeita quem produz e quem consome. É o da peça feita com excelência, que dura e tem propósito. É o da experiência de entrar em um espaço bonito, ser bem atendida e se sentir valorizada.

Eu defendo que o luxo pode ser acolhedor. Ele não precisa intimidar nem excluir. Uma mulher pode se permitir ter algo bonito sem culpa, porque trabalhou para isso, porque merece e porque aquilo agrega na vida dela.

GRAVATAÍ TRENDS O que as pessoas ainda entendem errado sobre moda de luxo?

SCHEILA KENNE Que é só sobre preço. Esse é o maior equívoco. As pessoas olham uma peça com valor mais elevado e pensam que é exagero, vaidade ou ostentação. Mas muitas vezes não entendem o que está por trás daquele preço: a matéria-prima, o processo de fabricação, a durabilidade, o design e a história da marca.

Uma peça em seda, linho ou couro pelica não custa mais porque alguém decidiu cobrar mais. Custa mais porque vale mais. Porque dura mais. Porque veste de um jeito que nenhum tecido sintético consegue reproduzir.

Outro erro é achar que luxo é exclusivo no sentido de excludente. Que não é para todo mundo. Eu sou prova viva de que não é assim. Vim de uma família simples e hoje vivo esse universo com propriedade. O luxo não pede sobrenome. Pede intenção.

GRAVATAÍ TRENDS O que uma peça de moda de luxo entrega além da etiqueta?

SCHEILA KENNE Sensação. Uma peça de luxo tu sente antes de ver.

É o toque da seda, o peso certo do linho, a maciez de um couro pelica. É um caimento que respeita o corpo, um acabamento impecável e uma durabilidade que acompanha a mulher por muito tempo.

A etiqueta é só o nome. O que fica é a qualidade que tu sente na pele, a confiança que vem junto e a certeza de que aquela peça vai permanecer. Isso não tem preço. Tem valor.

“A MODA É UMA LINGUAGEM. A MULHER CONTEMPORÂNEA SABE DISSO, CONSCIENTE OU INCONSCIENTEMENTE. ELA USA A ROUPA PARA COMUNICAR QUEM É, COMO SE POSICIONA E O QUE VALORIZA. NÃO É VAIDADE. É CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE”,
AFIRMA SCHEILA.

GRAVATAÍ TRENDS **Que tipo de experiência uma boutique de luxo precisa oferecer para fazer sentido hoje?**

SCHEILA KENNE Cuidado em cada detalhe. A cliente de hoje não quer só produto. Ela quer se sentir especial.

Na Bon Ton, isso aparece em ações concretas: piso aquecido nos provadores, árvore de Natal impecável na entrada todos os anos, brindes exclusivos no inverno, campanhas de fidelidade com presentes especiais e encontros como a confraria Conversas de Bon Ton.

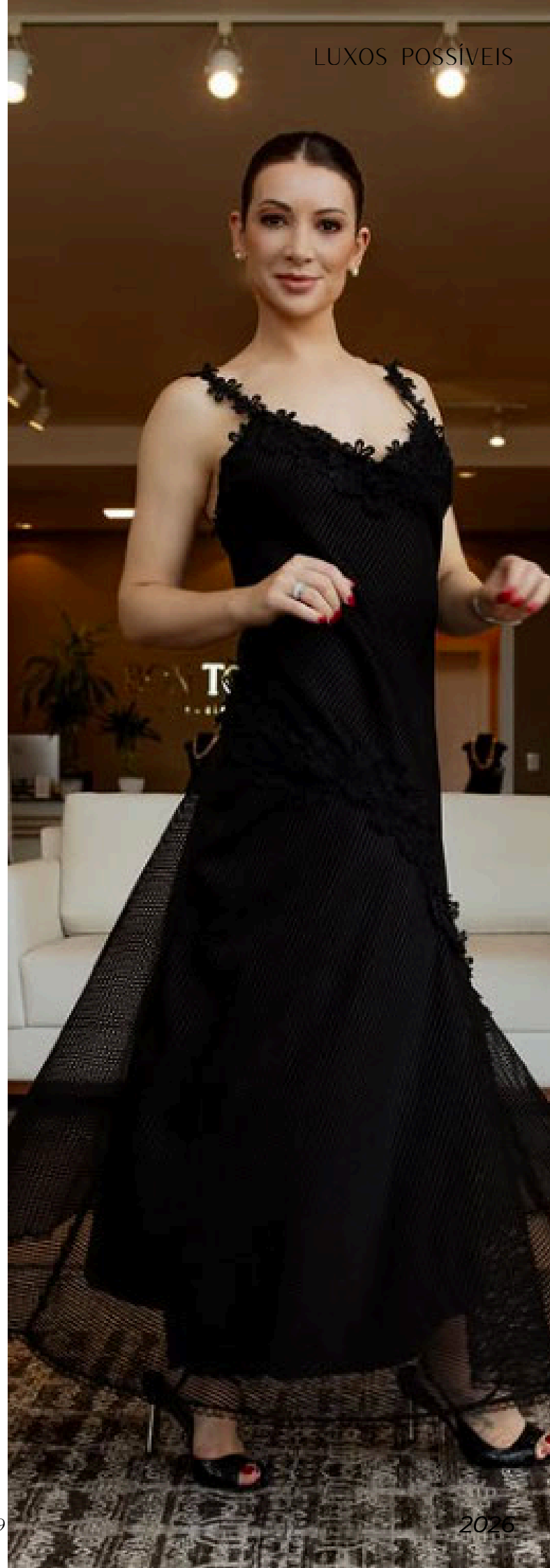
Porque boutique de luxo hoje precisa ser mais do que loja. Precisa ser um espaço de conexão e pertencimento. Produto bom muita gente tem. O diferencial está em como tu faz a cliente se sentir.

GRAVATAÍ TRENDS **Uma mulher compra apenas roupa ou compra também uma imagem de si mesma?**

SCHEILA KENNE

Ela compra uma imagem de si mesma. Sempre. Meu TCC na pós-graduação em Moda, Comportamento e Tendência pela PUC foi justamente sobre isso: o consumo de moda de alto valor agregado e a construção da identidade da mulher contemporânea.

A mulher que investe em uma peça de qualidade está investindo em como ela se percebe e em como quer ser percebida. Então, ela nunca compra apenas roupa. Ela compra presença, confiança e identidade.



PARA ELAS

“PARA DESCOBRIR O TEU LUGAR, VIVA. ADQUIRA REPERTÓRIO. VIAJE, OBSERVE, CONSUMA EXPERIÊNCIAS. O MEU LUGAR EU DESCOBRI VIVENDO, ERRANDO E APRENDENDO. O TEU LUGAR APARECE QUANDO TU JUNTA QUEM TU É COM O QUE O MERCADO PRECISA. NÃO TENDE COPIAR NINGUÉM. A TUA HISTÓRIA É TEU MAIOR DIFERENCIAL.”

SCHEILA KENNE

RETRATO
GRAVATAÍ

Gravataí
tem *gente*
que te
inspira,
mais perto
do que tu
imaginas.

GRAVATAÍ
TRENDS

A BOTA QUE É A
CARA DO INVERNO
E **VAI COM TUDO!**



PAQUETÁ
ANKLE BOOT
BOTTERO
COURO
R\$ 519,99

A modern coworking office space with a large wooden conference table, ergonomic chairs, a curved sofa, and large windows. The ceiling is dark with a grid pattern.

URBANO
COWORKING

*“Ter um coworking
para chamar de seu, é
puro luxo.”*

Rua Coronel Sarmento, 1261 - Centro
@urbano.coworking | Whats +55 51 3424 3661



Moda com Presença

Cada peça da Bon Ton busca entregar a identidade, a personalidade e os valores da marca. São peças de alta qualidade, que percorrem muitos ambientes, sempre com presença e o quiet luxury que são marcas registradas do negócio.



MODA COM PRESENÇA

As peças da coleção Bon Tón escolhidas para o ensaio de capa percorrem um caminho entre sofisticação, força e permanência, revelando um luxo que não depende do excesso, mas da intenção.

Cada look usado por Scheila Kenne conversa com a sua própria trajetória. Uma mulher que construiu sua relação com a moda a partir da curadoria, da entrega e de um olhar atento aos detalhes que realmente fazem diferença.

Modelo: @scheilakenne_ | Direção de Conteúdo: @manoelabarretto e @fernandadutraestrategista | Styling: @andreiagasparoni | Foto: @sianetfotografiaa | Apoio: @aliciaacunha | Make: e Hair: @leticiabortoncello | Local: @bontonleboutique



Scheila Kenne usa
alfaiataria composta
por blazer e calça
brancos e camisa
branca com bordado
na gola. **Tudo
Bonton.**





Scheila Kenne
usa calça jeans e
camisa jeans
com laçarote e
trench coat.
Tudo Bonton.



Scheila usa vestido
longo marrom.
Da Bonton.





Scheila Kenne usa vestido midi de couro e casaco de pele. **Tudo Bonton.** Bolsa chanel do acervo pessoal.

A woman with long brown hair, wearing a black blazer with black beads, is standing in a closet. She is looking up and to the right, with her hand near her face. The closet has wooden shelves and a rack of clothes in the background.

Scheila Kenne
Blazer bordado
da Bonton.



oBoticário

COLOR TRENDS

POR FERNANDA DUTRA

ELEGÂNCIA DISCRETA

Símbolo de confiança, credibilidade e refinamento, o azul-marinho carrega uma sofisticação atemporal. Associado à nobreza, é uma cor que transmite autoridade com serenidade, tornando-se uma escolha elegante para quem deseja comunicar presença sem excessos.



A força do monocromático

O azul-marinho revela uma sofisticação atemporal. Na composição monocromática, transmite refinamento e presença, enquanto os acessórios em vermelho acrescentam personalidade e um toque de ousadia na medida certa.



Azul- marinho + cinza

*A união do azul-marinho com o cinza traduz **credibilidade, discrição e sofisticação**. Uma combinação **clássica e atemporal**, ideal para comunicar autoridade com leveza, especialmente em contextos profissionais, sem abrir mão da elegância.*



Azul-marinho + bordô

A combinação de azul-marinho com bordô une **sofisticação e informação de moda**. Enquanto o azul-marinho transmite elegância atemporal, o bordô acrescenta profundidade e personalidade, criando uma **composição harmoniosa, contemporânea e naturalmente refinada**.



Azul- marinho + *marrom*

A sofisticação em tons profundos.

A **combinação de azul-marinho com marrom traduz uma elegância discreta e atemporal.** Dois tons profundos que comunicam maturidade, credibilidade e refinamento, criando uma composição sofisticada, acolhedora e **perfeita para quem deseja transmitir presença com naturalidade.**



Azul-marinho + off-white

Azul-marinho e branco (ou off-white) formam uma **combinação atemporal que traduz nobreza, leveza e sofisticação**. Mesmo em produções casuais e confortáveis, essa dupla eleva a imagem, transmitindo um **luxo discreto, refinado e naturalmente elegante**.



Azul- marinho + laranja

Ousadia com equilíbrio.

A combinação de azul-marinho com laranja une **sofisticação e criatividade** na medida certa. Enquanto o azul-marinho transmite elegância e credibilidade, o **laranja acrescenta energia, personalidade e um toque de ousadia**, criando uma produção contemporânea, leve e cheia de estilo.



Pensou
beleza em
Gravataí?

Pensou
Gravataí

Trends

@gravataitrends



Rua Cônego Pedro Wagner, 800, Centro - Gravataí
@escovarlah

Em uma rotina cada vez mais acelerada, ter tempo para trabalhar, cuidar da casa, estar com a família, resolver compromissos, viver a própria rotina e, ainda assim, encontrar alguns minutos para se sentir bem consigo mesma é puro luxo.

Foi a partir desse olhar que Gabriela Severo Goulart e Dayana Costa da Silva, há menos de um ano, em 21 de novembro de 2025 inauguraram a Escovariah, um espaço criado para fazer parte da vida de mulheres reais.

A Escovariah chega com uma proposta prática e moderna: oferecer beleza com agilidade, sem abrir mão da excelência.

Com atendimentos em cerca de 45 minutos, a casa oferece quatro modelos de escova, opções com ou sem babyliss, massagens, tratamentos capilares, linha exclusiva de produtos próprios e um Clube de Assinatura pensado para quem deseja manter os cabelos sempre impecáveis.

O agendamento pode ser feito em poucos cliques pelo aplicativo, mas também atendem por ordem de chegada. Uma facilidade que conversa diretamente com o ritmo da mulher contemporânea, que precisa otimizar o tempo sem deixar de se cuidar.

As sócias trazem um novo conceito para o autocuidado, o de que se sentir bonita não precisa depender de uma ocasião especial. O verdadeiro luxo é conseguir no meio da correria, em poucos minutos, sair pronta e confiante para seguir a agenda.

TER TEMPO VIROU UM
DOS LUXOS MAIS
DESEJADOS!



“ACREDITAMOS QUE TODA MULHER MERECE SE SENTIR BONITA, MESMO NOS DIAS MAIS CORRIDOS. FOI DESSE PROPÓSITO QUE NASCEU A ESCOVARIAH: PARA PROVAR QUE É POSSÍVEL UNIR PRATICIDADE, BELEZA E AUTOCUIDADO, EM UMA ROTINA CADA VEZ MAIS ACELERADA.”

Por Vanessa Lúcio

Beleza Acessível

Cuidar da pele também é um luxo possível.

“Você não precisa de uma rotina cara, precisa de uma rotina possível.”

Uma rotina simples, consciente e constante pode transformar a relação com a sua pele e trazer excelentes resultados.

“



Beleza **ACESSÍVEL**: cuidar da pele também é **LUXO POSSÍVEL**

O luxo vem sendo ressignificado. Cada vez menos ligado ao excesso e **cada vez mais conectado ao bem-estar, ao tempo de qualidade e às escolhas conscientes**. Nesse novo olhar, cuidar da pele também pode ser entendido como uma forma de luxo acessível, porque envolve atenção, constância e uma relação mais gentil com o próprio corpo.

Segundo Vanessa Lúcio, esteticista cosmetóloga, **uma pele bem cuidada não depende necessariamente de produtos caros, importados ou de uma rotina complexa**. A indústria cosmética brasileira evoluiu muito e hoje oferece ativos de excelente qualidade, com eficácia comprovada, tecnologia e bom custo-benefício.

O ponto principal está em entender o que a pele realmente precisa. Uma rotina simples, adequada ao tipo de pele e feita com regularidade pode entregar resultados muito mais consistentes do que uma prateleira cheia de produtos usados sem orientação.

Os pilares continuam sendo os mesmos: limpeza, hidratação e proteção solar. A

limpeza remove impurezas sem comprometer a barreira cutânea. **A hidratação mantém a pele equilibrada, inclusive nas peles oleosas**. Já o protetor solar, usado diariamente, ajuda a prevenir manchas, envelhecimento precoce, perda de firmeza e danos causados pela radiação ultravioleta.

Quando existem necessidades específicas, como acne, melasma, sensibilidade ou sinais de envelhecimento, **ativos como vitamina C, niacinamida, ácido salicílico, ácido azelaico, ácido hialurônico e retinoides podem ser incorporados à rotina, sempre respeitando as características de cada pele** e, quando possível, com orientação profissional.

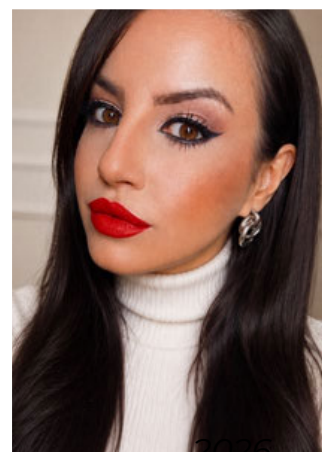
Skincare, não é moda passageira, **é autocuidado**. Em meio à correria dos dias, reservar alguns minutos para cuidar da pele pode ser uma pausa consciente, um gesto de presença e uma forma de cultivar autoestima.

No fim, **o verdadeiro luxo não está na embalagem mais sofisticada ou no cosmético mais caro, está em escolher com consciência, manter uma rotina possível e entender que uma pele saudável é construída diariamente**.

“Cuidar da pele não precisa ser caro. Precisa fazer sentido, respeitar a sua rotina e acontecer com constância”

Vanessa Lúcio é esteticista cosmetóloga, graduada pela Universidade Luterana do Brasil, ULBRA Canoas, e pós-graduada em Estética e Saúde pelo Nepuga.

Sua atuação une conhecimento técnico, cuidado com a pele e uma visão preventiva da beleza, valorizando hábitos simples, saúde cutânea e autocuidado na rotina.



ESPECIAL

Gravataí
Shopping

CURADORIA
GRAVATAÍ TRENDS



Uma noite de conexão e presença

A terceira edição do projeto Experiências que Conectam, realizada no dia 02/07 no Gravataí Shopping, teve como ponto de partida uma pergunta simples, mas cheia de significado: **o que é luxo para você?**

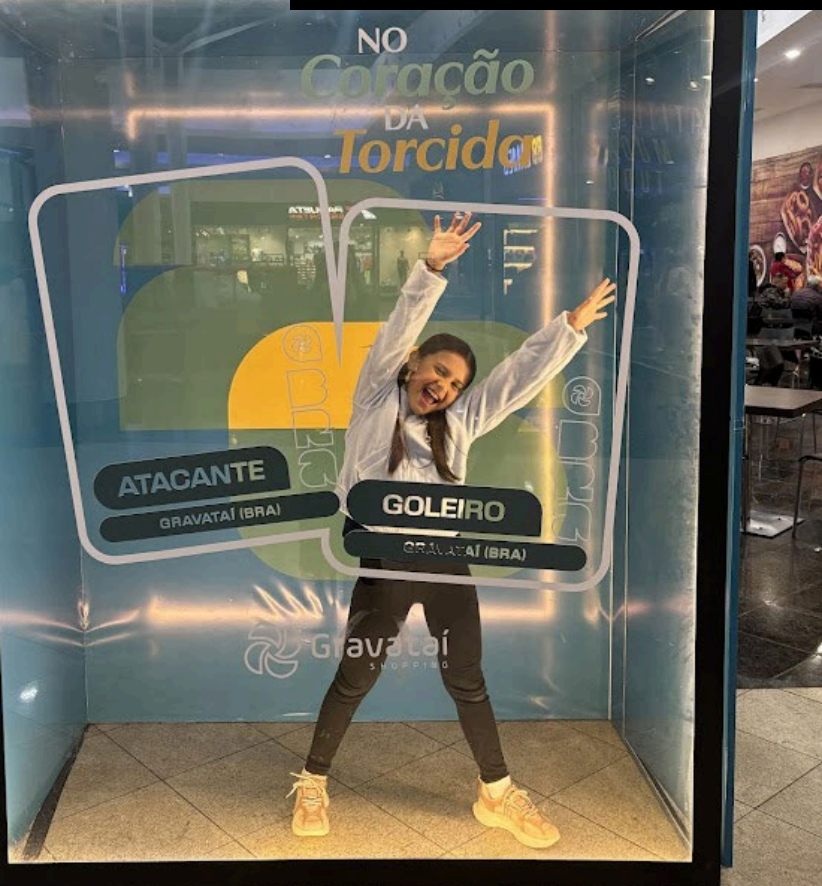
A resposta foi sendo construída ao longo da noite, na forma como **Cristina Pastro e sua filha Maitê foram recebidas**, nos encontros com os lojistas, na visita guiada pelo shopping, nas conversas com Carol Toledo, do Gravataí Shopping, e Manu Barretto, da Gravataí Trends, e em cada detalhe preparado especialmente para elas.

O projeto **nasceu para valorizar pessoas que têm história com Gravataí e com o shopping**. Pessoas que circulam pela cidade, constroem vínculos, movimentam negócios e carregam memórias que ajudam a contar quem somos. Nesta edição, **Cristina e Maitê viveram uma experiência pensada para aproximar clientes, marcas e shopping de uma forma afetiva, personalizada e conectada com a vida real.**





“ Durante o passeio, Maitê foi curtindo os ambientes e as atrações pelo caminho.”



Um momento simples, mas que surpreende

Cada loja visitada trouxe um novo momento. Em cada envelope aberto, em cada embalagem entregue e **em cada mimo escolhido com cuidado, havia uma surpresa pensada especialmente para o perfil das convidadas.**

São gestos de atenção e carinho que, à primeira vista, podem parecer simples, mas que carregam muito valor e **é quando o cuidado aparece nos detalhes que uma experiência deixa de ser apenas uma ação e passa a criar uma memória capaz de permanecer.**

Cristina e Maitê também viveram um momento especial juntas. **Mãe e filha puderam circular pelo shopping, conversar, conhecer marcas, receber carinho e viver uma noite de conexão genuína.** Essa condução traduz muito do que o Gravataí Shopping busca entregar aos seus clientes: um ambiente onde comprar, passear, comer e se encontrar também faça parte de um estilo de vida.

“ Obrigada por esta experiência, chegamos em casa super empolgadas contando como foi.”

CRISTINA





A **experiência gastronômica aconteceu no Salvador Bar e Cozinha**, um dos endereços que traduz bem a proposta de viver o shopping para além das compras. Com ambiente acolhedor, sabores marcantes e um atendimento atento, o Salvador recebeu Cristina e Maitê para encerrar a noite com uma experiência à mesa.

A escolha do restaurante reforça o papel da gastronomia dentro do projeto, **o de criar pausa, encontro e memória**. Entre pratos preparados com

cuidado, boa apresentação e uma recepção que fez as convidadas se sentirem especiais, **o momento ganhou o tom afetivo que o Experiências que Conectam busca valorizar**.

No Salvador, a comida não apareceu apenas como encerramento da ação, mas como **parte essencial da vivência**. Afinal, receber bem também é servir com presença, criar espaço para boas conversas e transformar uma noite comum em uma lembrança eterna.

"QUANDO FALAMOS EM LUXO, TAMBÉM FALAMOS SER LEMBRADO, SOBRE SER RECEBIDO E SOBRE PERCEBER QUE UMA CIDADE PODE CRESCER SEM PERDER O OLHAR PARA AS PESSOAS QUE FAZEM PARTE DELA. VALORIZAR QUEM É DAQUI É TAMBÉM FORTALECER A IDENTIDADE LOCAL E CRIAR NOVAS REFERÊNCIAS PARA O CONSUMO, PARA OS NEGÓCIOS E PARA A EXPERIÊNCIA URBANA."

MANOELA BARRETTO - GRAVATAÍ TRENDS



CAROLINE TOLEDO, GESTORA DE MARKETING GRAVATAÍ SHOPPING, AS CONVIDADAS MAITÊ E CRISTINA PASTRO E MANOELA BARRETTO DIRETORA DA GRAVATAÍ TRENDS.

As marcas e lojas parceiras têm papel essencial nessa construção. São elas que dão corpo à experiência, aproximam o público do mix do shopping e mostram como diferentes segmentos podem se unir em torno de um mesmo objetivo: fortalecer a relação com clientes e valorizar a cidade.

Moda, beleza, gastronomia, bem-estar, serviços e entretenimento aparecem de forma integrada, mostrando que

o shopping é um ecossistema vivo.

O Experiências que Conectam fortalece uma visão importante para Gravataí: **quando marcas, pessoas e cidade se encontram com intenção, todos crescem.** Crescem os negócios, cresce o relacionamento com o público e cresce também a percepção de que Gravataí pode criar experiências relevantes, sofisticadas e cheias de afeto.

MARCAS PARCEIRAS:





Gravataí

S H O P P I N G



BORDÔ

A cor mais elegante da temporada!

By  **pompéia**

5x R\$ 49,98

AMTENTIQUE

AMTENTIQUE

4x R\$ 12,47

5x R\$ 49,98

AMTENTIQUE

5x R\$ 37,98



5x R\$ 55,98



5x R\$ 39,98



5x R\$ 29,98



5x R\$ 35,98

Elegante e estilosa
na mesma medida

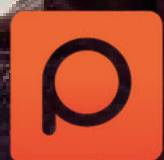




A cor que está
em todos os looks



Moda é na



pompéia

PROMOÇÃO

JULHO BLACK BRASIL

★★★★★

SORTEIOS SEMANAIS!

A cada **300**
reais em compras,
concorra a

**3 BYD
Dolphin Mini**

01 A 20 DE JULHO



GRUPO
AD



Gravataí
SHOPPING

Gravataí Shopping Center
Avenida Centenário, 555 - Passo das Pedras

O LUXO DE UMA MARCA CONSTRUÍDA À MÃO

Aos 6 anos, a **USEMI** celebra uma trajetória de coragem, curadoria e conexão com mulheres que encontram nos acessórios uma forma de expressar identidade, autoestima e presença.

POR MANU BARRETTO



Depois de atravessar os desafios da pandemia e crescer entre feiras, encontros, clientes fiéis e escolhas feitas com intenção, a **USEMI chega aos 6 anos** como uma marca em plena consolidação, guiada por **curadoria, propósito e conexão** com mulheres que encontram nos acessórios uma forma de expressar identidade.

Com semijoias de luxo, peças atemporais, coleções autorais artesanais em formato cápsula, marca própria de óculos de sol, prata e ouro sob encomenda personalizada e bijuteria fina, a USEMI **se posicionou como uma marca de acessórios que une curadoria, identidade e atendimento próximo.**

Michele Fischer, empresária e fundadora da marca, construiu um caminho que fala de coragem, fé, aprendizado e transformação, uma trajetória que **começou nas miçangas finas e hoje traduz um luxo discreto, autoral e cheio de significado.**

“Meu objetivo sempre foi fazer cada cliente se sentir acolhida, especial e bem atendida, afirma Michele.”

O início de tudo

Michele, quando iniciou a marca, já carregava experiências profissionais que ajudariam a formar a base do seu negócio. Trabalhou no ramo óptico e no ramo de relojoaria, onde aprendeu a importância do atendimento e da experiência do cliente.

Também atuou nas áreas de RH e administrativo, desenvolvendo habilidades de gestão e visão estratégica. A pandemia trouxe algumas inquietações para Michele, e a paixão pelos acessórios encontrou espaço para se transformar em trabalho de verdade.

A USEMI começou com acessórios

artesanais e miçangas finas, uma fase que Michele define como parte da essência da marca, apesar de hoje trabalhar com peças diferenciadas, a escolha de cada detalhe e o processo de ver uma ideia ganhar vida continuam presentes até hoje.

Entre feiras, exposições e eventos, a marca foi aprendendo a ouvir as clientes, entender desejos, fortalecer sua identidade e encontrar o próprio posicionamento. Essa caminhada mostrou que uma marca não cresce apenas com produto, ela cresce pelo profissionalismo em todas as frentes.



Curadoria

A curadoria das peças nasce de um olhar atento para qualidade, acabamento, identidade e desejo. Cada coleção é escolhida pensando na cliente, no momento dela e na experiência que a marca deseja entregar.

Hoje, Michele conta com o apoio de uma consultora de jóias nesse processo, mas mantém critérios claros: acabamento impecável, qualidade e peças que representem a essência da marca.

A USEMI não trabalha apenas com tendências, ela busca também itens com personalidade, pois para Michele, a moda deve valorizar quem a pessoa é, e não o contrário.



Luxo Quiet

A USEMI se conecta muito com o conceito de artesanal de luxo. Um luxo que aparece na exclusividade, no cuidado com cada detalhe, na qualidade das peças e no significado que elas carregam.



“O VERDADEIRO LUXO ESTÁ EM USAR ALGO QUE REPRESENTA A SUA ESSÊNCIA, COM QUALIDADE E SIGNIFICADO.”

MICHELE F.

Cientes, experiências e comunidade

Ao longo desses 6 anos, a relação entre a USEMI e suas clientes foi construída pela proximidade. com lives, bazares, atendimentos individualizados, feiras e encontros ajudaram a formar uma comunidade fiel em torno da marca.

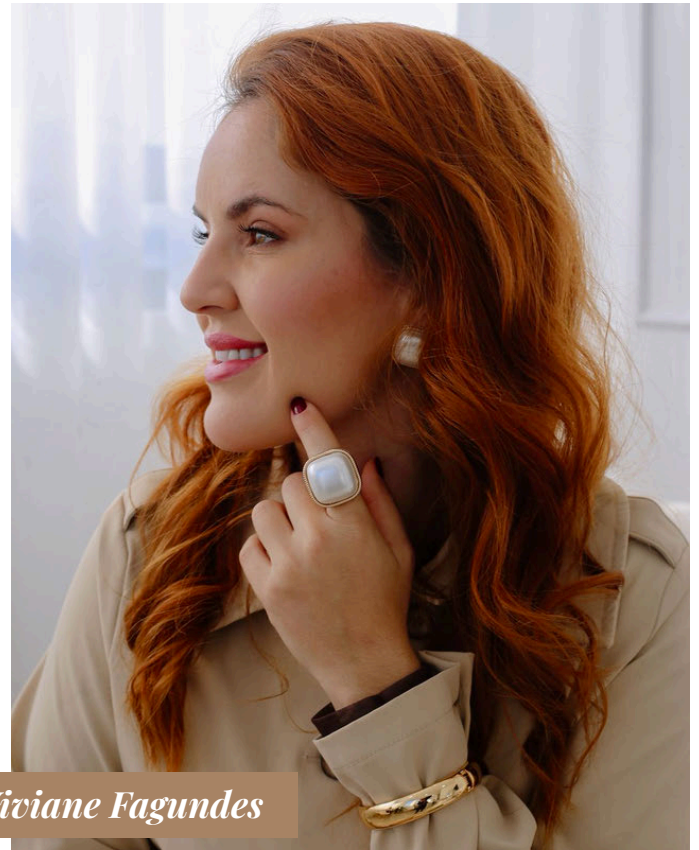
Michele acredita que a fidelidade nasce da conexão. Ela gosta de conhecer cada cliente, entender o que cada uma procura e criar uma relação verdadeira. Não se trata apenas de vender acessórios, mas de oferecer acolhimento, escuta, confiança e uma experiência que faça sentido.

Quando uma cliente entra na USEMI pela primeira vez, Michele deseja que ela se sinta como se estivesse entrando na casa de uma amiga. Que perceba carinho nos detalhes e encontre um espaço onde possa ser ela mesma.

A empresária trata a USEMI como o Clube das Poderosas, um espaço onde cada mulher é valorizada, celebrada e lembrada de que sua essência é seu maior diferencial.

“QUERO QUE A MINHA CLIENTE SAIA DA USEMI SE SENTINDO MAIS CONFIANTE, BONITA E PODEROSA.”

M.F.



Viviane Fagundes



Katrin Lopes Izabel



Ambiente como parte da identidade da marca

Há cerca de um ano, Michele abriu um espaço exclusivo no Golden Tower para ***oferecer às suas clientes uma experiência diferente com a USEMI.*** Quando decidiu transformar a marca em um negócio forte, ela sempre teve no planejamento a criação de um ***ambiente que traduzisse a identidade, os valores e o propósito do que desejava construir.***

O showroom é um lugar onde ***as clientes são recebidas com atendimento personalizado,*** encontram uma curadoria pensada para diferentes estilos e se sentem parte da história da USEMI. Geralmente ***os atendimentos são com hora marcada para que cada cliente receba atenção especial.***

Celebração e o Futuro da USEMI



Quando olha para os 6 anos da USEMI, o primeiro sentimento que vem para Michele é gratidão. Gratidão a Deus por sustentar cada etapa, gratidão pelas clientes que caminharam junto e orgulho por ver o quanto a marca cresceu, para ela, esses 6 anos representam muito mais do que uma empresa, representam coragem e aprendizado.

De olho no futuro, planejando todos os passos com intenção e buscando cada vez mais profissionalismo para marca, Michele sonha em fazer a USEMI se tornar reconhecida em todo o Brasil, sem perder a essência e a proximidade com cada cliente. Estão nos planos da empresária, expandir sua atuação com consultorias personalizadas e cursos, compartilhando conhecimento e inspirando outras mulheres a descobrirem seu estilo, fortalecerem sua autoestima e transformarem sonhos em realidade através dos acessórios.

USEMI - 6 ANOS - 16 de julho

Uma forma de agradecer a cada cliente que acreditou na USEMI e caminhou junto nessa trajetória. Cada conquista da marca tem um pouco de cada cliente. É um momento para celebrar não apenas o aniversário da USEMI, mas todas as conexões, histórias e sonhos que foram tomando forma.

FÉRIAS DIVERTIDAS PARA

PETS

NAS FÉRIAS DE JULHO!

HOSPEDAGEM
DIVERTIDA

MUITA DIVERSÃO
E CARINHO

SEGURANÇA
E CONFORTO

ENQUANTO MEUS
TUTORES CURTEM
AS FÉRIAS,
EU CURTO MINHAS
FÉRIAS NA
AMOLLO!

DEIXE SEU PET SEGURO E CURTINDO
AS FÉRIAS DE JULHO DO JEITINHO
QUE TODOS MERECEM!



HOTEL PARA CÃES



CRECHE PARA CÃES



PARQUE AQUÁTICO

Férias tranquilas começam com a escolha certa para o seu pet

Por Angélica Latosinski

Julho é um dos meses mais aguardados do ano. Enquanto muitas famílias organizam as malas para aproveitar as férias, um detalhe merece a mesma atenção que a escolha do destino: **onde o pet ficará durante esse período?**

É comum que cães sejam deixados com parentes ou amigos, principalmente por acreditarmos que o ambiente familiar será suficiente para garantir seu bem-estar, porém, na prática, **essa escolha pode trazer riscos que muitas vezes passam despercebidos.**

A rotina da casa muda pouco para receber um animal que não faz parte do dia a dia, um portão esquecido aberto, um passeio sem os devidos cuidados ou até mesmo longos períodos sozinho podem resultar em fugas, acidentes e muito estresse para o cão.

Segundo Angélica Latosinski, CEO da Amollo Resort & Day Care Pet, a **hospedagem profissional deixou de ser um luxo para se tornar uma necessidade para muitos tutores.**

"Hoje, o maior conforto não é apenas para o pet, mas também para quem viaja. Saber que ele está em um ambiente seguro, acompanhado por profissionais e com uma rotina planejada faz toda a diferença para que a família aproveite as férias com tranquilidade", reforça Angélica.



Na hora de escolher um hotel para cães, alguns critérios devem ser prioridade:

verificar se a empresa possui alvará de funcionamento, conhecer pessoalmente a estrutura, **buscar recomendações de outros clientes e entender como funciona a rotina dos hóspedes.** A presença de profissionais capacitados e um ambiente pensado para o bem-estar dos animais são fatores indispensáveis.

Cada vez mais, os tutores buscam **locais que ofereçam muito mais do que alimentação e hospedagem.** Ambientes sem confinamento prolongado, enriquecimento ambiental, monitoramento constante e atenção individualizada fazem parte de uma nova forma de cuidar dos pets durante a ausência da família.

Afinal, se as férias representam momentos de descanso para os tutores, elas também podem ser uma experiência positiva para os cães, desde que estejam no lugar certo.

No universo pet, **o verdadeiro luxo não está em excessos, está na segurança, no cuidado e na tranquilidade de saber que um membro da família está exatamente onde deveria estar: bem cuidado.**

Viajar com tranquilidade também passa por saber escolher com carinho. Quando o pet fica em um ambiente preparado, com rotina, atenção e cuidado profissional, **a família aproveita as férias com mais leveza e o reencontro acontece com segurança e alegria.**



A participação da Angélica na coluna PetLovers de julho reforça um olhar muito importante sobre o cuidado com os animais: escolher onde o pet ficará durante as férias também faz parte do planejamento da família. Segurança, rotina, estrutura e atenção profissional são decisões que trazem tranquilidade para quem viaja e bem-estar para quem fica.

Angélica Latosinski é especialista em bem-estar animal é sócia-fundadora da Amollo - Resort e Day Care Pet

Siga e conheça a Amollo
@amollohotelecrecheparapets



V
VIZZANO

conexões

GRAVATAÍ TRENDS —



SEM CRAÇHÁ, COM HISTÓRIA

Fernanda Piasa inicia um novo ciclo em sua carreira. Criada na Morada do Vale, em Gravataí, ela se reconecta com a cidade neste momento de expansão profissional e chega contribuindo com um novo projeto.

Há momentos na vida em que tudo parece se alinhar, não por acaso, mas por coragem. É nesse ponto que Fernanda Piasa se encontra. Depois de anos construindo uma carreira sólida como executiva, gestora, comunicadora, palestrante e treinadora, **Fernanda Piasa atravessa agora uma fase que carrega algo mais íntimo, a decisão de dar forma a um projeto que sempre existiu dentro dela**, esperando o tempo certo para nascer.

Dar um novo passo profissional, é um gesto de autenticidade e é um movimento que traduz **a escolha de não silenciar aquilo que pulsa**, mesmo diante dos medos ou das expectativas externas.

Foi dessa essência leve, comunicativa e profundamente humana que **surgiu o Sem Crachá, programa idealizado por Fernanda e exibido no canal Nexxa TVRS**.

A proposta é simples, mas poderosa, revelar o que existe além dos títulos. Fernanda acredita que, antes de qualquer CNPJ, crachá ou currículo, existe um CPF e é nessa história pessoal que mora a verdadeira conexão.

Ao longo de 16 anos, Fernanda vem defendendo, em palestras e treinamentos, **a importância de saber contar a própria trajetória**. Para ela, essa habilidade não apenas fortalece uma carreira, mas acelera caminhos.

O programa nasce como uma extensão natural desse olhar, **um espaço onde histórias reais ganham voz, onde trajetórias se tornam inspiração e onde o sucesso deixa de ser um conceito distante para se tornar algo possível, próximo e humano**.



FERNANDA
ENTREVISTA

RODRIGO
CURY

ESPECIALISTA EM
INOVAÇÃO NA FRUKI
BEBIDAS

"Quando você assume a autoria da sua história, você transforma sua trajetória em potência", afirma Fernanda.



Conexões que movem a vida

Inevitavelmente, sua própria história atravessa tudo isso. Nascida em Porto Alegre, **Fernanda cresceu em Gravataí, para onde se mudou ainda criança.** Foi ali que construiu suas primeiras memórias, cercada pela família, pelas irmãs, pelas referências que moldaram quem ela se tornaria. Mesmo após retornar à capital com o marido, em 2005, **Gravataí nunca deixou de ser presença.** Seus pais continuam na cidade, assim como uma de suas irmãs e, como ela mesma diz, é lá que mora uma parte essencial do seu coração.

O reencontro com a cidade ganhou novos contornos no início de 2026, quando Fernanda conheceu a Gravataí Trends durante um evento de inovação. A conexão foi imediata. Mais do que afinidade de ideias, houve identificação de propósito. **A aproximação com a fundadora, Manoela Barretto, abriu espaço para novas possibilidades** e, pouco a pouco, Gravataí voltou a ocupar um lugar ativo em sua rotina, em seus projetos e em sua narrativa.



FERNANDA
ENTREVISTA

SHANA
BORGES

GLOBAL SOCIAL MEDIA
INFLUENCER & CONTENT
CREATOR PRODUCTION LEAD
AT @DELLTECH @DELL

O projeto **SEM CRACHÁ**

Fernanda aposta na força das histórias que não precisam de grandes efeitos para serem relevantes. Histórias reais, acessíveis, que mostram que o extraordinário pode nascer do cotidiano. Para ela, referências precisam ser possíveis e dar visibilidade a quem constrói, empreende e inspira no Rio Grande do Sul é também uma forma de ampliar horizontes.

Há, ainda, uma provocação silenciosa que atravessa o projeto: quem não conta a própria história

corre o risco de vê-la sendo contada por outros. A cada episódio, o programa **convida o público a olhar para a carreira sem esquecer da vida que a sustenta**. Porque são as escolhas pessoais, os vínculos, os desafios, os desvios de rota e as conquistas íntimas que, no fim, desenham o profissional que cada pessoa se torna.

*"Pessoas gostam e **precisam de referências reais e mostrar essas histórias que causam impacto** com suas marcas e profissões no nosso RS, é a maneira que encontrei de unir pontos que considero importantes."*



Agora, Fernanda busca consolidar o Sem Crachá junto à audiência e junto à patrocinadores, mantendo uma curadoria cuidadosa sobre quais histórias podem ser contadas e quais precisam ganhar voz.

O objetivo é simples e potente: **inspirar pessoas a reconhecerem o valor da própria trajetória** e, a partir dela, encontrarem força para dar o seu melhor. O programa fica **disponível semanalmente no YouTube** e já conta com alguns episódios publicados para quem deseja conferir.

EM UMA EDIÇÃO DEDICADA AOS LUXOS POSSÍVEIS, A TRAJETÓRIA DE FERNANDA PIASA NOS LEMBRA QUE O VERDADEIRO LUXO PODE ESTAR JUSTAMENTE NISSO: RECONHECER O VALOR DA PRÓPRIA CAMINHADA, ASSUMIR A AUTORIA DA PRÓPRIA NARRATIVA E TRANSFORMAR EXPERIÊNCIAS EM POTÊNCIA, NÃO APENAS PARA CRESCER, MAS PARA INSPIRAR.

A black and white portrait of Coco Chanel, shown from the chest up, turned slightly to her left. She has dark, wavy hair styled in a bun with a small clip. She is wearing a dark, long-sleeved top and a multi-strand pearl necklace. Her arms are crossed.

***“O LUXO TEM QUE
SER CONFORTÁVEL,
AO CONTRÁRIO,
NÃO É LUXO.”***

COCO CHANEL

GRAVATAÍ
TRENDS

A carreira me levou longe. O amor me trouxe para casa.

POR MYRIAM BADO DE MARTINS

Eu nem deveria estar naquela poltrona, naquele avião. Tinha ido a Lima para o casamento de um dos meus melhores amigos. Cheguei na sexta, voltava no domingo. Não havia lugar nas companhias em que eu sempre voava, e foi o próprio amigo quem me achou aquele voo de volta a São Paulo. Um detalhe que eu só entenderia muito depois: era exatamente o assento em que a minha vida mudaria de direção.

No avião entrou um rapaz bonito. Pensei: “Tomara que sente do meu lado.” E não é que sentou? Só que nem me cumprimentou. Na hora, já o julguei mal-educado. A comissária, ao servir a refeição, perguntou se “ele” ia comer. Cutuquei ele, bem de propósito. E foi desse cutucão que nasceu uma conversa que não terminou mais. Ele voltava de uma viagem do Equador para Curitiba. Dois desvios de rota que, no fundo, eram um só encontro.

Naquela época, eu vivia o auge da minha carreira. Menina de Trujillo, no Peru, construí minha trajetória na Ambev e na AB InBev, expatriada para Brasil e Estados Unidos. Pouco antes daquele voo, recebi o convite dos meus sonhos: uma posição de liderança em Relações com Investidores, com base na Bélgica. Era tudo que sempre desejei profissionalmente. Aceitei na hora. Minha mudança seria em sete meses.

Só que o coração não pede licença. Nos meses seguintes, aquele gaúcho do avião encheu minha rotina de ligações pelo Skype.



Enquanto eu viajava a trabalho, a gente se encontrava em cidades diferentes, conforme a agenda de cada um permitia. E rápido, rápido demais, virou amor. Ele me pediu em namoro e em casamento na mesma hora. Meu Deus, o que está acontecendo? O que eu faço agora? Eu nem tinha contado para ele que eu iria morar na Bélgica meses depois.

Ele sonhava em voz alta com aquilo que eu não conseguia verbalizar: a casa, os filhos, uma vida construída juntos. “Se você vai, eu vou com você”, disse ele. Será que devia apostar em um relacionamento tão recente? E se ele fosse comigo, como seria tudo, ele ficando em casa e eu viajando sem parar? E se ficasse no Brasil com ele, como recusaria a Bélgica? Como abandonaria o sonho pelo qual tanto havia lutado?

Me custou muito. Não sabia se estava certa ou cega de amor. Orei. De joelhos no silêncio, consegui escutar meu coração. Percebi que dentro daquela Myriam corporativa, havia outra Myriam lutando para ser ouvida. Uma que tinha a ver com meu lado materno, com querer uma família. Orando, escutei: “é ele... ele é o teu esposo, é com ele que vais construir o teu lar”.

Liguei para meu chefe e disse não ao maior sonho profissional da minha vida. Doe, e muito, porque estava dizendo não a uma oportunidade incrível e também a grande parte de quem eu havia sido.

Mas escolhi o amor. Escolhi escutar essa nova Myriam que nascia dentro de mim. Escolhi desacelerar e construir nosso ninho.

Casei e construímos nossa vida aqui em Gravataí. Tenho uma paulistaninha e um gauchinho que são a luz dos meus dias, e um esposo que é meu maior exemplo de autoconhecimento e direção.

Os primeiros anos foram confusos. Por um lado, não há amor maior do que meus filhos. Por outro, eu acordava longe do status que construí. Via colegas ascendendo, e confesso que o ego sussurrava: “Você desistiu.”

E aqui está a verdade: eu estava feliz, cercada de amor e da minha família. Mas o ego volta. O orgulho cobra. Agora, porém, eu o reconheço quando chega. Observo em vez de acreditar. Não é fácil, é um trabalho contínuo de compreender de onde vem, por que retorna, como se manifesta.

Um dia troquei o sonho da minha vida por uma história de amor. E descobri, anos depois, que reconstruí meu sonho de um lugar novo. Que não precisava escolher entre impacto profissional e maternidade, conseguia integrar ambas, com outros pesos, que podem mudar com o passar dos anos. Na corporação, há KPIs, PDI, feedback, avaliação de desempenho, promoção. Na maternidade

e casamento, não há. Ninguém bate palmas quando você consegue falar com seus filhos sem deixar a raiva dominar ou quando você consegue equilibrar uma baita entrega na empresa e ao mesmo tempo, consegue não perder nenhum trabalho em grupo ou apresentação dos seus filhos na escola. Ninguém registra seu desenvolvimento como mulher, como esposa, como mãe, como empresária, ninguém senta como você para analisar como está sendo sua “performance” na vida.

Mas você vê. Você sente. E essa observação interna, aquela que ninguém mede, é onde o verdadeiro crescimento acontece.

Independente da sua realidade e seu momento, que suas escolhas venham de uma escuta profunda de si mesma.

Não escolha pelo que outros esperam de você, escolha porque você parou, observou e escutou seu coração.

Naquele silêncio onde você consegue ser honesta consigo mesma, ali está a resposta que você procura. **E, para mim, é nessa conversa interna onde encontramos Deus. Essa comunhão é o maior luxo que a vida pode oferecer.**

Myriam Bado de Martins é economista, especialista em finanças corporativas e estratégia. Peruana de nascimento, brasileira e gaúcha de coração, construiu sua trajetória executiva na Ambev/AB InBev, entre o Brasil e os Estados Unidos. Foi CEO da Marcher Brasil, numa fase importante de transformação e crescimento. Hoje atua como conselheira independente e como Chief Growth & Strategy Officer da Rapidoc. Dedica-se a estratégia, governança e ao desenvolvimento de líderes, e acredita que boa governança protege pessoas e organizações. Acima de qualquer cargo, os papéis que mais preza são os de esposa de Ivan, mãe de Sophia e Arthur, filha, irmã e amiga.

La carrera me llevó lejos. El amor me trajo a casa.

POR MYRIAM BADO DE MARTINS

Yo ni siquiera debería estar en aquel asiento, en aquel avión. Había ido a Lima para el matrimonio de uno de mis mejores amigos. Llegué el viernes, volvía el domingo. No había lugar en las aerolíneas en las que siempre volaba, y fue mi propio amigo quien me consiguió aquel vuelo de regreso a São Paulo. Un detalle que solo entendería mucho después: era exactamente el asiento en el que mi vida cambiaría de rumbo.

En el avión entró un chico guapo. Pensé: «Ojalá se siente a mi lado». Y casualmente, se sentó. Pero ni siquiera me saludó! Ya me pareció un maleducado. La aeromoza, al servir la comida, preguntó si “él” iba a comer. Le di un codazo, medio fuerte a propósito. Y fue de ese codazo que nació una conversación que no terminó más. Él volvía de un viaje de Ecuador a Curitiba. Dos desvíos de ruta que, en el fondo, eran un encuentro.

En esa época, yo vivía el auge de mi carrera. Nascida de Trujillo, en Perú, construí mi trayectoria en Ambev y en AB InBev, expatriada a Brasil y a Estados Unidos. Poco antes de ese vuelo, recibí la promoción que tanto quería: una posición de liderazgo en Relaciones con Inversionistas, con base en Bélgica. Era todo lo que siempre deseé profesionalmente. Acepté al instante. Mi mudanza sería en siete meses.

Solo que el corazón no pide permiso. En los meses siguientes, ese gaucho del avión llenó mi rutina de llamadas por Skype.



Mientras yo viajaba por trabajo, nos encontrábamos en ciudades diferentes, según la agenda que cada uno permitía. Y rápido, demasiado rápido, se volvió amor. Me pidió ser su enamorada y me pidió matrimonio al mismo tiempo. Dios mío, ¿qué está pasando? ¿Qué hago ahora? Ni siquiera le había contado que me iría a vivir a Bélgica meses después.

Él soñaba en voz alta con aquello que yo no lograba verbalizar: la casa, los hijos, una vida juntos. “Si tú vas, yo voy contigo”, me dijo. ¿Debía apostar por una relación tan reciente? Y si él iba conmigo, ¿cómo sería todo, él quedándose en casa y yo viajando sin parar? Y si me quedaba en Brasil con él, ¿cómo rechazaría Bélgica? ¿Cómo abandonaría el sueño por el que tanto había luchado?

Me costó muchísimo. No sabía si estaba ciega de amor. Hice lo único que sé hacer, cuando no sé qué hacer: rezé. De rodillas y en silencio, pedí escuchar mi corazón. Percibí que dentro de aquella Myriam corporativa había otra Myriam luchando para ser escuchada. Una que tenía que ver con mi lado maternal, con querer una familia. Rezando, no puedo explicar, pero escuché: “es él... él es tu esposo, es con él que vas a construir tu hogar”.

Llamé a mi jefe y dije que no al mayor sueño profesional de mi vida. Dolió, y mucho, porque estaba diciendo no a una oportunidad increíble y también a gran parte de quien yo había sido y luchado tanto por ser.

Pero elegí el amor. Elegí escuchar a esa nueva Myriam que nacía dentro de mí. Elegí desacelerar y construir nuestro nido.

Me casé y construimos nuestra vida aquí en Gravataí. Tengo una paulistaninha y un gauchito que son la luz de mis días, y un esposo que es mi mayor ejemplo de autoconocimiento y dirección.

Los primeros años fueron confusos. Por un lado, no hay amor más grande que mis hijos. Por otro, despertaba lejos del status que construí. Veía a colegas ascender, y confieso que el ego susurraba: “Renunciaste”.

Y aquí está la verdad: estaba feliz, cercada de amor y de mi familia, pero el ego regresa. Sólo que ahora reconozco cuando llega. Lo observo en lugar de dejar que me domine. No es fácil, es un trabajo continuo de comprender de dónde viene, por qué regresa, cómo se manifiesta.

Un día cambié el sueño de mi vida por una historia de amor. Y descubrí, años después, que reconstruí mi sueño desde un lugar nuevo. Que no necesitaba elegir entre impacto profesional y maternidad, lograba integrar ambos, con otros pesos, que pueden cambiar con el paso de los años.

En las corporaciones, hay KPIs, PDI, feedback, evaluación de desempeño, ascensos. En la maternidad y el matrimonio, no los hay. Nadie aplaude cuando logras hablar con tus hijos sin dejar que la rabia te domine, o cuando logras equilibrar una gran entrega en la empresa y, al mismo tiempo, no perderte ningún trabajo en grupo o presentación de tus hijos en la escuela. Nadie registra tu desarrollo como mujer, como esposa, como madre, como empresaria; nadie se sienta contigo para analizar cómo va tu “desempeño” en la vida.

Pero tú lo ves. Tú lo sientes. Y esa observación interna, aquella que nadie mide, es donde el verdadero crecimiento sucede.

Independiente de tu realidad y tu momento, que tus decisiones vengan de escucharte profundamente a ti misma.

No elijas por lo que otros esperan de ti.

Elige porque paraste, observaste y escuchaste tu corazón.

En ese silencio donde logras ser honesta contigo misma, ahí está la respuesta que buscas. Y para mí, es en esa conversación interna donde encontramos a Dios. Y esa comunión es el mayor lujo que la vida puede ofrecer.

Myriam Bado de Martins es economista, especialista en finanzas corporativas y estrategia. Peruana de nacimiento, brasileña y gaúcha de corazón, construyó su trayectoria ejecutiva en Ambev/AB InBev, entre Brasil y Estados Unidos. Fue CEO de Marcher Brasil en una fase de transformación y crecimiento. Hoy se desempeña como board member y como Chief Growth & Strategy Officer de Rapidoc. Se dedica a la estrategia, la gobernanza corporativa y al desarrollo de líderes, y cree que la buena gobernanza protege a las personas y a las organizaciones. Los papeles que más valoriza son los de esposa de Ivan, madre de Sophia y Arthur, hija, hermana y amiga.

CHEVROLET

SPARK



ERS 020, 20 | Jardim Esplanada - Gravataí
@sinoscarrs

lifestyle!

GRAVATAÍ TRENDS

A man and a woman are standing in front of a modern building at night. The man is wearing a light grey suit and a white shirt, and the woman is wearing a blue and white striped top and a white skirt. They are both smiling. The building has a large '@' logo on its wall. The man's hand is on the woman's shoulder.

Inglês como expressão de **ESTILO**

Na Together, aprender um novo idioma é ganhar repertório, liberdade e novas formas de expressar quem se é.

POR GRAVATAÍ TRENDS **FOTO** YASMINE SANTOS (CINESCÓPIO)

Circular pelo mundo sem deixar de ser quem se é também diz muito sobre estilo. **Comunicar uma ideia com segurança, acessar novas culturas, viajar, trabalhar, estudar, criar vínculos e ocupar espaços com naturalidade são formas contemporâneas de liberdade** e é nesse território, entre aprendizado, identidade e autonomia, que a Together chega aos 15 anos.

Com nova sede em Gravataí, a escola vive um momento de maturidade, principalmente pela clareza do que representa hoje para a cidade, **um lugar onde aprender inglês deixa de ser apenas uma obrigação curricular do**

mundo moderno e passa a fazer parte de um estilo de vida.

Fernanda, fundadora e diretora executiva, define esse novo momento como a consolidação de tudo que foi construído ao longo dos últimos anos. Ao lado de **Franco, fundador e diretor pedagógico**, ela conduz uma escola que combina consistência, comunicação, metodologia e um olhar atento para o tempo de cada aluno. O inglês, ali, não é tratado como um conteúdo distante da rotina, ele aparece nas conversas, nos interesses, nas referências culturais, nas pequenas conquistas e na construção gradual da autoconfiança e autonomia.





Assim como na moda, estilo não nasce da repetição de fórmulas, **ele aparece quando alguém reconhece suas referências, entende suas escolhas e encontra uma forma própria de se apresentar ao mundo.**

No aprendizado, acontece algo parecido, **cada aluno chega com uma história, um ritmo, uma intenção e uma maneira particular de se expressar** e na Together, esse ponto de partida importa muito.

Hoje a busca pelo inglês é muito diverso, há quem procure aprender para uma viagem de lazer ou quem precisa se preparar para uma reunião, uma entrevista, uma carreira internacional ou uma nova fase profissional. Mas **também existe um público que apenas quer destravar a fala, consumir cultura, ganhar autonomia ou apenas se sentir mais seguro diante do mundo.** A escola acolhe essas diferentes necessidades com método, escuta e presença.

A Together entende o idioma como repertório, como uma ferramenta que amplia horizontes sem apagar a personalidade de quem aprende. **Em vez de padronizar vozes, a escola cria espaço para que cada aluno desenvolva confiança a partir do próprio jeito de ser.**

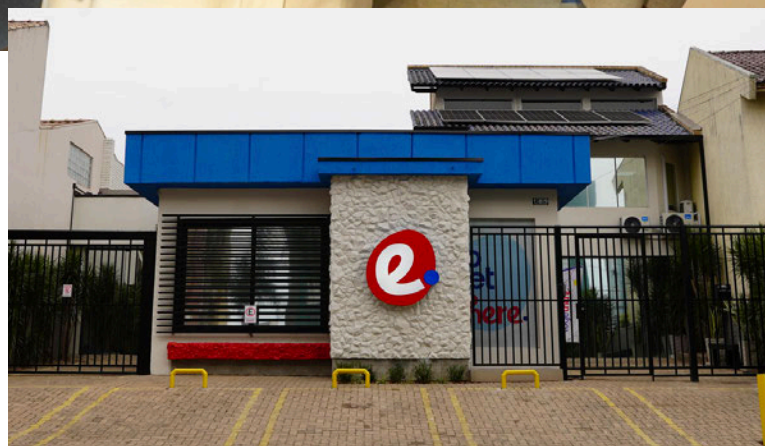
Esta forma de compartilhar aprendizado é uma marca forte da escola, **a Together é uma escola que ensina respeitando o ritmo, a personalidade e o estilo de vida cada um.**





A Together é referência no ensino de língua inglesa em Gravataí, unindo metodologia focada no desenvolvimento humano, com atendimento para o público infantil a partir dos 6 anos, preparação para exames internacionais de proficiência, como Cambridge, TOEFL e IELTS, e projetos de intercâmbio cultural para Londres, na Inglaterra.

À frente da escola, Fernanda e Franco conduzem uma proposta que alia consistência pedagógica, vivência prática e visão de mundo. Os diretores também atuam como examinadores orais de provas internacionais, o que reforça a seriedade, a experiência e o domínio técnico presentes na formação oferecida pela escola.



A nova sede da Together está localizada na Rua Bernardino da Fonseca, 109, no Centro de Gravataí. A escola está com matrículas abertas, nivelamento gratuito e condição promocional para novos alunos. Para saber mais, entre em contato pelo telefone (51) 99935-6380 ou acompanhe pelo Instagram @inglestogether.

Novas Coleções

Ávório Gold
Carvalho Essential





ARQUITETURA COM PERSONALIDADE

EIS QUE SURGE UMA CASA QUE VAI ALÉM DA ARQUITETURA: É UMA DECLARAÇÃO DE PERSONALIDADE E ESTILO. COM 404,04M² DE ÁREA, A RESIDÊNCIA DE **CAROLINE BASEI** É RESULTADO DE UM PROJETO CUIDADOSAMENTE PENSADO, PELA **ARQUITETA TATIANA APOLINÁRIO**, PARA REFLETIR A BELEZA E O ESTILO DE SUA PROPRIETÁRIA.

O projeto arquitetônico, assinado por Tatiana Apolinário, da Apolinário Construções Ltda, aposta em um estilo contemporâneo, com volumetrias de ângulos acentuados que conferem dinamismo às fachadas. Cada detalhe foi planejado pelo olhar atento de Tatiana, que buscou traduzir a identidade de Caroline, uma mulher de personalidade marcante e profissional da odontologia, cujo estilo guiou o projeto.

A inspiração se reflete de maneira sutil, mas marcante: os ângulos precisos das fachadas, desenhados em 45 graus, evocam de forma sutil os dentes, **fazendo uma homenagem lúdica e sofisticada à profissão da proprietária.** A paleta de cores, em tons off-white, reforça a sofisticação e a sobriedade do projeto, enquanto cada detalhe personalizado transforma a casa em um verdadeiro ícone de estilo. Este projeto ultrapassa a definição de uma residência comum, ele é **A CASA**, sim, assim, com letras maiúsculas mesmo.

Mas **A CASA** que foi sonhada, planejada e conquistada pela proprietária.





PROJETOS COM SIGNIFICADO

A natureza ensina que um ninho não é apenas abrigo. É proteção, conforto e pertencimento. Os pássaros constroem seus espaços com precisão e sensibilidade, criando lugares para onde sempre podem voltar.

Essa simbologia também inspira a essência da Apolinário Construção e Arquitetura. A andorinha, ave que percorre longas distâncias ao longo do ano, mas sempre retorna ao seu ninho, traduz o espírito da marca e dá origem ao slogan da empresa: voar longe, mas

saber que tem para onde voltar.

No projeto da casa de Caroline, essa ideia ganha forma em cada detalhe. As escolhas foram pensadas para refletir seu estilo, sua personalidade e seus sonhos, mostrando como a personalização faz parte do DNA da construtora.

A obra teve início no começo de 2024 e foi entregue em 2026. De lá pra cá, cada etapa revelou a essência de uma mulher de estilo, ousada e determinada a transformar sonho em realidade.

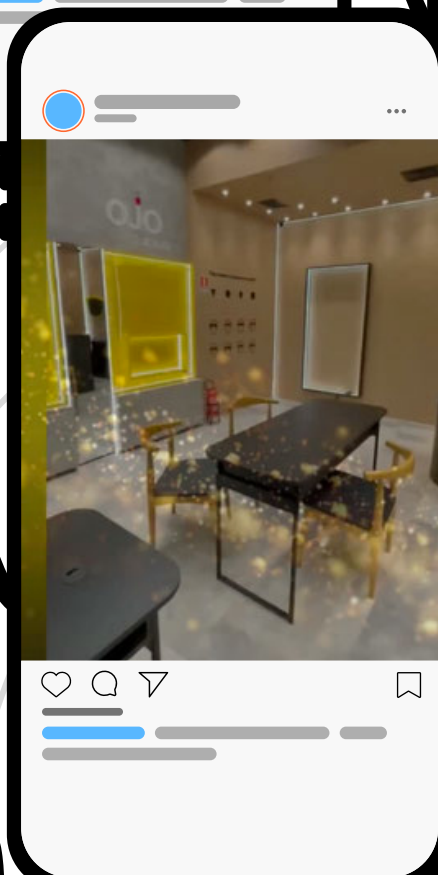
Responsável pelo projeto e pela execução da casa apresentada na editoria Home de julho, Tatiana Apolinário traduz em seu trabalho uma arquitetura feita para permanecer. À frente da Apolinário Construções, marca fundada por seu pai, Clóvis Apolinário, Tati carrega 10 anos de atuação e um olhar especializado em projetos residenciais únicos e personalizados. Mãe do Leonardo, casada com Adriano, ela entende que uma casa não nasce apenas de paredes, plantas e acabamentos. Nasce de propósito, funcionalidade, beleza e cuidado em cada detalhe. Para ela, quando uma obra é pensada com intenção e executada com responsabilidade, deixa de ser apenas construção e passa a fazer parte da memória de uma família.



Para Tatiana, este projeto teve um significado especial. ***Foi sua primeira atuação no Prado e, ao mesmo tempo, a continuidade de uma relação de confiança com Caroline***, que já conhecia seu trabalho. “Receber a confiança dela pela segunda vez foi um desafio e uma grande satisfação. **Estudei cada detalhe, cada linha e cada escolha inspirada por sua profissão e pela força da sua personalidade**”, conta a arquiteta.

@gravataitrends

CONFIRA CONTEÚDOS QUE VOCÊ
SÓ ENCONTRA NA NOSSA PÁGINA
DO INSTAGRAM E SE AINDA NÃO
NOS SEGUE, **SEGUE LÁ!**



Click here



SCHUTZ