

HAIR / #15





Coleção Alto Inverno 2018

URBAN REDS #LOREALPRO

Revele o artista em você através das infinitas facetas dos ruivos que podem ser criadas com *L'Oréal Professionnel*.

Tecnologia Rubilane™: Pigmentos vermelhos mais puros, profundos e de longa duração.

EXCLUSIVO NOS SALÕES

L'ORÉAL
PROFESSIONNEL
PARIS

Confira o passo-a-passo exclusivo nas redes sociais de L'Oréal Professionnel.

 /lorealprofessionnel.br  @lorealpro  LorealProfBrasil  Baixe o nosso APP: L'Oréal Professionnel Brasil

lorealprofessionnel.com.br | segredosdesalao.com.br

Ruivos

REinventados



@phjean
@lesleyjennison

A Schwarzkopf Professional apresenta sua primeira coleção de cores co-criadas, desenvolvida em parceria com coloristas renomados! Os escolhidos para Dusted Rouge foram o brasileiro Jean Philippe e a britânica Lesley Jennison. Mergulhe no mundo dos ruivos desde tons sutis a vermelhos vintage profundos!

Saiba mais em: www.igoraroyaltakeover.com.br

Together. A passion for hair.

f /schwarzkopfbrasil
@schwarzkopfbr

▶ /apassionforhair
☎ 0800 704 2334



Your best you.

Na Keune, nós apoiamos você de todas as maneiras, seja oferecendo os melhores produtos e serviços ou sendo o melhor parceiro de negócios.

Nós colaboramos para revelar a sua melhor versão, e você revela o melhor de cada cliente.

KEUNE
HAIRCOSMETICS

Cinco compromissos da Keune com você.

#1

TRATAMOS VOCÊ COMO UM MEMBRO DA FAMÍLIA.

Somos uma empresa independente, 100% familiar.
E você faz parte dela.

#2

SEREMOS O SEU MELHOR PARCEIRO DE NEGÓCIOS.

Nós damos apoio com soluções de negócios, educação e marketing desenvolvido especialmente para o mercado de salões de beleza.

#3

GARANTIMOS PRODUTOS COM QUALIDADE, VISANDO SEMPRE OS MELHORES RESULTADOS.

Nós nunca economizamos. Nem na qualidade do produto, nem nos ingredientes, e tampouco em pesquisas. Todos os nossos recursos são destinados para o desenvolvimento de produtos de alta qualidade.

#4

INSPIRAÇÃO E EDUCAÇÃO BASEADAS NA VIDA REAL.

O segredo do sucesso de um salão são cabelos criados com perfeição, mas que são descolados e comerciais. Consulte nossas redes sociais para conhecer nossa agenda de cursos.

#5

BEYOND TRUE BEAUTY.

Inspirar os profissionais a expressarem toda sua criatividade sem limites.

Acesse nossas redes sociais e fique por dentro das novidades:

[/keunehaircosmeticsbrasil](#) [/keunebrasil](#) [@keunebrasil](#) [keune.com.br](#)





WELLA PLEX

PARA CABELOS MAIS FORTES E RESULTADOS PERFEITOS DE COR.
Sistema Antidanos com exclusiva tecnologia Opti-pH que ajuda a reconstruir as ligações capilares.

O PAR PERFEITO DE BLONDOR.
SEM ALTERAÇÕES NO TEMPO DE SERVIÇO.

#WELLAPLEXSIM #WELLAPLEXBRASIL

 /WellaProfessionalsBrasil  @wellaprosasil





FUSION

UMA NOVA DIMENSÃO EM RECONSTRUÇÃO CAPILAR
PARA ATÉ 95% MAIS RESISTÊNCIA A QUEBRA*.

Reconstrói instantaneamente a fibra capilar e previne futuros danos.
Recupera e devolve maciez até para os cabelos mais danificados.

#WELLAFUSION

 /WellaProfessionalsBrasil  @wellaprobrasil

*vs. Shampoo não condicionante.

JOICO

LIVE THE BLONDE LIFE™

Viva seu loiro saudável e lindo com Joico.
NOVO Lightening and Brightening System

Mantém o loiro brilhante e no tom certo por até 8 semanas*

9 entre 10 hairstylists concordam, que após um uso, os cabelos loiros ficam:

- Mais hidratados
- Mais macios
- Mais brilhantes

Pó decolorante:

- Proporciona até 9 níveis de clareamento de ação rápida
- A forma mais rápida** de deixar os cabelos mais claros e brilhantes



* Quando utilizado o Brightening Shampoo e Condicionador/Máscara, que preserva até 80% mais a cor após 18 lavagens.

** vs outros decolorantes Joico.

Em breve nos melhores salões de beleza do Brasil.

www.joico.com.br   /joicobrasil



H #15

Não basta SER grande/pródigo/empreendedor/famoso. Tem que PA-
RECER grande/pródigo/empreendedor/famoso. E isso vale para pessoa
física (sim, você profissional de beleza) e pessoa jurídica (hello, em-
presários do setor). Em tempos de tudo se sabe, tudo se vê, valorizar
o trabalho criado é tudo. E um canal efficientíssimo para isso é a reali-
zação de eventos que envolvam beauty artists, imprensa, influencers,
distribuidores e consumidores. Por isso mesmo, nesta edição, você verá
um Beauty Events Special mostrando que a área de beleza transforma
– muito bem, por sinal –, festas e afins, verdadeiros acontecimentos.
Para se ter uma ideia, vale uma passagem sobre o que a Alfaparf Mila-
no, a Hair Brasil, a Itallian Hairtech, a Keune, a Paul Mitchell, a Raiz
Latina, a Redken, a Revlon Professional, a Ruby Rose, a Schwarzkopf
andam fazendo neste segmento. Nós estivemos em todos eles e conta-
mos os detalhes aqui. Um sucesso de público! E falando nisso, fórmula
vencedora também é a que consegue enxergar – antes – o desejo e a
necessidade do consumidor. É o que mostramos nas reportagens que
focam a Silver Generation, as tendências em Hair & Make direto das
passarelas de moda mundiais e a (quase) revelação do Project Secret
da L'Oréal Professionell, uma revolução em lançamentos profissionais
para blondies! E a sua HM também tem mais novidades; chegam as
colunas Beauty Opinion, que abre com um texto opinativo do expert
Cesar Augusto sobre os rumos da beleza; e o Beauty For Man, coluna
fixa com tudo sobre o universo masculino, assinada pelo mega compe-
tente Wilson Weigl. Nós adoramos!

A. Stevanato *Wilson Weigl*



COLORIU? PROTEJA!

*Cor duradoura, perfeita e
luminosa por muito mais tempo*

DAILY PROTECTION
PROTEÇÃO DA COR E USO DIÁRIO

Tonifica os fios, protegendo
muito mais a cor. Preserva a umidade
natural, promove maciez e brilho.
Alto rendimento.

Disponível em 250mL e 1L.

WORLD
COMEXX
Um grupo de marcas profissionais.

11 5070-0400 - www.mediterrani.com.br
/MediterraniProfessional
#eusoumediterrani

Mediterrani
PROFESSIONAL

FALE COM SEU CONSULTOR DE VENDAS.



SUMÁRIO

Hair: The International Creative Team
Led by Mark Hayes
Make-up: Daniel Koleric
Styling: Lucie Perrier
Photographer: Benjamin Vnuk

22	BEAUTY MANIACS Eron Araújo e seu legado de sucesso	94	BEAUTY TALENTS Bruno Viana ao vivo e em cores
32	BEAUTY FOR HAIR Produtos, acessórios e outras coisinhas	100	BEAUTY TECH O futuro nas fórmulas da Enzz
35	BEAUTY BUSINESS Profissão Regulamentada	106	BEAUTY COLOR TRENDY A sofisticação da cor por L'Oréal Professionel
36	CONEXÃO INTERVIEW Schwarzkopf e a celebração dos 120 anos da marca	112	BEAUTY SPECIAL TRENDS O crescimento do Silver Hair
46	CONEXÃO BEAUTY EDITOR Produtos, técnicas, inspirações	126	BEAUTY COVER O inusitado by Bianca Van Zwieten
50	BEAUTY ASK Ácido Hialurônico no cabelo?	136	BEAUTY SPECIAL RUNAWAY Franja curta, risca marcada, look molhado
54	BEAUTY SALON Liana Lopes Beleza: a joia de Teresina	142	BEAUTY SPECIAL EVENTS 142 Alfaparf 146 Hair Brasil 152 Italian Hairtech 154 Keune 160 Paul Mitchell 166 Redken 170 Revlon
64	BEAUTY FOR MAN A estreia da coluna masculina de HM por Wilson Weigl	174	BEAUTY COLLECTIONS
68	BEAUTY SECRET L'OREAL Em primeira mão, o lançamento pró-loiras		
76	BEAUTY MONEY As maquininhas de fazer dinheiro		
90	BEAUTY OPINION A palavra de quem entende de beleza: César Augusto		

— PERFECT BLOND



Air.Libre:
consistência ideal para técnicas freehand (clareia até 5 tons sem papel ou até 7 tons com papel).

Blanc.Blond:
proporciona clareamento de forma rápida até 7 tons. Fórmula Dust-Free.

8x Powder:
pó para proteção extra dos fios durante serviços de coloração e descoloração (rende 40 aplicações).

O Protocolo do Louro Perfeito!

USE!
Apaixone-se!
♥ POSTE!



trushair | trussprofessional

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com





ANO II / #15
Junho / Julho 2018

Deise Garcia
Publisher
deise@hmemrevista.com.br
@deisegarcia

Jefferson Stevanato
Publisher
stevanato@hmemrevista.com.br
@jeffstevanato

Ennio Nascimento
Diretor de arte
ennio@hmemrevista.com.br

Cristiane Dantas
Editora
crisdantas@hmemrevista.com.br

Diogo Micheletti
Gerente de Negócios
diogo@hmemrevista.com.br

Zezinho Divanah
PR- Relações Públicas
zezinho@hmemrevista.com.br
@zezinhodivanah



contato@hmemrevista.com.br
Rua Major Prado, 64
Moema - São Paulo- SP
CEP 04517-020
Tel: (11) 3624-5386 / 3624-5710

Tiragem: 15 mil exemplares

HM em revista é uma marca registrada no INPI sobre o processo 910117276 de propriedade de Jefferson de Oliveira Stevanato Eventos e Produções ME.

HM é uma revista bimestral voltada para profissionais de beleza. Assinaturas e edições anteriores podem ser adquiridas em nossa loja virtual www.assinehm.com

Esta publicação não se responsabiliza por ideias e conceitos emitidos em artigos, entrevistas ou matérias assinadas que expressam apenas o pensamento de seus autores. O seu conteúdo editorial não estabelece nenhum diagnóstico de tratamento fazendo a prescrição de algum produto ou serviço.



ASSINATURAS E
EDIÇÕES ANTERIORES

www.assinehm.com

Edição 15: R\$ 29,90 / Assinatura 1 ano: R\$ 150,00



VISITE NOSSO SITE E PARTICIPE DE
NOSSAS REDES SOCIAIS

www.hmemrevista.com.br

[/hmemrevista](https://www.facebook.com/hmemrevista) [/hmemrevista](https://www.instagram.com/hmemrevista)

#HMTeam



SHAMIA SALEM
Editora



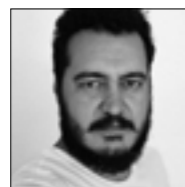
MARIA CECÍLIA PRADO
Editora



NICOLE RAMALHO
Editora



WILSON WEIGL
Editor



SHAMIA SALEM
editora



MARIA CECÍLIA PRADO
editora



NICOLE RAMALHO
editora

Diga "Oi" ao INFUSION
e ao NIGHT SPA...



A nova era em
tratamentos capilares
com a exclusiva **Cera
Vegana dos Andes.**

INFUSION:
uso profissional

NIGHT SPA:
home care
tratamento
noturno

...e "Adeus" ao cabelo danificado!

USE!
Apaixone-se!
♥ POSTE!

[f](https://www.facebook.com/trusshair) [i](https://www.instagram.com/trusshair) [yt](https://www.youtube.com/trusshair)
trusshair | trussprofessional

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com





A Nova Era em Cuidados Diários para seu cabelo!

• RESISTÊNCIA • ELASTICIDADE • RECONSTRUÇÃO • SELAMENTO PROTETOR

NOVO



INFUSION

SHAMPOO

100% VEGAN BASE
HI TECH + ORGANIC ACTIVES

• Strength • Elasticity • Reconstruction
• Protective Layer to Seal Cuticles

100% BASE VEGANA
HI TECH + ORGANIC ACTIVES

• Resistência • Elasticidade
• Reconstrução
• Selamento Protetor

TRUSS

300ml
10.14 FL. OZ.

INFUSION

CONDITIONER

100% VEGAN BASE
HI TECH + ORGANIC ACTIVES

• Strength • Elasticity • Reconstruction
• Protective Layer to Seal Cuticles

CONDICIONADOR
100% BASE VEGANA
HI TECH + ORGANIC ACTIVES

• Resistência • Elasticidade
• Reconstrução
• Selamento Protetor

TRUSS

300ml
10.14 FL. OZ.

100% BASE VEGANA

A diversidade faz a nossa cabeça.
Um de nossos cuidados fará a sua!

USE!
Apaixone-se!
♥ POSTE!



trushair | trussprofessional

NOS MELHORES SALÕES DO MUNDO

www.trussprofessional.com

TRUSS
PROFESSIONAL

ERON ARAÚJO.

QUANDO O ARTISTA E O
EMPRESÁRIO SE ENCONTRAM

Com um dos cortes mais valiosos do Brasil e 27 anos de experiência como cabeleireiro, o dono do EA Creative Salon acredita que essa junção de talentos é essencial para quem quer comandar a própria carreira e não ser explorado por investidores





FAÇA A CLIENTE DAR VALOR AO SEU TRABALHO “Só assim para ela entender que R\$ 495 por um corte não é gasto, é investimento. Para garantir esse entendimento não posso me limitar a oferecer um cafezinho e um bom corte. Isso não funciona mais. Hoje, o que vale é entregar uma consultoria de beleza completa, criar um visual personalizado e garantir que ele possa ser administrado sem estresse no day by day. Se a estratégia dá certo? Acredito que sim pelos cerca de 25 cortes diários que faço durante a semana e os 35 aos sábados.

NÃO SE LIMITE A SER UM GRANDE ARTISTA O profissional que fecha os olhos para a administração tem enormes riscos de ser enganado – e o que não falta é investidor achando que cabeleireiro é uma mina de ouro, pronto para ser explorado até a última gota de sangue. Confesso que a minha primeira experiência como empresário foi desgastante, tanto que rompi com os sócios do Blend, o salão que abri assim que saí do Studio W. Só enxerguei rápido que aquele não era um bom negócio porque vim com um background bem legal do W, onde eu era praticamente uma pequena empresa, já que era responsável por gerenciar minha equipe de 10 assistentes.

TENHA PONTUALIDADE BRITÂNICA Fico passado em ver que ainda tem profissional que acha que a mulher vai ao salão com todo o tempo do mundo. Gente, essa cliente não existe mais, ela desapareceu e levou junto a que vinha fazer só uma escovinha várias vezes na semana! Tempo é o bem mais precioso da atualidade, as pessoas têm pressa, precisam ser atendidas pontualmente no horário marcado. Para garantir que isso seja respeitado, sou superexigente em termos de organização com a minha equipe e não permito overbooking na agenda. Claro que em tempos de crise financeira é complicado falar não aos encaixes, mas é melhor perder um atendimento do que uma cliente por não ter tempo de atendê-la com a qualidade de sempre.

NÃO PERCA DE VISTA O RUMO DA SUA CARREIRA Isso acontece quando a gente foca apenas nos ganhos e em cumprir a agenda do dia. Como sempre acreditei que isso é pouco para ser feliz, mantive o hábito de volta e meia parar para refletir sobre o caminho que estou tomando como profissional. Foi assim que, depois de sete anos no C.Kamura, percebi que estava ficando fashion demais. Então, abri mão de uma supercartela de clientes, de um



“

Minhas conquistas não aconteceram da noite para o dia, elas foram fruto de muito trabalho. Prova disso é que tenho 27 anos de experiência e demorei metade deles para construir uma carreira sólida e, finalmente, começar a ganhar dinheiro”

”

belo salário e de trabalhar ao lado do meu querido Celso para seguir para o que me dá prazer até hoje, que é o lado mais comercial do trabalho como cabeleireiro. Foi assim que acabei parando no W, onde também tive ótimas conquistas.

DEIXE AS NOVIDADES E OS DESAFIOS TE MOVEM Sem eles, a vida fica monótona, e isso impacta na criatividade, que é a ferramental de trabalho mais essencial para um cabeleireiro. Mas é importante não fazer nada por impulso, já que nem sempre dá para voltar atrás; e também garantir uma boa reserva financeira para se manter até que a nova aposta decole. Eu mesmo só tive sucesso ao sair do W para realizar o sonho de ter meu próprio salão, o Blend, porque fiz um bom pé de meia e clientes fiéis, que me seguiriam para onde quer que eu fosse.

NÃO DEIXE APENAS O DINHEIRO INDICAR O SEU NORTE E nem só o coração, claro. Acredito firmemente nisso porque mesmo recebendo uma proposta tentadora da TRESemmé em 2011, a neguei porque naquele momento queria canalizar toda a minha energia para fazer o recém-aberto Blend acontecer. Foi a melhor decisão que tomei, porque o salão realmente se tornou um sucesso e, três anos, depois a TRESemmé voltou com oferta ainda mais interessante, em que eu teria uma participação superativa nas estratégias da marca. Nes-

tes quatro anos de parceria, ajudei a criar produtos, assinei desfiles na Nova York Fashion Week e posei como garoto-propaganda em 22 países, ganhando uma visibilidade maravilhosa, que trouxe convites incríveis, como o de desenhar o curso de pós-graduação para a Universidade Cruzeiro do Sul que até dermatologistas se interessaram em fazer!

DEIXE SEUS FUNCIONÁRIOS VOAREM Achei fácil sair do Studio W, mas, no Blend, por estar ‘do outro lado do balcão’, tomei um baque com a ida do Romeu Felipe para outro salão. Confesso que precisei de tempo e de maturidade para digerir a perda daquele grande artista e entender que, assim como eu, ele também tinha o direito de buscar novos desafios. Outra lição muito importante que tirei dessa história é que para sobreviver às naturais perdas na equipe nenhum negócio pode depender de uma única estrela, precisa ter estratégia financeira, capital de giro e um ótimo plano de marketing. O Blend não tinha, e fechou pouco tempo depois que saí de lá.

NUNCA PARE DE ESTUDAR Além de me atualizar constantemente como cabeleireiro, procuro fazer cursos em outras áreas para sair um pouco da caixinha. Nessas, já fiz estudo de moda francesa, que jogou mais luz sobre a minha criatividade, e marketing de atendimento na Disney, onde aperfeiçoei minhas técnicas de receber a cliente.



“O Kamura me descobriu”

A carreira de Eron Araújo começou aos 20 anos, mas já aos 12 ele ensaiava nas bonecas da irmã que queria ser cabeleireiro. “Os cortes eram feitos debaixo da cama, para evitar represálias”, brinca ele, que nasceu em Maceió, Alagoas, veio pequenininho para São Paulo, aos quatro anos de idade, e adorava ver a mãe tingindo os fios com uma escova de dentes e uma sacola de supermercado nas mãos. “Era uma pobreza danada, mas a gente se divertia”, lembra.

A sorte mudou em 1994, quando ele trabalhava num salãozinho de bairro, na Vila Mariana, onde atendia a diretora de uma escola. “Ela só passava ali para fazer escova, porque na cor e no corte só o Celso Kamura podia botar a mão. Até que ele precisou viajar às pressas e ela teve que retocar a raiz comigo. Quando viu o resultado, o Celso quis conhecer quem mexeu no cabelo da cliente. Lembro até hoje dele chegando no salão com um Escort conversível, cabelão até o bumbum, perguntando por mim. Aceitei na hora a oferta para trabalhar com ele, onde aprendi demais e me moldei muito como profissional”, conta Eron.

Lançamento

+10 novas cores

agora você tem
74 cores para
explorar seu
talento!




infinitas
combinações



conheça
também
nossa linha
completa

ESCOLHA A
MAQUININHA
IDEAL PARA O
SEU SALÃO
E GOLEIE A
CONCORRÊNCIA



GRACINHA

CONEXÃO COM CELULAR
VIA BLUETOOTH ✳

CELULAR OU TABLET
IOS-ANDROID

APENAS
12x
R\$ **4,99**
À Vista por: R\$ 59,88
+ FRETE GRÁTIS



STANDARD

COMPROVANTE POR SMS+
CHIP MULTIOOPERADORAS

APENAS
12x
R\$ **39,90**
À Vista por: R\$ 478,80
+ FRETE GRÁTIS



PRO
WIFI+IMPRESSORA+
CHIP MULTIOOPERADORAS

APENAS
12x
R\$ **64,90**

À Vista por: R\$ 778,80
+ FRETE GRÁTIS

MARQUE UM
GOLAÇO
NESSA
COPA!

BANDEIRAS
ACEITAS



EM BREVE:



 **ORUSPAY**

4003-1063

WhatsApp: 11 97450-7600
www.oruspay.com.br

 ORUSPAYOFICIAL  ORUSPAY



LANÇAMENTO
Hair Brasil
profissional

Prancha Tutti 420F, LION.
Desenvolvida para trabalhar com alta temperatura (215°C) e rápido aquecimento, agiliza o trabalho do profissional. Com a distância menor entre o corpo e o perfil a prancha alisa desde a raiz. Destaque também para o cabo giratório que traz maior mobilidade. O produto é bivolt automático e está disponível em duas cores: Verde e Rosa.
SAC 0800 777 0477 | sac@liondobrasil.com.br | www.liondobrasil.com.br



LANÇAMENTO
Hair Brasil
profissional

Prancha Charm Air, MALINA.
Chapinha profissional com apenas 230g e mais de 11 tecnologias embutidas. Entre elas, o infravermelho, que sela as cutículas dos fios, deixando-os mais resistentes à umidade e o "Intelligence Programm", que programa o desligamento automático da prancha, diminuindo riscos de acidentes e economizando energia.
www.malinabeauty.com.br



LANÇAMENTO
Hair Brasil
profissional

Prancha Iduna, MQ.
O equipamento traz micropartículas de óleo de Argan infiltradas nas placas de cerâmicas, hidratando ao mesmo tempo que alisa os fios. A promessa é o fim do cabelo ressecado pós uso do aparelho para alisamento ou cacheado.
www.mqhair.com.br



LANÇAMENTO
Hair Brasil
profissional

Keration, GA.MA Italy.
Linha com chapinhas e secadores com a tecnologia Micro Glitt Tech, que protege a queratina natural do cabelo, evitando que ela se desgaste. Segundo a empresa, essa tecnologia proporciona brilho, ameniza o frizz e, no caso dos secadores, são combinados com a 3D Therapy, que reconstrói e combate o envelhecimento precoce dos fios.
SAC 0800 7744262



LANÇAMENTO
Hair Brasil
profissional

Secador Fox Íon 3 Soft Black, TAIFF.
O lançamento, que vem na cor preto fosco, é mais leve em relação aos demais itens, aliando alta tecnologia e desempenho do motor FF10 e potência de 2200W, além de sua qualidade e eficiência. Com design sofisticado, o secador também TEM íons negativos e cerâmica, proporcionando cabelos disciplinados, sem frizz, com muito mais brilho e maciez. Conta ainda com tampa traseira magnética, exclusiva TAIFF, facilitando a retirada e limpeza do equipamento.
SAC 0800-171655



LANÇAMENTO
Hair Brasil
profissional

Melody Silencer, Parlux.
Silenciador que, quando acoplado aos secadores, reduz em até 40% os ruídos provocados pelo aparelho.
SAC (11) 2081-1681



LANÇAMENTO
Hair Brasil
profissional

Chapa Ruby, TAIFF.
Criada para garantir efeito liso intenso, conta com exclusiva tecnologia Max Slider - revestimento espelhado, que desliza facilmente e conta com superfície mais uniforme. Bivolt, oferece ótima performance da alta temperatura, atingindo 210°C, proporcionando brilho intenso aos fios.
SAC 0800-171655

Camaleonte, MALETTI.
Móvel made in Italia, traz a tecnologia de massagem incorporada e a possibilidade de abrir o assento para inspeção e limpeza da estrutura, facilitando a manutenção e aumentando a vida útil de um equipamento tão usado no dia a dia do salão. O Camaleonte tem estrutura em aço inoxidável, espuma de poliuretano injetada, braços de alumínio polido, cuba de cerâmica basculante, apoio de pernas elétrico e acabamento em couro ecológico.
www.maletti.com.br



LANÇAMENTO
Hair Brasil
profissional

COLEÇÃO AURA BOTÂNICA, KÉRASTASE

Oferece cuidados naturais para os cabelos cresceu! E traz agora novos produtos e rituais personalizados. A fórmula maravilhosa mantém a inconfundível fragrância e o conceito de utilizar apenas ativos naturais:

- ▶ **Óleo de Argan Marroquino:** penetra mais profundamente na fibra
- ▶ **Óleo de Castanha-do-Pará da Amazônia Peruana:** penetra mais profundamente na fibra, proporcionando nutrição duradoura com zero peso
- ▶ **Manteiga de Murumuru da Amazônia:** penetra instantaneamente nos cabelos espessos e cacheados para facilitar o penteado sem deixar os fios pesados
- ▶ **Óleo de farelo de Arroz Tailandês:** protege a fibra, garantindo um toque macio e natural e um brilho saudável e duradouro
- ▶ **Extrato de Aloe Vera Mexicano:** reveste e hidrata a fibra, oferecendo uma camada de proteção contra agressores externos
- ▶ **Óleo de Coco Samoano:** permanece por mais tempo na superfície da fibra.

Além dos cosméticos, chegam também os novos rituais de tratamento. Todos para conferir brilho, maciez, leveza e movimento aos fios.

SAC 0800 701 7237

34



BAIN MICELLAIRE RICHE

Shampoo rico em nutrição. Oferece 48 horas de toque macio natural e brilho saudável. Age como um escudo antipoluição e torna os cabelos mais maleáveis.

Ativos orgânicos: Óleo de Castanha-do-Pará. Óleo de Farelo de Arroz Tailandês. 96% de ingredientes de origem natural. Sem Sulfato. Sem Silicone. Sem Parabenos.

EAU DE VAGUES

Leave in com efeito praia, textura Bruma para secagem natural ou com secador. Proteção térmica de até 230°C.

Ativos orgânicos: Açúcar Paraguaio. Aloe Vera Mexicano. 99% de ingredientes de origem natural. Sem Sal. Sem Álcool. Sem Silicões. Sem Parabenos.

CRÈME DE BOUCLES

Leave in para definição de cachos, textura creme. Contorna e define cachos sem rigidez. Proteção anti-frizz e brilho saudável. Proteção térmica de até 230°C.

Ativos orgânicos: Manteiga de Murumuru da Amazônia e Aloe Vera Mexicano. 98% de ingredientes de origem natural. Sem Silicões. Sem Parabenos.

LAIT DE SOIE

Controle de frizz, movimento natural, finalização suave, sedosa e brilhante. Ideal para secagem natural ou com secador. Proteção térmica de até 230°C.

Ativos orgânicos: Óleo de Argan Marroquino. Óleo de Coco Samoano. 99% de ingredientes de origem natural. Sem Silicões. Sem Parabenos.

PROFISSÃO REGULAMENTADA

Dia 3 de abril de 2018 entrou em vigor a lei 13.643, que regulamenta o exercício das profissões de Esteticista, que compreende o Esteticista e Cosmetólogo, e de Técnico em Estética, cujo foco principal é a capacitação e certificação destes profissionais. No dia 25 de maio de 2016 entrou em vigor a lei municipal do Rio de Janeiro que torna obrigatória a afixação de comprovante de capacitação profissional de tosador e banhista nos estabelecimentos de higiene e estética de animais domésticos, popularmente conhecidos como “Pet shops”.

Lendo estas duas leis, me pergunto: “E cabeleireiro? E manicure? Estes profissionais são menos importantes? ”. Em vários países do mundo, para que um profissional de beleza possa exercer a sua atividade profissional, a comprovação de estudo é lei. Nos Estados Unidos, por exemplo, o profissional deve estudar em uma academia de beleza e depois prestar uma prova teórica em um órgão do governo. Dependendo do estado norte-americano, poderá ser exigida uma prova prática também. Sendo aprovado, o profissional irá obter uma licença do governo, que deverá ser renovada anualmente.

No Brasil, as Normas Técnicas para salões de beleza publicadas pela ABNT já preveem a capacitação dos profissionais de beleza. Na Norma Técnica de Boas Práticas consta que o profissional deverá ter o ensino médio e concluir uma carga horária mínima de 480h para cabeleireiro, por exemplo. Na Norma Técnica de Competências, da qual tive a honra de coordenar, consta o conteúdo programático mínimo destas 480h. Nas Normas Técnicas aparecem também o mesmo detalhamento para as profissões de assistente de cabeleireiro, manicure e maquiador.

Importante ressaltar que as Normas Técnicas foram elaboradas em parceria com vários salões brasileiros em diversas capitais, como São Paulo,

Rio de Janeiro, Macapá, São Luiz, entre outras. Vale lembrar que este é um assunto de saúde pública, pois os profissionais manipulam produtos químicos, alicates, entre outros. Preocupada com este assunto, a ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária – já está trabalhando também em Normas Técnicas que serão encaminhadas para as Vigilâncias Sanitárias, que estão subordinadas às Secretarias de Saúde Municipais. Em breve os fiscais irão cobrar os certificados dos profissionais de beleza. E logo teremos também uma lei federal, semelhante à 13.643, que irá exigir a certificação dos profissionais de beleza nos salões de beleza. Quem já for comprovadamente um profissional de beleza com anos de carreira, provavelmente obterá um certificado automaticamente, emitido pelo sindicato local. Quem quiser ingressar na profissão, a comprovação de estudo será obrigatória. As clientes agradecem!



Richard Klevenhusen / Formado em Administração de Empresas pela PUC-RJ, com pós-graduação em Gestion Efficace pelo INSEAD (França), trabalhou 25 na indústria cosmética, foi dono de 2 salões de beleza com 110 empregados, participou ativamente na sanção da Lei Salão Parceiro e publicação das Normas Técnicas para Salões de Beleza. Atualmente é conselheiro da ABSB e sócio do Grupo Paradiso, consultoria especializada no setor da beleza para serviços e indústria cosmética.

Schwarzkopf Professional: a (RE)invenção de 120 anos em um!

Não é toda empresa que pode se dar ao luxo de ter mais de um século de vida e, melhor ainda, atravessar década a década, ano a ano, atenta com o que o mercado precisa e pede. Também não é para qualquer um conseguir se manter no coração do hairdresser – que tem à disposição milhares de produtos – e conquistar mais do que usuários, verdadeiros fãs. Pois a Schwarzkopf Professional traz exatamente isso na sua história centenária. E não para por aqui – muito pelo contrário. De espírito jovem e guiada pelo amor à beleza profissional, ela prepara muitas novidades. Quem nos conta tudo, em entrevista exclusiva, é **Mauricio Gonzalez**, Gerente Geral da marca



HM / Durante o último ano, a marca lançou mais produtos do que os anos anteriores – ao menos fez mais alarde sobre eles. Isso significa que, apesar das mudanças do setor de beleza, tudo segue muito bem, obrigado?

MAURICIO GONZALEZ / Nosso mercado é muito dinâmico. Para cumprir nosso objetivo de sermos o parceiro número 1 dos cabeleireiros precisamos inovar constantemente, melhorar nossas fórmulas e trazer ao mercado lançamentos que possibilitem novas criações e serviços – com o compromisso de evitar qualquer dano aos cabelos. Esse é um compromisso nosso. Reinventar os cabelos sempre – independentemente de humores do mercado. Estamos muito entusiasmados, porque 2018 será um ano de lançamentos que irão revolucionar nossa marca. Trata-se da celebração de nossos 120 anos no mercado, então, com certeza será um ano de renovação para a Schwarzkopf Professional. Vamos ter um ano com muitos novos produtos importantes. Com a plataforma IGORA #RoyalTakeOver teremos três novas coleções de coloração co-criadas por influentes e renomados coloristas do mundo. A primeira coleção é a DUSTED ROUGE, que traz vermelhos sutis até os mais profundos, e foi co-criada pelo embaixador brasileiro da marca Jean Philippe (@phjean) e Lesley Jennison (@lesleyjennison), embaixadora global de cor da Schwarzkopf Professional. IGORA #RoyalTakeOver também lança mais uma co-criação: DISHEVELED NUDES, que traz tons de nudes suaves, e ao mesmo tempo ousados, desde louros dourados até louros claríssimos e mais frios. Também temos uma novidade para as cacheadas. Em junho, lançamos uma nova marca da Schwarzkopf Professional – Mad About Curls – com um portfólio completo de produtos para tratamento de cachos, com shampoo, condicionador, máscara, creme de definição, e leite de controle. Ainda no segmento de tratamento, estamos lançando a nova marca Goodbye Yellow, com shampoo para desamarelamento dos fios louros e brancos.

O Brasil tem correspondido ao investimento feito? É um mercado que pode ser chamado de “case de sucesso” da marca? Por quê?

O Brasil é um país foco para a marca. Temos um mercado de beleza imenso – o quarto maior do mundo – e um potencial de crescimento incrível. Temos tido êxito no objetivo de fortalecer nossa marca localmente e sermos vistos como parceiros chave para os profissionais da beleza. Exemplo de nosso fortalecimento no Brasil foi no ano passado, ter saído daqui o vencedor mundial do concurso BLONDME, o Alex Mendes (@newalexmenes) que criou um look incrível utilizando produtos BLONDME e ganhou um curso em Los Angeles com o embaixador global de BLONDME, Kim Vo. Além disso, temos muito orgulho de termos atraído os melhores profissionais brasileiros como nossos embaixadores. Eles adoram e estão engajados em promover a marca, por também serem apaixonados por cabelos. Entre eles, Jean Phillippe um dos co-criadores da coleção IGORA ROYAL DUSTED ROUGE, com seis tons de ruivos lindos. Um profissional criativo e inspirador que chamou a atenção da marca no mundo todo. Esses pontos nos mostram que estamos no caminho certo para sermos parceiros número 1 dos profissionais de beleza.

O olhar da marca sempre foi muito atento ao quesito educação - mesmo quando quase nenhuma outra levava o tema muito a sério. Vocês seguem na mesma linha? Qual a importância da educação para vocês?

Definitivamente, Educação é um dos nossos pilares – junto com Inovação, por meio da tecnologia de ponta que desenvolvemos pensando em novos serviços para os cabeleireiros, e Inspiração, quando traduzimos para looks as tendências de moda e comportamento. Desde 2004 contamos com a ASK em São Paulo, nossa academia para formação e atualização de profissionais da beleza, além de uma equipe técnica em todo o País para disseminar o conhecimento. É por meio da Educação que conseguimos garantir uma par-



ceria duradoura com os profissionais, apresentando nossas ferramentas, tecnologias, garantindo a aplicação apropriada de nossos produtos, e principalmente inspirando-os a criarem looks incríveis que deixem os cabelos sempre saudáveis, macios, brilhantes e fortes.

Os grandes mercados consumidores - como China e Rússia - estão cada vez mais exigentes em termos de produtos. O Brasil se encaixa na mesma categoria?

Com certeza. Atualmente, as tendências são rápidas e globais. Temos influências surgindo das redes sociais, internet e não levam mais uma temporada inteira para cruzar o oceano. Assim, os consumidores brasileiros logo desejam os mesmos looks de influenciadores e celebridades globais e os profissionais devem estar prontos para reproduzi-los. O consumidor brasileiro é também muito bem informado sobre novos produtos e por isso, deseja e exige produtos de alta qualidade. Além disso, o Brasil é um país diverso e multicultural. Logo, os profissionais daqui devem estar preparados para tratar, manter, colorir e finalizar todos os tipos de cabelos. E estamos ao lado deles nesse desafio, oferecendo tecnologia, educação e inspiração.

O que nos difere - como consumidores - da experiência da marca em outros países?

A diversidade brasileira. Um cabeleireiro brasileiro cuida em seu salão de cabelos orientais, afro, ondulados, cacheados, ruivos, louros. Essa experiência multicultural é muito frutífera para nossa criatividade. Além disso, a Schwarzkopf Professional tem algo em comum com os brasileiros: somos apaixonados por cabelos.

O profissional brasileiro é visto como extremamente criativo e menos técnico. Vocês têm qual opinião sobre nossos artistas?

Realmente, o cabeleireiro brasileiro é muito criativo. Ao mesmo tempo, cada vez mais, notamos uma profissionalização e uma preocupação dos cabeleireiros em se manterem atualizados, quanto a técnicas, produtos e tendências, além da gestão de negócios, marketing digital etc. O mercado brasileiro é muito competitivo, os clientes muito exigentes e por isso, para se destacarem, os profissionais têm se dedica-

do mais aos estudos e temos visto profissionais com técnica de excelência. Não é à toa que saiu do Brasil o co-criador de uma de nossas coleções mundiais e o vencedor do concurso global BLONDME.

As coleções da marca sempre foram vanguardistas, lançadoras de tendências. Como seguir com esta pegada em um mundo globalizado e com diversidade tão ampla de gostos e costumes?

É justamente o mundo globalizado e tão diverso que nos inspira. É isso que gera tendências e faz com que elas se disseminem mais rápido. Em junho, realizamos o Essential Looks, em Los Cabos, México. Neste evento, mostramos anualmente como a moda e o comportamento se traduzem em tendências para coloração e finalização nos cabelos. As quatro tendências apresentadas são vanguardistas, urbanas, e valorizam a diversidade. A primeira delas é o RANDOM REBEL, que celebra a rebeldia, a ousadia, uma cultura outsider. Traz um visual de alto impacto, com cabelos em colorações vibrantes, roxa e coral, e estilização com texturas exageradas. Já o REAL ME reflete o autêntico, o natural. A tendência abre caminho para cabelos com tons naturais, nude e frios. Um visual de contraste entre claro e escuro para emoldurar o rosto, com finalização com poucos detalhes. A terceira tendência é o BEYOND BORDERS que traz uma mistura multicultural. Para os cabelos, isso se reflete em mega cachos com muito volume, reflexos contrastantes, que criam um look de iluminação extra, com tons de carmim e dourados. E por fim, celebrando nossos 120 anos, apresentamos também nossa coleção IGORA #RoyalTake-Over. Pela primeira vez, abrimos os laboratórios da IGORA para que seis influentes coloristas criassem três coleções de tons. Ao longo de 2018, serão três coleções que lançaremos. A primeira é Dusted Rouge com uma gama sofisticada de vermelho, dos mais sutis aos mais profundos. Essa coleção foi cocriada pela inglesa Lesley Jennison e pelo brasileiro Jean Phillippe. A segunda é Dishevelled Nudes que traz uma paleta de seis novos tons de nudes - de louros dourados até super claros e mais frios. Essa coleção é uma cocriação do australiano Matt Clements, e do espanhol Jorge Cáncer. A terceira ainda será lançada e logo vocês saberão mais.





“Estamos muito entusiasmados, porque 2018 será um ano de lançamentos que irão revolucionar nossa marca. Trata-se da celebração de nossos 120 anos no mercado, então, com certeza será um ano de renovação para a Schwarzkopf Professional”

Vocês têm pregado a “co-criação” artística de linhas e produtos (vide a coleção de ruivos). Qual a proposta e a estratégia por trás disso?

Nossa estratégia é unir profissionais renomados de diversos lugares do mundo, para trabalharem juntos, dialogando sobre o que os inspira e o que suas clientes buscam. Com essa iniciativa IGORA #RoyalTakeOver, abrimos pela primeira vez as portas do nosso laboratório para profissionais renomados, influentes e criativos. Temos muito mais do que uma série de novos tons da marca. Temos uma plataforma para a criatividade dos profissionais do mundo todo, que estimula a colaboração e a diversidade.

O que podemos esperar de vocês para 2019 em termos de lançamentos?

Vamos manter o ritmo de lançamentos. Teremos muitas novidades nos segmentos de coloração e tratamento. Em 2018, estamos lançando as três coleções de IGORA #RoyalTakeOver; duas marcas novas: MAD ABOUT CURLS e GOODBYE YELLOW. Além disso, também estamos trazendo ao mercado, a linha BC Scalp Genesis, sistema que combate o estresse capilar e ajuda a combater os seus desequilíbrios, enquanto cria um efeito detox no couro cabeludo. A linha traz produtos purificadores, anti-oleosidade, anticasca e antiqueda. E tem mais novidades por aí.

Como anda o approach com os cabeleireiros? Podemos esperar novos embaixadores?

O nosso approach com os cabeleireiros é uma tarefa que construímos de forma contínua. Nós trabalha-

mos sempre com foco no nosso modelo de negócios que chamamos de Customer Centric Business Model, no qual procuramos sempre em parceria, colocarmos o cliente no centro de tudo o que fazemos. Esse ano lançamos um novo projeto que chamamos de Heroes, no qual trabalhamos bem próximos a um grupo seletivo de profissionais de todo Brasil para envolver eles na implementação dos lançamentos, eventos e atividades educacionais do ano. O intuito é sempre trabalhar de forma colaborativa para entender os insights, a real necessidade deles e assim termos uma relação onde as duas partes se beneficiam.

As vendas de produtos em lojas de salão foram impactadas pelo comércio eletrônico ou criação de quiosques para venda direta. O que muda para vocês na revenda?

O comércio eletrônico é mais um canal para nos aproximarmos de nossos clientes, sejam os profissionais ou consumidores finais que buscam nossas linhas de tratamento e finalização. Acreditamos que sejam canais complementares e todos de grande importância para nosso negócio. A venda no salão é muito mais especializada e feita de forma consultiva para a cliente. Enquanto, o comércio eletrônico aumenta nossa capilaridade para todo o País.

Quais os pilares que norteiam e definem a marca?

A Schwarzkopf Professional tem como pilares: o apoio aos profissionais da beleza, a conexão, com uma comunicação digital contínua, a inovação, a educação e a inspiração. São esses três itens que levamos para nossos clientes e que norteiam nosso trabalho. ❏

O que é a arte se não um estado de ser?



MASK WITH VIBRACHROM™
É O NOVO SISTEMA DE COLORAÇÃO COM
AGENTE CONDICIONANTE, BRILHO EXTRA E LONGA DURAÇÃO
GRAÇAS AO ESPÍRITO INOVADOR DOS LABORATÓRIOS DAVINES
QUE COMBINA NATUREZA COM AS MAIS RECENTES
TECNOLOGIAS DO MUNDO TÊXTIL E COSMÉTICO.



ARQUIVO PESSOAL

Mister transformação

O beauty artist Fernando Torquatto, embaixador global de L'Oréal Professionnel e diretor criativo do FT Studio, fala sobre seu trabalho: criar looks inesperados – e muito desejáveis – para personagens de novelas e séries



Em um país onde novelas são campeãs de audiência e atrizes da TV têm status de estrela, assinar uma mudança de look é uma responsabilidade daquelas. Fernando Torquatto, no entanto, parece ter encontrado o caminho para exercê-la com tranquilidade. Desde 2003, quando iniciou sua colaboração com a Rede Globo e desenvolveu a caracterização de beleza dos personagens da novela **A Cor do Pecado**, o beauty artist coleciona sucessos. Em meio aos acertos finais de mais uma leva de transformações – de belas como Giovanna Antonelli, Deborah Secco, Nanda Costa e Adriana Esteves, que estão em **Segundo Sol**, nova trama das nove –, Fernando abriu espaço em sua corrida agenda para me contar como é idealizar e realizar esse tipo de obra. Desafios, bastidores e pontos altos dessa trajetória, você confere agora.

MARIA CECÍLIA PRADO PARA HM EM REVISTA: Logo na sua primeira novela, você criou um look de destaque: o de Giovanna Antonelli, que surgiu loira e de fios curtos após ter estourado com o cabelo escuro e longo. Não teve receio de ser tão ousado?
FERNANDO TORQUATTO: Quando fui chamado para integrar a equipe de caracterização, fiquei pensando que precisava desenvolver um visual muito diferente para Giovanna, já que o cabelo usado nas histórias anteriores (**O Clone** e **A Casa das Sete Mulheres**) era marcante. Naquela época, tinha nas mãos uma referência de um corte lindo da atriz americana Meg Ryan. Decidi arriscar e seguir esse caminho com a Gió, inclusive em relação à cor – mantive um fundo escuro, mas clareei bastante o comprimento e as pontas. Deu certíssimo, o que foi um estímulo para continuar investindo em propostas impactantes.

MCP/HM: No mesmo ano, assinou outra mudança de sucesso, a da vilã Laura (Claudia Abreu), em Celebridade. Começou com o pé direito, né?
FT: Nessa novela eu não assinei o trabalho inteiro, fiz só a transformação da Laura quando ela deu um golpe e ficou poderosa. Trocamos o cabelo mais baquinho por um repicado bem Gisele Bündchen. A



L'Oréal Professionnel Mythic Oil e Diacolor Richeesse Milk Shake, 0800 7017237



Catwalk by Tigi Curls Rock Amplifier, 0800 7253015

L'Oréal Professionnel Wild Stylers Beach Waves, 0800 7017237



Corte no estilo blunt e comprimento loiríssimo: mais uma mudança de impacto para Giovanna Antonelli. FERNANDO TORQUATTO



DIVULGAÇÃO

Para Deborah Secco, um visual solar. O tom caramelo dourado iluminado realça a beleza da atriz. FERNANDO TORQUATTO.



Redken Extreme Mega Mask, 0800 7017237



L'Oréal Professionnel Shine Blonde (xampu), 0800 7017237



L'Oréal Professionnel Nutrifier DD Balm, 0800 7017237

personagem ganhou uma aparência sofisticada que repercutiu bastante. Foi, realmente, um período de caracterizações bem sucedidas.

MCP/HM: Que outras metamorfoses você incluiria na sua listinha de sucessos?
FT: A Helena de **Viver a Vida** (2009), incorporada por Taís Araújo: seus cachos tinham muito glamour. O cabelo de médio para curto de Camila Pitanga em **Paraíso Tropical** (2007) causou furor. A Carolina Dieckmann superplatinada e de franja em **Cobras e Lagartos** (2006), vivendo a vilã Leona. E, dois cabelos em **A Lei do Amor** (2016): o curtinho de Claudia Abreu e o longo volumoso de Grazi Massafera.

MCP/HM: Acho que todos têm curiosidade sobre como se desenvolve a caracterização de uma personagem. Pode contar mais sobre o processo?
FT: Ele começa assim que sai a sinopse da trama. Nela, estão incluídos os perfis das personagens, com seus traços comportamentais. A partir desse detalhamento, começo, junto com a figurinista, a esboçar a aparência de cada uma delas. Separamos referências e ideias, sentamos e definimos o que ajuda a realçar as características do papel e o que combina com o biótipo da atriz que irá interpretá-lo. Então, realizo corte e coloração em meu estúdio ou encaminho a artista para um profissional parceiro. Chegar a um bom resultado é um quebra-cabeça!

MCP/HM: Soube que ainda é preciso levar em conta o ambiente em que a atriz irá gravar...
FT: É outra questão muito importante! Às vezes, o cabelo idealizado entra em desarmonia com a parede do cenário, por exemplo. Nesse caso, não tem jeito: ou se repinta a parede, ou se repensa a imagem escolhida. Senão, não vai funcionar na tela.

MCP/HM: E a manutenção, como é?
FT: Um dos segredos para um visual de novela dar certo é você levar em conta, desde o princípio, como será o trabalho de styling nos camarins e que tipo de manutenção corte e coloração demandarão. Já vi looks incríveis desandarem durante uma trama porque eram difíceis demais de modelar entre gravações, ou de retocar na periodicidade necessária.

MCP/HM: Que tipo de conselho você, que já acompanhou tantas transformações drásticas, dá para mulheres que encararam mudanças radicais?
FT: Tratar muito, tanto o fio como o couro cabeludo. Por melhores que sejam os processos químicos atuais – e são muitas as evoluções nas fórmulas –, sempre ocorre, ainda que em grau menor, uma certa sensibilização. Usar xampus e máscaras específicos para fios coloridos ou descoloridos, protetores para a fibra e a cor e terapias que estimulem a nutrição no bulbo capilar é essencial para o cabelo ficar pronto para brilhar. Na TV ou na vida real. ❧



GUSTAVO ARAÚJO

MARIA CECÍLIA PRADO @mceciliaprado Criadora do beautyeditor.com.br Diretora do bureau de conteúdo e consultoria Imagem e Conteúdo

FAÇA SUA CLIENTE SE APAIXONAR POR SEUS CABELOS

OS KERASHAPE BEAUTIFYING HAIR PERFUMES COMBINAM A ELEGÂNCIA
DE FINAS FRAGRÂNCIAS COM OS BENEFÍCIOS DE TRATAMENTO.

COM PROTEÇÃO UV E ANTI-FRIZZ.



NOVO

KERASHAPE
LUXURY HAIR CARE

GOLDWELL.

f /goldwellbrasil
@ /goldwellbrasil

GOLDWELL.





Fórmula molecular
do ácido hialurônico

Ácido hialurônico no cabelo?

Sim, ou, para defensores da substância como a engenheira química da K.Pro, Camila Cerdeira, mil vezes sim. “De tudo o que vi na indústria cosmética, o ativo é, em termos de hidratação capilar, o que temos de mais poderoso no momento”, afirma ela. Entenda o porquê de tanto amor

1 **Você não exagera um tiquinho ao falar do poder do ácido hialurônico no cabelo? Até porque a tendência atual recai mais sobre o óleo de coco...**

Claro que não, especialmente se você lembrar que o conceito de hidratação é repor ou reter água, coisa que esse ácido faz com perfeição ao atrair moléculas de água para si. Além disso, o óleo de coco é indicado para reposição lipídica, não hídrica, como é o caso do ácido hialurônico. Mas, o mais importante de tudo isso é que esses dois ativos não se anulam, eles se completam para deixar o cabelo mais hidratado, maleável e brilhante.

2 **Dá para esperar o mesmo resultado rápido, duradouro e incrível do rosto nos fios?**

Não, o funcionamento do ácido hialurônico é totalmente diferente porque a pele é uma estrutura viva e o cabelo, morta. Enquanto na pele a substância é introduzida em seu interior, aonde vai atrair a água que já existe naturalmente no tecido para melhorar a hidratação local; no cabelo ela é colocada na camada externa do fio e depende de você adicionar a água (vinda da ducha do lavatório, da formulação do cosmético...) para que ela a capte.

3 **As moléculas do ácido hialurônico não ficam muito suscetíveis a se desprenderem da superfície do cabelo?**

Ô se ficam! Para evitar que tudo vá pelo ralo, a melhor solução é optar pelo ácido hialurônico com tecnologia HMA. Abreviação de hair microadesivagem, ela não só faz com que as moléculas grudem nos fios como também sejam liberadas gradativamente, ao longo de 24 horas, por serem nanoencapsuladas.

4 **Como escolher um produto máster no quesito ácido hialurônico?**

Infelizmente o rótulo dos cosméticos não é nem de longe parecido com o dos alimentos, ou seja, minucioso, completo. Mas, apesar das marcas não abrirem a concentração do ativo usado na fórmula, algumas descrevem na lista de ingredientes a presença do HMA hyaluronic acid ou citam se ele é micro ou nanoencapsulado.

5 **Máscara, condicionador, ampola... Qual cosmético à base ácido hialurônico tem melhor performance em fios desidratados?**

O que realmente faz diferença é como a empresa trabalhou essa matéria-prima, e não em que pote a adicionou. Daí a importância de sempre checar o rótulo, de testar o produto e apostar em marcas que você confia.



INOAR

INSPIRADA EM VOCÊ

Uma linha *vegana*,
patenteada e
revolucionária.

Infinitas possibilidades de uso.

Thermoliss® Profissional é a revolução em tratamento para redução de volume. Sua fórmula patenteada pode ser aplicada em todos os tipos de cabelo, incluindo os tonalizados, brancos, descoloridos, coloridos e naturais, com efeitos duradouros que vão do liso ao cacheado com movimento, dependendo do protocolo de aplicação.*

*Consulte sempre um profissional.



- ✓ Fórmula botânica
- ✓ Livre de crueldade animal
- ✓ Com ácidos orgânicos
- ✓ Sem corantes
- ✓ Sem parabenos



www.inoar.com

f @ inoarbrasil

Liana Lopes Beleza: A JOIA DE TERESINA

© KÁTIA BARBOSA E MARCELO BURLAMAQUI

54

Reinando há 25 anos na cidade de Teresina, Piauí, o salão ganhou sede nova há 7 anos e, desde então, se mantém como referência em bom gosto, luxo de instalações, atendimento premium e refúgio das noivas exigentes de todo o Estado.

O SALÃO LIANA LOPES BELEZA carrega o nome de sua dona, a hairstylist Liana Lopes, e foi idealizado, arquitetado e construído no estilo contemporâneo, com espaços amplos objetivando atender a mais exigente clientela. Com seus 420m² distribuídos em dois pavimentos, entre recepção, sala de espera, espaço para leitura, sala de cabeleireiro, sala de maquiagem, lavatórios modernos com massagem, salas de depilação e estética, suítes de noivas e debutantes, loja e área verde com fontes de água, é impossível de não ser notado por quem passa pelo bairro Jóquei. A equipe é formada por 16 colaboradores treinados e capacitados para o atendimento em diversas áreas e serviços oferecidos são muitos: manicure, pedicure, terapia capilar, procedimentos químicos, estética, micropigmentação, depilação e maquiagem. Além disso, tem atendimento especializado em noivas e debutantes, aluguel de acessórios para noivas, loja para venda de acessórios e cosméticos de diversas marcas.





Um espaço exclusivo e aconchegante para leitura e um bom café.



Lavatório moderno, amplo, com cadeiras massageadoras para um momento de relaxamento. O mobiliário é da Maletti.



Sala de maquiagem ampla, luxuosa e com iluminação adequada, que permite uma visão realista dos efeitos de cor.



Sala de cabeleiros espaçosa, onde a circulação se torna fácil entre clientes e cabeleiros.



▲ A loja está localizada no andar superior, e tem uma decoração bem romântica, sendo muitas vezes cenários para várias fotos.



❑ A escadaria é a queridinha dos fotógrafos no dia de noivas.



▲ A sala de maquiagem do andar superior é mais voltada para noiva e debutantes, onde a iluminação e o espaço são perfeitos para fotografia.

❑ Área verde aberta voltada para sala de cabeleiros, onde a iluminação natural é imprescindível para alguns trabalhos.



☑ Suítes de noivas em cores mais vibrantes, que realçam bastante as fotografias.



☑ Sala de estética, com paredes claras e móveis de madeira, para momentos de relaxamento.



☑ Suítes de noivas com decoração clássica e clara em tons mais neutros.

PAUL MITCHELL

PAUL MITCHELL the color
XG
Permanent Cream Hair Color

A venda nos melhores salões do Brasil

the color XG - Série Matte

Desenvolvida na Itália, por experts em cores para cabelo, essa coloração permanente fácil de usar oferece a perfeita fusão entre performance e resultados previsíveis.

100% cobertura de brancos

- Cores intensas que oferecem cobertura incrível, mesmo em brancos resistentes
- Resultados com aparência natural

GLIK Import OITO BRASIL
11 5182-9555 11 5188-0088





Recepção ampla com pé direito alto, tons neutros e bastante espelho, dando um ar bem sofisticado.

Quem é LIANA LOPES

Cabeleireira, terapeuta capilar, maquiadora e proprietária do SALÃO LIANA LOPES BELEZA. Atua na área de beleza há 25 anos, sempre se especializando no que há de melhor aqui e fora do país. Ganhou prêmios como: Master wellastrate da Wella, que deu o título de especialista em alisamento e o concurso "Talentos Senscience" pela referida marca. Especialista em penteados e produção de noivas e debutantes.



MIRRORSMOOTH

SUAVIZA. CONTROLA. BRILHO RADIANTE

Sistema comprovado que amacia a cutícula do cabelo de dentro para fora, reduz o frizz, adiciona brilho intenso e protege contra danos causados por ferramentas térmicas.

AMACIA A CUTÍCULA EM

91%

REDUZ O FRIZZ EM

67%

AUMENTA O BRILHO EM

2x

Awapuhi Wild Ginger Mirrorsmooth

TRATAMENTO HYDRATRIPLEX

TRATAMENTO ESPECIAL QUE TRANSFORMA O CABELO RESSECADO COM RESULTADOS IMEDIATOS!

SUAVIZA • CONTROLA • DÁ BRILHO

- Serviço profissional exclusivo para salões
- A tripla ação da exclusiva tecnologia HydraTriplex™ penetra profundamente nos fios deixando-os brilhantes, hidratados e controla o frizz.



GLIK Import



DITO BRASIL

11 5182-9555 11 5188-0088

JOGADA ENSAIADA

Penteados com movimento e jeitão bem natural são a grande tendência em cabelo masculino. Tanto o corte quanto o styling são planejados para obter esse visual descontraído

Sabe aqueles penteados masculinos certinhos, ajeitados, sem nenhum fio fora do lugar? Pois atualmente uma das principais tendências aponta justamente para o oposto. Estão em alta cortes que dão ênfase na textura e no movimento dos fios e deixam a impressão de que o cabelo está praticamente ao natural. Como se a gente tivesse só lavado e dado uma ajeitada no cabelo. Mas na verdade esse aspecto de movimento já é pensado no momento do corte e acentuado com uso de gel, pomada, cera e spray.

Os fios são sempre longos no topo da cabeça e baixos nas laterais, aparados com máquina, navalha ou tesoura. Para um visual mais radical, às vezes são totalmente raspados no estilo que ficou

conhecido como “undercut”. De acordo com a altura do degradê (mais baixo, perto da orelha, no meio ou no alto, perto do topo da cabeça), podem ser “low”, “mid” ou “high fade”.

Os produtos de styling, como gel, pomada, cera e spray são fundamentais para se obter o efeito desejado e, principalmente, para deixar os fios assentados no lugar com essa aparência de naturalidade.

Alguns desses cortes e penteados modernos foram mostrados no Beyond Black & White Brasil, evento da Paul Mitchell promovido em São Paulo pela distribuidora Oito Brasil, que contou com a presença de John Paul DeJoria, co-fundador da marca. Dá só uma olhada e prepare-se para oferecer opções top trending para seus clientes.



WILSON WEIGL
Editor do site
Homem No Espelho
homemnoespelho.com.br
f/homemnoespelho
@homemnoespelho



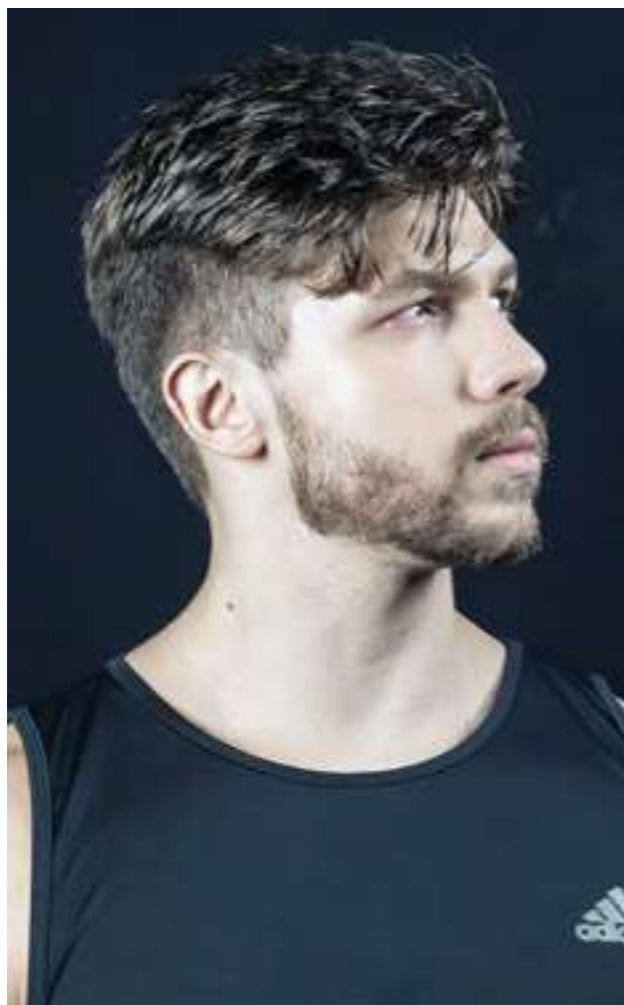
PONTA-DE-LANÇA

O arrepiado texturizado é a atualização do penteado “spiky” (pontudo) que estava na moda há alguns anos. Mas hoje não tem muito a ver com aquelas pontas arrepiadas e modeladas para cima com gel. O estilo agora é mais relaxado e natural.



GOL DE PLACA

Os cortes e penteados clássicos são ideais para quem não pode ousar muito por causa do trabalho. Hoje, porém, já não são mais tão comportados, além de modernos na medida para fazer bonito também na balada. São modelados de maneira “bagunçada” com auxílio de pomada, cera ou mesmo gel, para efeito de brilho molhado.



AMISTOSO

O corte em camadas é a indicação certa para o cliente que busca um estilo de cabelo versátil para ir do trabalho à balada. O lance é explorar a textura natural dos fios, evidenciando as mechas. O topo da cabeça tem sempre bastante volume e as laterais e nuca são trabalhadas em degradê (“fade”), com máquina ou tesoura.



POSSE DE BOLA

O atual resgate dos cortes afro liberou os homens da antiga preocupação com a cabeleira difícil de domar, que os levava a adotar os cortes bem curtos. A ordem agora é liberar os cachos, revivendo um pouco o espírito do cabelo Black Power dos anos 60. A diferença em relação aos antigos afros é que você oferece serviço de styling que deixe os cachos definidos, deixados livres e até um pouco bagunçados.



OLHO NO LANCE

Franja longa é outra tendência que continua em alta no estilo masculino. Mas é uma alternativa reservada apenas para homens de estilo bem moderno e que possam seguir um “dress code” casual no trabalho. Para dar movimento ao penteado, o segredo é o uso de pomada e cera. Nesse look, a opção por deixar longos os fios nas laterais da cabeça deixam o visual menos “radical”.



BOLA PERIGOSA

Os cortes com laterais raspadas não são para qualquer um. E com tantos estilos masculinos que entraram na moda recentemente, o nome “undercut” perdeu um pouco de seu significado original. Mas ainda hoje muitos homens continuam adeptos da máquina zero na lateral, em contraste com os fios longos do topo da cabeça. Reserve a sugestão para os clientes mais arrojados, ok? Pomada e cera são usados para disciplinar as mechas de um jeito bem natural.

TODA A *Louise* SERÁ REVELADA

68

A partir de um teaser de primeira categoria – leia-se a organização perfeita de um encontro com a imprensa especializada e um time de experts em cabelos que trabalham aqui no Brasil e na França –, a L'Oréal Professionnel revela (quase) tudo sobre o seu mais novo lançamento. HM teve acesso a boa parte das informações do então chamado PROJECT SECRET e conta, agora, o que promete ser um passo além no mundo da beleza profissional



“A brasileira é a consumidora que mais usa produto capilar e que mais exige performance dele” – ALESSANDRA VALENÇA

Vamos aos fatos. O Brasil é uma terra de oportunidades para a beleza, concentra a maior diversidade capilar do planeta, abriga uma lista enorme de cabeleireiros-celebridade, forma os coloristas mais exigentes do mundo, tem a ala feminina super focada em cuidados com os fios (a ponto de carregar na bolsa produtos para o cabelo como se fosse maquiagem ou filtro solar). Não basta? Tem mais. “Há uma diferença de performance de produto no cabelo brasileiro muito importante. Por exemplo, Colorful, nossa linha fantasia, teve a revelação e a durabilidade com resultados completamente diferentes aqui em relação ao resto do mundo. O Internacional da marca sabe disso e brinca: no Brasil é tudo diferente! Para se ter uma ideia, às vezes, o produto até volta para o laboratório para tentar se entender porque ele aconteceu de modo incomum no cabelo brasileiro”, comenta Alessandra Valença, diretora de marketing de L'Oréal Professionnel no Brasil e hostess do grupo de jornalistas.

Por tudo isso – e mais uma avantajada lista de detalhes que nos pertencem como povo –, seguimos sendo a bola da vez como mercado e, mais, ganhando um prestígio até então inimaginável. Com as mudanças oriundas da globalização e digitalização dos negócios e da vida em vários segmentos, a maneira de olhar e lidar com o setor de beleza também mudou. “Por isso, tenho a honra de contar, em primeira mão, que pela primeira vez, o Brasil será o único celeiro de testes de um novo produto de coloração!”, celebra Alessandra.

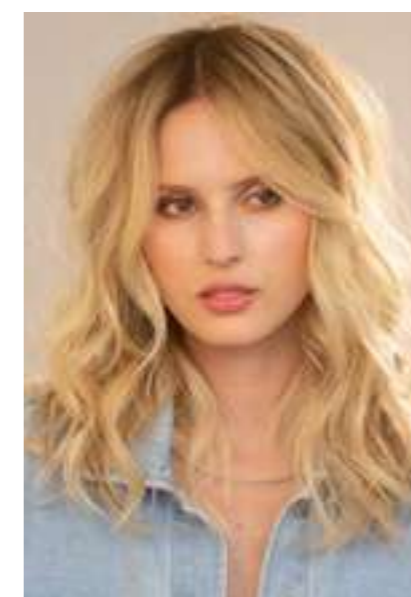
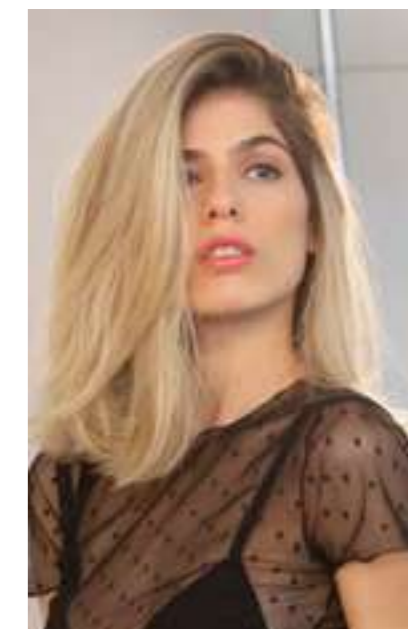
O modelo de co-desenvolvimento não é algo tão novo. Há 2 anos, a L'Oréal Internacional realiza em seus laboratórios em Paris e em Nova York, a

criação de produtos a partir de trabalho conjunto de grupos de cabeleireiros e técnicos de diversos países. “Mas é a primeira vez que teremos um grupo de análise e testes de uma única nacionalidade. E, para nossa alegria, este grupo é brasileiro. Os motivos são todos os que já citei anteriormente e mais a nossa fama com os loiros – tanto o amor da brasileira pelos fios dourados quanto a busca do nosso cabeleireiro para ir sempre além, de passar dos limites para chegar aos mais perfeitos e inusitados tons blondies”, exalta Alessandra.

VALORES DA MARCA

Para entendermos as mudanças de processos e a evolução das empresas que passaram a ampliar ainda mais seus horizontes, é importante sabermos o que pregam. Os valores do grupo L'Oréal podem ser divididos em 3 grandes pilares:

- ▶ **Pioneirismo tecnológico:** é o maior grupo de inovação, pesquisa e pioneirismo em beleza do mundo.
- ▶ **Parceria, proximidade com o profissional:** foi levada à máxima potência quando a empresa apostou nas co-produções com a participação dos cabeleireiros.
- ▶ **DNA francês:** o grupo tem dois eixos de desenvolvimento e pesquisa de novos produtos: Paris e Nova York. Neles, são realizados eventos onde cabeleireiros de várias partes do mundo são convidados a testar e opinar. “Fizemos isso algumas vezes. Em todos tivemos brasileiros, mas esta é a primeira vez que há um co-desenvolvimento fora do eixo Paris-Nova York. É também a primeira vez que isso acontece com uma só nacionalidade e ela é a do Brasil”, orgulha-se Alessandra.





O PROCESSO

O produto a ser lançado se encaixa na categoria de descolorantes, mas, segundo os especialistas envolvidos, não há nada no mercado que sequer chegue perto de sua ação, uso ou resultado. “Nós trabalhamos com uma formulação que respeite a saúde da cliente e do profissional, mantenha a integridade do fio, mas não perca em nada a performance ou o poder de descoloração – muito pelo contrário”, diz Valença. “A previsão é o lançamento aconteça nos próximos meses porque queremos que ocorra na alta temporada dos loiros aqui, ou seja, no verão”, complementa.

O produto criado na França está sendo testado aqui por top cabeleireiros, todos com grande expertise em loiros – **Felipe Freitas, Rafael Bertolucci, Washington Nunnes, Paulo Munhoz, Regina Franca e Brunna Fabrício**. Cada um preparou uma modelo que representasse a diversidade brasileira utilizando o produto. Este grupo seguirá para a França para mostrar os resultados obtidos, assim como o shooting

realizado. “O conteúdo que eles gerarem aqui será o conteúdo de lançamento do produto no mundo. O shooting, inclusive, tem direitos internacionais. É um momento único, mostra a força que o Brasil tem hoje”, diz Cristina Borges, diretora da área de comunicação e digital, também presente no evento.

“Nosso grande diferencial é que mudamos nosso olhar. Antes, pegávamos um grupo de várias partes do mundo para desenvolver um produto global. Desta vez, o foco é o cabelo da mulher brasileira. Uma empresa global pensando de forma regional, usando um país como plataforma de negócios e desenvolvimento. Somos o palco e os artistas desta peça”, complementa Cristina.

Para acompanhar os testes feitos aqui, o trabalho dos cabeleireiros brasileiros e o resultado do shooting, três experts internacionais vieram para o Brasil para o acompanhamento de todo o processo – dois deles da área de educação e outro da área de haircolor. Leia o que eles têm a dizer sobre a experiência que viveram aqui.



Lauren Benhamou

Diretora Global de Coloração
L'Oréal Professionnel

“Eu trabalho na empresa há 8 anos. Comecei em maquiagem e isso foi fundamental para o que faço hoje. Para nós, atualmente, coloração é a nova maquiagem. As maiores tendências em coloração vêm, na verdade, da maquiagem: o brilho, o pastel, o holográfico, o contouring. O meu trabalho consiste em ver as tendências de maquiagem e me antecipar colocando-as na coloração. No que diz respeito aos loiros, o mercado mais estratégico para nós é o Brasil. A expertise está aqui, as tendências partem daqui, os profissionais-celebridades estão aqui. Então, para nós foi essencial trabalharmos no Brasil para vermos como o produto se comporta antes do lançamento. É um lançamento que vai dar um passo além na descoloração, no clareamento de cabelo. E queremos que seja uma marca de referência em termos de loiros. Temos trabalhado neste produto em laboratório há quase dez anos, por isso, a novidade para o mercado será surpreendente.”



Philippe Zemmit

Diretor Global de Educação
L'Oréal Professionnel

“Sou francês e trabalho há 18 anos para a Companhia, todos na área de educação. Venho de uma família de cabeleireiros. Meu trabalho em Paris é sobre estratégia da educação, criar objetivos. Todos criamos conteúdo e passamos para as pessoas nos países onde estamos presentes para que seja feita a divulgação. Co-desenvolvimento é um conceito criado há dois anos com o intuito de inserir os cabeleireiros no processo de criação de produto. Até então, a gente decidia o que era bom para o cabeleireiro, mas não perguntávamos para eles o que era bom. Agora temos uma outra visão da criação. Por isso é muito oportuno que eles se envolvam no processo, nos digam o que precisam e o que esperam. Já foram 15 co-desenvolvimentos no mundo todo. Estive em 14 deles – este agora é o primeiro de uma única nacionalidade. Por quê? Porque internacionalmente o negócio de loiros é, sem dúvidas, no Brasil.”



Cecile Piel

Diretora Global de Testes
de Produtos DPP

“Sou francesa. Tenho 49 anos e 20 deles dedicados à L'Oréal. Antes disso eu fui cabeleireira por 4 anos, sempre apaixonada por coloração. Durante muito tempo fui educadora. Em 2002, fui convidada para ir a Londres. Descobri um mundo completamente novo. Eu estava trabalhando entre educação e marketing. Voltei para França para lançar Matrix. Depois de alguns anos, sai de educação e fui para o desenvolvimento. Virei diretora técnica da divisão, ou seja, sou responsável pelos testes de todo novo produto a ser lançado. A equipe é grande e de todas as origens. É um trabalho com muitos desafios e o co-desenvolvimento é o futuro. O feedback do profissional é muito mais importante e valioso do que o da equipe técnica. É a primeira vez que fazemos uma integração apenas com brasileiros. Como aqui tem todos os tipos de cabelo, parece que estamos trabalhando com o mundo todo aqui.”

NOVO

be
FABULOUS™

É A SUA VEZ DE SER FABULOSA.

C.R.E.A.M.™
SYSTEM



LINHA DE TRATAMENTO

Be Fabulous foi desenvolvida para atender as necessidades de todos os tipos de cabelo. Tratamento específico para o salão e produtos para os cuidados diários, garantindo um acabamento natural e incrível, com aspectos saudáveis todos os dias.

Para cabelos lisos, médios e grossos.

REVLON
PROFESSIONAL®

NOS MELHORES SALÕES DE BELEZA DO BRASIL.

WORLD
COMEXX
Um grupo de marcas profissionais.

11 5070-0400 - www.revlonprofessional.com.br

  /RevlonProfessionalBrasil



As MÁQUINAS DE FAZER DINHEIRO

As maquininhas que aceitam cartões de crédito, débito e até vale-refeição, sem terem vínculo com instituições bancárias, invadiram o mercado. Você sabe como elas funcionam? Algumas têm até marcas profissionais de beleza como parceiros, ampliando a rede de benefícios. Nós mostramos aqui opções que podem caber perfeitamente no seu modelo de negócio

— NICOLE RAMALHO / DIVULGAÇÃO —

Alé fato que a maioria das pessoas paga praticamente tudo com cartão de débito ou crédito. Isso porque é mais fácil e rápido, além das vantagens que muitas operadoras oferecem, como programa de milhas, descontos e troca de pontos por produtos e serviços. Não à toa, segundo dados da Associação Brasileira de Empresas de Cartões de Crédito e Serviços (Abecs), as transações feitas com o popular dinheiro de plástico ultrapassaram a cifra de R\$ 1 trilhão, em 2017. Isso mesmo! E crescem praticamente 17% ao ano. Diante desse cenário, ter maquininhas no salão é indispensável. Só para lembrar, com elas você perde menos vendas, parcela seus serviços, controla melhor seu fluxo de caixa, não fica andando com dinheiro por aí e, o melhor, não toma calote! Na hora de adquirir a sua, avalie qual delas está dentro do seu perfil de negócio.

TODA SUA!

As máquinas de cartão mais comuns são aquelas que mantêm vínculo com bancos e o empresário paga um aluguel mensal por elas, ou seja, elas não se tornam propriedade dele. Já as que estão surgindo no mercado não cobram o tal aluguel, não pertencem às instituições bancárias e o empreendedor as compra de fato. “As empresas que vendem essas maquininhas fazem a gestão financeira do produto e de suas movimentações”, revela Emerson Rabelo, consultor financeiro do Sebrae de São Paulo. Ele explica que a diferença entre os dois tipos está na cobrança de juros por transação, ou seja, o valor das taxas que o empreendedor paga por cada venda feita no cartão de crédito e no de débito. “Essas sem aluguel, geralmente, cobram taxas altas e as outras, um pouco mais baixas”, diz o consultor. Ele recomenda que a pessoa faça uma análise detalhada do seu volume de vendas. Se a quantidade de transações for baixa, não pagar aluguel parece, em princípio, mais vantajoso. “Por outro lado, se o faturamento é grande, as taxas mais caras acabam se tornando um problema”, pondera Emerson. Segundo ele, uma das grandes vantagens dos aparelhos desvinculados dos bancos, é a tal da antecipação. “Significa que, se o empreendedor precisa de capital de giro, ele pode receber os pagamentos feitos no crédito, que levariam 30 dias para entrar na conta dele, antecipadamente. Porém, além da taxa da transação, há uma taxa sobre essa antecipação. Isso só deve ser feito quando necessário, pois muitas empresas oferecem o benefício logo de cara”, alerta. Dessa forma, o empresário pode contrair dívidas desnecessárias.

DE MÃOS DADAS COM A BELEZA

A Oruspay é uma startup de meios de pagamentos criada há um ano. Possui três modelos de máquinas sem vínculo com bancos, ou seja, o cliente compra o aparelho. É livre de aluguel, taxa de adesão ou mensalidade. Para a felicidade geral dos cabeleirei-

ros, proprietários de salão, a empresa tem um plano especial junto com a Felithi Professional: o valor da maquininha é revertido na hora em produtos da marca. O equipamento sai de graça e, além disso, a cada real passado na máquina, o proprietário acumula 1% em seu Plano de Pontos para também retirar em produtos Felithi. Além dessa super vantagem, as maquininhas Oruspay têm uma das menores taxas do mercado: 2,74% no crédito parcelado. O cliente também escolhe como vai receber o dinheiro: em 30, 14 ou 02 dias. Mesmo que parcele a venda, pode antecipar o recebimento do valor.

Oruspay Gracinha (campeã de vendas)

- ▶ Custa 12x R\$4,99;
- ▶ Tem conexão via Bluetooth com celular ou tablete (IOS ou Android);
- ▶ Envia comprovantes por SMS;
- ▶ Não tem mensalidade;
- ▶ Não tem taxa de adesão.

Oruspay Standard

- ▶ Custa 12x R\$39,90;
- ▶ Possui chip MultiOperadoras (não há a necessidade de se conectar via celular);
- ▶ Envia comprovantes por SMS;
- ▶ Não tem mensalidade;
- ▶ Não tem taxa de adesão.

Oruspay PRO

- ▶ Custa 12x R\$64,90;
- ▶ Possui chip MultiOperadoras (não há a necessidade de conectar via celular);
- ▶ Tem conexão Wi-Fi;
- ▶ Vem com impressora;
- ▶ Bobinas Grátis;
- ▶ Não tem mensalidade;
- ▶ Não tem taxa de adesão.

SAC: www.oruspay.com.br





DUAS MAQUININHAS, MUITAS POSSIBILIDADES

Há dois anos, as empresas alemãs SumUp e Payleven uniram forças para atender melhor aos seus clientes. No Brasil há cinco anos, ela é uma subcredenciadora, isto é, uma facilitadora de pagamentos que trabalha com credenciadoras e bancos que realizam os pagamentos diretamente na conta do cliente. A SumUp/Payleven figura entre as empresas que oferecem as menores taxas do mercado e paga em um único dia útil. Possui dois planos: o Antecipado e o Econômico. No primeiro, o cliente adianta o recebimento das parcelas, enquanto no segundo recebe a cada 30 dias. No Econômico, a taxa do crédito à vista é 3,1% e, nas vendas parceladas, entre 2x e 12x, a taxa é de 3,9%. Já no Antecipado, a taxa do crédito à vista é 4,6%. E, no caso de vendas parceladas, é preciso adicionar 1,5% de taxa a cada parcela. Assim, uma venda em 3x, por exemplo, tem taxa de 7,6%. Em ambos os casos as taxas do débito são de 2,3%.

SumUp TOP

- ▶ Custa 12 X R\$ 9,90;
- ▶ Tem conexão via smartphone por bluetooth;
- ▶ Funciona com celulares Android e IOS;
- ▶ Não tem aluguel;
- ▶ Não tem taxa de adesão.

SumUp Super

- ▶ Custa 12 X R\$ 19,90;
- ▶ Tem conexão própria paga pela SumUp;
- ▶ Vem com função Wi-Fi;
- ▶ Não tem aluguel;
- ▶ Não tem taxa de adesão.

SAC: www.sumup.com.br; www.payleven.com.br





PIONEIRAS NO MERCADO

As primeiras maquininhas que fizeram sucesso no mercado nacional foram criadas pela PagSeguro, empresa brasileira que atua como adquirente multi-bandeira, ou seja, seu papel é liquidar as transações financeiras por meio de cartão de crédito e débito. Para isso, se comunica com as bandeiras de cartão e os bancos emissores para receber do cliente e repassar ao comerciante no prazo combinado. A PagSeguro faz tudo isso por meio de máquinas sem aluguel e de suas soluções de pagamento on-line. Em 2015, foi considerado o melhor meio de pagamento do ano, em premiação do Congresso Afiliados Brasil.

Moderninha Pro

- ▶ Custa 12 X R\$ 64,90 ou R\$ 778,80 à vista;
- ▶ Tem 5 anos de garantia;
- ▶ Aceita débito, crédito e cartão refeição;
- ▶ Emite comprovante de venda por SMS ou impresso;
- ▶ Não precisa de celular;
- ▶ Tem chip e plano de dados grátis;
- ▶ Vem com conexão Wi-Fi + Bluetooth + GPRS;
- ▶ Pode ser compartilhada por até seis pessoas.

Moderninha Wifi

- ▶ Custa 12x de R\$ 28,90 ou R\$ 346,80 à vista;
- ▶ Tem 5 anos de garantia;
- ▶ Aceita débito, crédito e cartão refeição;
- ▶ Emite comprovante de venda por SMS;
- ▶ Não precisa de celular;
- ▶ Tem chip e plano de dados grátis;
- ▶ Vem com conexão Wi-Fi + Bluetooth + GPRS.

Minizinha Chip PagSeguro

- ▶ Custa 12x de R\$ 19,90 ou R\$ 238,80 à vista;
- ▶ Tem 5 anos de garantia;
- ▶ Aceita débito, crédito e refeição;
- ▶ Emite comprovante de venda por SMS;
- ▶ Não precisa de celular;
- ▶ Tem chip e plano de dados grátis;
- ▶ Vem com conexão Wi-Fi + GPRS.

Minizinha

- ▶ Custa 12 x de R\$ 5,70 ou R\$ 68,40 à vista;
- ▶ Tem 5 anos de garantia;
- ▶ Aceita débito, crédito e refeição;
- ▶ Emite comprovante de venda por SMS ou e-mail;
- ▶ Precisa de celular;
- ▶ Tem conexão Bluetooth (conexão de dados compartilhada com o celular ou tablet).

SAC: www.pagseguro.uol.com.br

UM NOVO CONCEITO EM RECONSTRUÇÃO INSTANTÂNEA....



ESSE SEGREDO FICA ENTRE A GENTE!

CONHEÇA A NOVA LINHA DE TRATAMENTO TRIVITT!

ITALLIAN HAIRTECH

f @itallianhairtech
www.itallianhairtech.com.br



Uma história de *ininfinita* beleza

Com o olhar no futuro, os pés no chão e o coração cheio de amor pela beleza profissional, a Ininfinitá Cosmetic prova que trabalho sério, gestão consciente e humanizada e produtos de primeira linha são o caminho para o infinito sucesso





O COMEÇO DE TUDO...

No dia 24 de junho de 2013, na região do grande ABC (SP), nascia a Infinitá Cosmetic. Sonho realizado e guardado no coração, o nome trazia a força do significado maior para nós: a marca seria a representação do infinito, da evolução constante e do crescimento. Para coroar o nascimento tão aguardado, a escolha da cor vermelha, expressando a paixão, força e inovação no mercado de cosméticos. Com uma identidade marcante e única, nós queríamos que a Infinitá se destacasse.

OS PRODUTOS DIFERENCIADOS...

Chegamos em uma época dominada por progressivas com formol. De olho no bem-estar da cliente e do profissional, desenvolvemos o Alinhamento Térmico Prime One, nossa primeira progressiva sem formol que, até hoje é nosso produto mais vendido e admirado pelos profissionais da beleza. O Alinhamento Térmico Prime One traz um Blend de ácidos sintéticos e orgânicos, óleos de argan e monoi – um liso indescritível e um tratamento sem igual.

UMA REDE DE DISTRIBUIÇÃO NOTA MIL...

Hoje, a Infinitá abrange todo o território nacional. São mais de 150 distribuidores no Brasil e não pretendemos parar por aí. Realizamos 4 eventos por mês para nossos distribuidores, oferecendo toda estrutura e suporte para que eles cresçam junto conosco. Uma vez ao ano, no segundo semestre, realizamos nossa Convenção de Distribuidores. Nela, compartilhamos as tendências de moda e ne-

cessidades do salão. E, com uma equipe técnica e de marketing muito competente, desenvolvemos nossos novos produtos com muito cuidado e carinho para os profissionais.

PRODUTOS QUE ENTREGAM MUITO ...

Novas linhas da Infinitá foram sendo criadas. Temos uma lista de cases de sucesso: o Alinhamento Térmico Prime Matizze de Alisamento para Loiras, o Prime Blindagem para Redução de Volume, a Linha S.O.S para Cabelos Danificados e Quebradiços, a Linha Pró Help Amazon para Hidratação dia-a-dia no Salão, a linha Pró Luxo, com ingredientes nobres para mulheres mais exigentes, a linha Pró Blond para Cabelos Loiros, a linha Pró Progress para Cabelos com Progressiva, a linha Pró Invert para Cabelos Cacheados, a linha Pró repair e Pró Mix para Controle de Oleosidade e Queda. Com o tempo, formamos uma equipe que abraça a empresa, somos uma grande família.

DO BRASIL PARA O MUNDO...

A Infinitá tem crescido internacionalmente – exportamos nossos produtos para Rússia, Iraque, Londres, Portugal e Japão. É um crescimento além do esperado e nossa prioridade se mantém: nunca perdemos o foco nos nossos clientes, distribuidores e profissionais da beleza. Abraçamos como missão oferecermos suporte técnico, segurança, confiança e produtos de altíssima qualidade para os cabelos. É o nosso desejo de perfeição. E você está convidado a fazer parte da nossa Família.





enzz


COSMETICS



HAIR
enzimage
SYSTEM

 Enzz Cosmetics

 @enzzcosmetics

 Enzz Cosmetics - Brasil

(11) 2615-7182

Seja um distribuidor



www.enzzcosmetics.com.br



Tecnologia e transformação dos modelos de empreendedorismo nos salões de beleza – Parte I

por César Augusto

INTRODUÇÃO

Do início do século 20 para cá a tecnologia foi o principal fator para o desenvolvimento dos negócios de beleza. Neste dossiê, pretendo dar um breve panorama de que como isso aconteceu com base não apenas em fatos históricos, como também na minha experiência pessoal e na de minha mãe, Nelizabeth, cabeleireira que começou a atuar em São Gabriel, interior do Rio Grande do Sul, na década de 1960. Minha ideia é relatar os modelos de negócios de beleza existentes no Brasil nas últimas décadas, bem como traçar um perfil dos profissionais brasileiros.

No início do século 20, a energia elétrica e a água encanada permitiram o funcionamento dos primeiros salões femininos em Paris, nos quais as mulheres eram atendidas por ordem de chegada. Com a popularização do telefone, décadas mais tarde, os salões vivem uma mudança e surge a figura da recepcionista, profissional que controla a agenda e recebe os pagamentos. Esse modelo de negócio (recepção + bancadas) se mantém o mesmo há décadas, ainda que o perfil dos profissionais à frente desses empreendimentos tenha se modificado ao longo do tempo. No entanto, a tecnologia é implacável em sua capacidade de mudar conceitos já estabelecidos. Neste 2017, ela mais uma vez entra em cena para transformar a ordem vigente, graças aos aplicativos de celular, mais precisamente ao aplicativo Sshampoo. É exatamente isso que pretendo mostrar nas páginas a seguir.

BREVE PANORAMA HISTÓRICO

O primeiro salão de beleza de que se tem notícia foi aberto em Paris, em 1635, pelo cabeleireiro Champagne, conhecido pela alcunha de Le Sieur (monsieur). Mais tarde, na corte de Versailles, Léornad desfrutaria de muito sucesso por ser o coiffeur de Maria Antonieta e inventor do Pouf, o estilo de penteado extravagante usado pela rainha – e imitado pelas cortesãs. Naquela época, os serviços de um cabeleireiro eram restritos às damas ricas, que podiam pagar por procedimentos de beleza. Esse modelo permaneceria praticamente o mesmo pelo século seguinte, com o atendimento realizado no domicílio das clientes. Exceção para os homens, que encontravam nas barbearias os cuidados de que necessitavam. Os salões de beleza femininos só iriam surgir no

início do século 20, impulsionados pela maior presença feminina na sociedade e pela expansão de duas tecnologias fundamentais para seu funcionamento: energia elétrica e água corrente.

A energia elétrica começa a se disseminar na França a partir da segunda metade do século 19, graças à invenção dos geradores de eletricidade. No entanto, essa ainda era uma tecnologia muito cara e não acessível à população em geral. Em 1881, a Exposition Internationale d'Électricité (Exposição Nacional de Eletricidade) de Paris permite ao mundo descobrir as últimas maravilhas que a eletricidade tornou realidade: o telefone de Graham Bell, a lâmpada de Thomas Edison e o bonde elétrico da Siemens. No ano seguinte, as primeiras redes elétricas aparecem simultaneamente nos Estados Unidos e na França. Mas é só no início do século 20 que a energia elétrica realmente se expande e se torna um benefício conhecido dos habitantes de cidades desenvolvidas como Nova York e Paris.

Pode-se dizer que o primeiro salão de beleza da era moderna foi o de Helena Rubinstein, aberto em Melbourne, na Austrália, em 1902. Em 1908, Madame inauguraria sua primeira filial parisiense na prestigiada Rue du Foubourg Saint-Honoré. O estabelecimento de Helena era mais voltado aos cuidados estéticos, especialidade da fundadora. Mas o de Monsieur Antoine, inaugurado em 1912 na Rue Cambon, tinha como foco os cabelos. De origem polonesa, Antoine é o inventor do mítico corte à la garçonne, estilo adequado às mulheres vanguardistas dos anos 1920, que revolucionaram os costumes ao adotarem um visual andrógino. Entre suas clientes estavam Édith Piaf e Gabrielle Chanel, elas próprias figuras adiante de seu tempo.

A geração de Antoine e de Helena criou um novo modelo de negócio ao abrir estabelecimentos de beleza destinados ao público feminino. Agora as mulheres não precisavam mais receber em casa seus cabeleireiros. Elas podiam contar com um ambiente exclusivo para acolhê-las, cuidadosamente decorado. Mas no início do século 20, esses estabelecimentos ainda estavam restritos à elite. Só após a emancipação feminina do pós-guerra é que o acesso à beleza se democratizaria.

Continua na próxima edição

FIBEL

mais que uma feira, uma experiência de

beleza profissional

Agora, mais completa,
moderna e recheada de atrações,
ela se transformou na



THE BEAUTY SALON

18ª FEIRA DE BELEZA PROFISSIONAL | FIBEL
CENTRO DE CONVENÇÕES SULAMÉRICA • RIO DE JANEIRO • RJ

10 a 12. **Novembro**. 2018

Educação e Sucesso

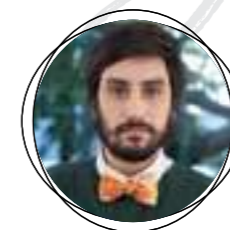
DE MÃOS DADAS

Pensando na qualificação cada vez melhor e mais atual do profissional,
a grade de cursos, workshops e oficinas trará versões práticas
e teóricas das técnicas mais requisitadas do mercado.

Atracões já confirmadas



MAURÍCIO PINA



GUILHERME CAMILO



LUCIANA NILO



PAULO PERSIL

Novidades



ARENA-SHOW

com apresentações
ao vivo dos mais renomados
profissionais do Brasil
e do Exterior



CURSOS

de qualificação teóricos
e práticos nas áreas de corte, cor,
penteados, maquiagem, manicure e
barbearia. Todos oferecem certificado
de aperfeiçoamento profissional



PRESEÇA

de ícones
do mercado de beleza
profissional nas
apresentações

thebeautysalon.com.br

/thebeautysalon

(21) 2428-3336 • (21) 2561-3389

LOCAL

SulAmérica
Centro de Convenções

ORGANIZAÇÃO

OPEN
BRASIL
MANEJO DE EVENTOS

REALIZAÇÃO

Clpino
Casa do Cabeleireiro

MÍDIA OFICIAL

negócio
estética
TV negócio
estética

Love L'Oréal Story

Bruno Viana tinha carreira em evolução, faculdade em andamento, vida organizada. E um sonho... Abraçar a beleza como profissão. Para tal, nem pensou duas vezes: jogou tudo para o alto, arregaçou as mangas, enfiou a cabeça nos estudos e, segundo suas próprias palavras, escolheu ser feliz. Conheça a história deste hairdresser que, por amor, seguiu seus instintos e provou que tudo pode dar certo – inclusive virar parceiro de uma marca gigante na área como a L'Oréal Professionnel

94



No Brasil, ser cabeleireiro é ser empreendedor. Vale a pena?

Eu acho que esta resposta depende mais do perfil da pessoa do que ao trabalho em si. Hoje no Brasil a atividade de cabeleireiro está muito em alta, temos celebridades na área – muito até pelas redes sociais. O nosso trabalho chega muito mais rápido ao conhecimento de grandes grupos. Com isso, até as pessoas de um salão pequeno podem ser vistas. A divulgação acaba facilitando o caminho do sucesso. Porém, se você abraça o empreendedorismo pelo viés administrativo, pode se afastar da criação, do atendimento. Isso já aconteceu comigo e eu achei

ruim. Hoje, tenho a minha sócia, a Pamela Ayala, que cuida disso, assim, fico livre para criar e atender a minha clientela. Ou seja, empreender significa muitas coisas, basta escolher as tarefas certas.

Começar é sempre difícil, mas quem vê o sucesso do outro, acha que foi fácil. Quantas pedras você encontrou pelo caminho?

Eu não comecei direto na profissão. Não tive essa sorte – apesar de eu valorizar muito as experiências que tive em outros segmentos. Eu era bancário, fiz faculdade de publicidade e propaganda. Abrir mão disso tudo para ser assistente não é fácil. Mas eu



sempre acreditei que o sucesso é sinônimo de fazer as pessoas felizes e ser feliz também. E eu demorei um pouco para isso. E tive que me empenhar muito para estudar, me aperfeiçoar, me renovar sempre.

Você tem algum grande arrependimento na carreira?

Não, acho que não. Tudo é aprendizado. No começo da minha carreira, eu pensava: por que perdi tanto tempo trabalhando em banco, cursando publicidade e propaganda? Poderia ter começado antes. Mas hoje, várias das minhas atividades profissionais atuais são ajudadas pela prática que tive em outras experiências. Por exemplo, a faculdade me ajuda a pensar estrategicamente na divulgação e no marketing do meu trabalho e do salão. Então, não carrego arrependimentos e sim aprendizados.

E qual seu maior orgulho em tudo o que já fez?

A decisão que tomei de entrar nesta profissão. Eu tinha uma previsão de vida muito boa e abri mão de tudo isso. Quando eu comecei na beleza, não imaginava que um dia trabalharia com uma marca tão espetacular, mundialmente reconhecida como a L'Oréal, e nem que eu faria trabalhos tão especiais. O que eu queria era fazer o que eu amo e me sustentar com isso. Fico muito realizado porque as coisas caminharam de forma simples, mas com projeção muito grande.

Como você definiria o seu trabalho?

Quais são seus valores?

É busca incessante pelo ponto certo da beleza personalizada. Não acredito em uma forma única de trabalho, eu prego que cada mulher tem o direito de receber um atendimento feito sob medida para ela – seja pela caracterização da cor, finalização, corte – algo que seja realmente um diferencial e se torne uma marca registrada dela. Outra coisa é que eu e todos da minha equipe praticamos o tratamento atencioso – a cliente merece receber um cuidado assim. Não há distinção de nenhum tipo.

Qual o papel do Instituto L'Oréal na sua vida?

É muito emocionante a minha relação com o Instituto. Sabe quando a gente nasce e tem aquela referência de mãe? O meu norte na profissão foi o Instituto, onde tudo começou. Eles me pegaram pela mão e me ensinaram tudo! Eu tenho L'Oréal como uma mãe. Foi a marca que me ajudou a construir meus valores.

Se você não fosse cabeleireiro, o que seria? Por quê?

Eu amo tudo que se relaciona à arte em geral. Sou apaixonado por musicais, apresentações – seja de um artista de rua ou um grande cantor. Toda forma de expressão artística me atrai. Eu acho que eu seria ator porque sou fascinado por esse universo.

Você poderia resumir a sua carreira lá do começo até os dias atuais?

Eu era bancário e cursava o terceiro ano de Publicidade e Propaganda. Desisti de tudo para abraçar a beleza que tanto amo. Aos 23 anos eu comecei como assistente no Soho. Fiquei 8 meses lá. Foi quando abriu o Instituto L'Oréal. Fiz um intensivo, me formei e comecei a trabalhar como profissional da área. Depois fiz a faculdade de visagismo e terapia capilar, na Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo (SP). Me formei em 2014 e comecei a fazer o curso The Secreto f Colors com a Regina França, minha grande professora. Ela é a responsável por muito do que eu sei na área. E crédito também para o Rafael Souza. Juntos, fazíamos muito antes e depois. Tinha gente que não acreditava que conseguíamos fazer correção de cor de uma só vez, achavam que as fotos publicadas eram alteradas. Foi quando tivemos a ideia de fazer cursos sobre o tema. E funcionou muito bem. Até que eu decidi montar o meu projeto, o Colors Factory, que começou como um curso. E virou um salão academia (Colors Factory Salon Academy) onde fazemos o atendimento e também

“O que eu queria era fazer o que eu amo e me sustentar com isso. Fico muito realizado porque as coisas caminharam de forma simples, mas com projeção muito grande”

o treinamento de especialização. A minha parceria com a L'Oréal começou há dois anos – eu já tinha uma relação com eles por conta do salão, fui convidado a ser artista da marca, participei do Hair Fashion Day em várias cidades, participei do desenvolvimento de Colorfull em Nova York e agora sou da equipe de criação da coleção Urban Reds. Sem dúvidas, uma união muito especial.

Como foi participar da criação de Looks para Urban Reds? Qual foi sua inspiração?

Foi muito bacana! Urban Reds é muito abrangente. Apesar de ser uma coleção urbana, temos várias formas de adaptar as propostas. Nós quisemos trabalhar com cores naturais, com mechas mais acobreadas. E eu fiquei com o lado mais ousado, o lado intenso, o ruivo mesmo. Mas para ele não ficar tão vibrante e chamativo, trabalhamos com mechas iluminadas douradas. Assim, deixamos esse cabelo mais elegante, mais sofisticado, com raiz sombreada. Hoje, tratamos o ruivo com uma pegada mais natural, com mesclas de cores ou ainda na versão mais desbotada, muito cool. O ruivo é algo que veio para ficar e que tem grande procura e tem sido um prazer explorar isso.

Qual o sonho profissional que ainda não realizou?

Parece clichê, mas não sei responder. Eu não tinha o sonho de ser conhecido. Na época pré-digital os únicos cabeleireiros que apareciam eram os que faziam as famosas ou que estavam nas revistas. Era tão distante que nem pensava. Por isso, o que acabei conseguindo já é o meu sonho realizado.



NOVA
FÓRMULA

O TRATAMENTO
QUE NÃO PODE
FALTAR EM SUA
CASA

LINHA
PÓS QUÍMICA

Cuidado **de salão**
Para o **seu lar.**

Agora com **proteção da cor**

Multifuncionalidades,
multibenéficos e
alta eficácia, tudo o que
seu cabelo precisa!



HIDRATAÇÃO



BRILHO



RECUPERA
ELASTICIDADE



MAIOR
RESISTÊNCIA



RECUPERA FIOS
DANIFICADOS



NUTRIÇÃO



FILTRO SOLAR
QUARTENIZADO
EFEITO DE SALÃO



ALTA PERFORMANCE

Inovação e tecnologia de ponta são as ferramentas da ENZZ, marca de produtos capilares, que estão revolucionando o mercado da beleza profissional

NICOLE RAMALHO / DIVULGAÇÃO

A ligação de **Sylmara Vetori**, gestora comercial e educacional da ENZZ, com o mundo dos cosméticos é um amor antigo. Os pais dela começam de forma despretensiosa nesta área, vendendo produtos da Pierre Alexander (marca de varejo de venda porta a porta), e não pararam mais. “Meus amigos dizem que eu nasci dentro de um frasco de xampu”, brinca. Ela conta que, junto com a família, já passou por muitas fases, sempre reinventando seu modelo de negócio. “Durante uma das fortes mudanças estruturais da economia brasileira, tivemos a falta de alisantes. Meu pai, então, desenvolveu o hidróxido de guanidina”, revela. Com tamanha história de pioneirismo e coragem, Sylmara assumiu os negócios da família e, em 2015, junto com o marido, Alex Vetori, decidiu criar a própria empresa, a ENZZ.





BELEZA TRANSFORMADORA

Para Sylmara, seu marido e um grupo de amigos que apostaram na ideia de desenvolver produtos e construir uma marca diferenciada, trazer algo realmente inovador não apenas ter produtos bons e bonitos. Era preciso mais. “Em 2013, nos juntamos a um laboratório ávido por tecnologia, e, depois de muita pesquisa, chegamos a um conceito que substituiria a queratina nos processos de reparação da fibra capilar”, explica a empresária. Ela conta que tais estudos revelaram que algumas enzimas e outros ativos poderiam recuperar de forma mais rápida cabelos danificados. Depois utilizar ingredientes de fornecedores nacionais e internacionais, sem sucesso, Sylmara e sua equipe fizeram testes mais específicos em três países diferentes até chegarem ao que consideram a verdadeira cosmética molecular enzimática. “Somos a única empresa que tem um complexo totalmente elaborado para que esse tipo de cosmética tivesse a funcionalidade e a tecnologia que sonhávamos levar aos profissionais cabeleireiros e às suas clientes”, diz.

COMO FUNCIONA ESSA TAL TECNOLOGIA?

A grande sacada da ENZZ é combater a tão temida desnaturação proteica das madeixas que acontece durante qualquer processo químico realizado nos salões. “Nossa tecnologia enzimática é o grande diferencial porque é uma cosmética heterogênea que se adapta a qualquer tipo de cabelo”, revela Sylmara. Ela diz que sua marca é friendly de pós descolorantes, oxidantes, colorações e alisamentos porque seus produtos evitam que os fios sofram durante todos estes processos oxidativos. Segundo a empresária, o complexo enzimático desenvolvido pela

ENZZ é ativado e combinado a tais procedimentos com a finalidade de devolver saúde ao cabelo. Mas isso tem uma ótima explicação: “O peso molecular dos produtos é baixo – fica entre 121 e 184 mws –, por isso, se fixam na fibra capilar com facilidade. Já a queratina não consegue porque tem uma estrutura proteica muito maior”, detalha. Isso porque, de acordo com Sylmara, a ENZZ defende a cosmética molecular enzimática que, por meio do processo de bioafinidade, se junta às estruturas das ligações cruzadas de queratina da fibra capilar para evitar danos. “As enzimas, protagonistas dos nossos produtos, são formuladas cuidadosamente para que os seus efeitos catalíticos possam potencializar os resultados esperados dos ativos orgânicos usados no hair care. Nossos cosméticos atuam para evitar que os aminoácidos se oxidem e desestruturarem a fibra capilar”, explica.

ALQUIMIA DE SUCESSO

O complexo enzimático desenvolvido pela ENZZ interage quimicamente com os principais pontos ativos da fibra capilar. Assim, ele vai transportar os ingredientes (tripeptídeos) e potencializar (com as enzimas) os processos de absorção e adsorção nas biointerfaces capilares, a fim de evitar a desnaturação proteica. E tudo começa com o Enzymatic Aditive, que é o blend inicial de tratamento profundo. Ele pode ser misturado 100% nos processos químicos ou isolado. Em seguida, vem a emulsão Ciment Perfect, composta por enzimas e ômega de origem vegetal, para uma completa afinidade química, promovendo ganho de massa e densidade capilar. Depois, o Bond Thermal, agente quelante do processo, combina enzimas e ácido hialurônico.



co. Ele aprisiona as rotas de fuga de toda proteína depositada na fibra capilar, além de ser um potente reconstrutor das camadas cuticulares e protetor da radiação UV, que também oxida o cabelo.

TRATAMENTOS DE PONTA

“Nosso complexo enzimático trata a fibra capilar forma rápida, minimizando os danos, preservando a beleza e, principalmente, a saúde dos fios”, explica Sylmara. Ela diz que, se a cliente deseja somente hidratar as madeixas, terá um procedimento que preserva todo o manto hidrolipídico do cabelo. Se for um caso de U.T.I, que ela define como caso extremo, a recuperação da “paciente” é muito mais rápida e menos dolorosa. “É um tratamento intenso e específico, de choque mesmo. Daí a origem do nome que sugerimos aos profissionais: ENZYME SHOCK. Os cabeleireiros se tornam verdadeiros ‘Fiber Guardians’ – guardiões da fibra capilar –, nosso conceito de cuidado com os fios”, define a empresária. Sylmara conta que o ENZYME SYSTEM é um tratamento profissional de três passos que repara a fibra por inteiro. Ele vai desde uma simples nutrição até a restauração de um cabelo que esteja no seu estágio final de comprometimento da elasticidade. “Nos preocupamos em preservar este estágio que, muitas vezes, leva a cliente a cortar as madeixas, gerando traumas e fazendo com que a mulher tenha a autoestima jogada no chão!”, conclui.

TENDÊNCIA DE MERCADO

Sylmara acredita que o pioneirismo de sua empresa se torne uma tendência de mercado. Ela diz que já existem produtos de skin care e até alimentícios que utilizam a mesma tecnologia dos produtos da ENZZ,

mas o conceito enzimático para o mercado hair care é, por enquanto, uma novidade que ela e sua equipe desenvolveram e apresentaram ao mercado. “A grande vantagem para o cabeleireiro é tornar todos os procedimentos que ainda causam desnaturação proteica em serviços enzimáticos, que geram mais saúde capilar”, diz. Outro diferencial, segundo ela, é a diminuição do tempo de tratamento dos fios extremamente danificados, já que a enzima é mais eficiente em relação à queratina. “O objetivo é que o cabelo da cliente fique visivelmente saudável e que ela possa voltar ao salão depois de seis meses – com o uso do Enzyme System – e se submeter a uma química, sem correr o risco de ter deformações na fibra capilar”, explica. O grande segredo da cosmética molecular enzimática é ‘aprisionar’ os ativos nas madeixas até o próximo procedimento.

CUSTO-BENEFÍCIO

A novidade, por mais pesquisas que demande, tem preços competitivos. Além disso, os produtos são livres de parabenos, glycols, dyes, aldehydes, petrolatum, parafina, perfume sintéticos, álcool e óleo mineral. “Conseguimos que o custo por aplicação seja acessível comparado com os benefícios que oferecem à saúde da fibra capilar, e com total segurança. Todos os serviços podem ser enzimáticos. Por exemplo, a coloração, que causa alterações danosas à fibra, hoje, com nossas enzimas, torna-se uma coloração enzimática, com mais saúde para os fios. E assim sucessivamente, para os demais processos, como mechas enzimáticas, alisamento enzimático, escovas progressivas enzimáticas. A ideia é que o salão tenha ‘Serviços Enzimáticos’ e tenha um menu total com a ENZZ”, recomenda.

ROLLER BALL



ACELERADOR QUÍMICO

Um anel rotatório que emite raios infravermelhos que potencializam tratamentos capilares, tais como: colorações, alisamentos e permanentes. Ao mesmo tempo reduzindo o tempo de tratamento e proporcionando resultados naturais e mais duradouros.



**TAKARA
BELMONT**
ESTADOS UNIDOS • EUROPA • JAPÃO • BRASIL

MICRO MIST



PROCESSADOR CAPILAR

Através de uma névoa microscópica, o "Micro Mist" restaura a beleza natural de cabelos danificados. Foi desenvolvido através do poder da água e proporciona um tratamento para cabelos que somente pode ser encontrado nos salões de beleza.

Showroom: R. Treze de maio, 1315
Bela Vista - São Paulo - SP
CEP: 01327-001 - (11) 3147.4040

takbel@takarabelmont.com.br
www.takarabelmont.com.br

 / Takara Belmont Brasil

Red HAIR Carpet

Milão, Nova York, Paris, Londres, São Paulo. Uma a uma, as catwalks mais famosas do mundo mostraram por meio de seus desfiles, a força dos tons acobreados e avermelhados. Antenada com a moda e antecipando tendências, L'Oréal Professionnel sai na frente e mostra seus tons hot, hot, hot na coleção Urban Reds para a estação mais fria do ano.

A INSPIRAÇÃO

Loiro acobreado, Ruivo natural, Cobre, Vermelho, Marsala, são apenas algumas das opções do amplo espectro dos ruivos. E foi pensando nessa versatilidade e para atender as expectativas da mulher urbana, que não perde a sua sofisticação e elegância, que os artistas L'Oréal Professionnel buscaram inspiração para tons muito especiais.

AS CRIAÇÕES E AS CRIATURAS

Ruivo Bege, Cobre Iluminado e Loiro Bronze são as três técnicas desenvolvidas pelos artistas de L'Oréal Professionnel, Regina França, Bruno Viana e Rafael Bertolucci, para esquentar essa tendência de Inverno 2018.



#COBREILUMINADO, por Bruno Viana

Urbano e marcante, o Cobre Iluminado é perfeito para mulheres com atitude. Cores mais vibrantes revelam um visual ousado e elegante, com pontos iluminados em todo o contorno.

A TÉCNICA

Para criar esse cobre vibrante e iluminado, Bruno Viana escolheu a coloração Majirel. Com a tecnologia Ionène™ G e Incell™, Majirel é uma coloração permanente capaz de criar cores ricas e profundas. Majirel possui uma cosmetividade superior às colorações do mercado, além de possuir o maior e mais completo portfólio

para os artistas que querem criar suas receitas para um ruivo perfeito. Contando com os pigmentos especiais da tecnologia de Rubilane em conjunto com Majirel Mix, o artista conseguiu alcançar uma cor mais vibrante e luminosa para essa tendência.

OS PRODUTOS

MAJIREL: 8.34 / 6.40

MAJIREL MIX: Cobre / Vermelho

Para esfumar a raiz: DIARICHESSE Extra Cobertura 6.3 & DIALIGHT 7.4



#RUIVOBEGE, por Regina França

Ruivo Bege é a técnica ideal para quem quer alcançar o ruivo perfeito com naturalidade e estilo. Técnica de luz e sombra com nuances quentes naturais para um cabelo sofisticado e elegante.

A TÉCNICA

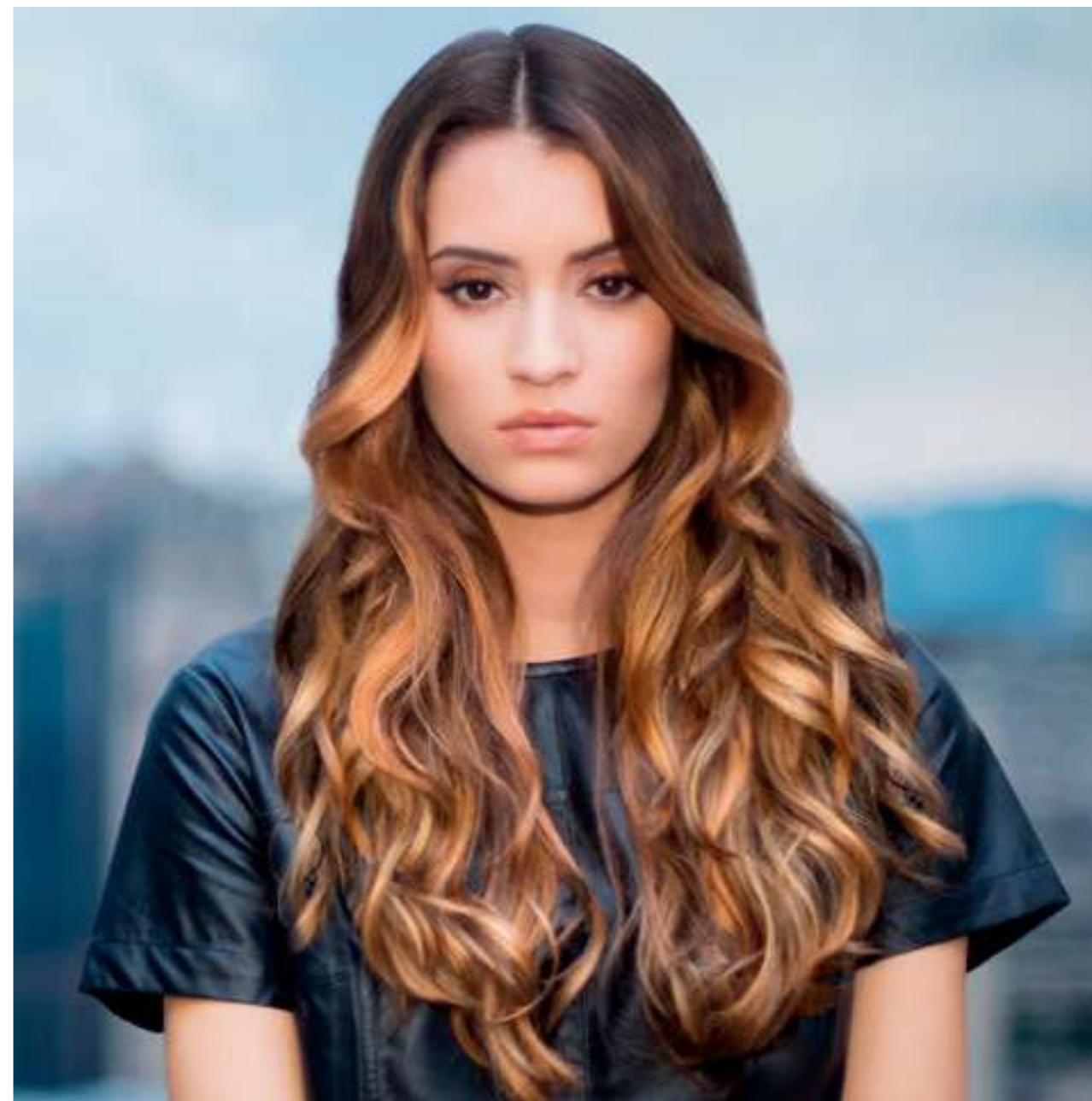
Para essa técnica, Regina França optou por criar um acobreado natural utilizando Inoa. Por conta do processo de decapagem em que o cabelo precisou passar para remover o resíduo de tonalizante, Inoa foi a indicação perfeita para colorir

preservando os fios. Inoa é uma coloração permanente sem amônia com o exclusivo Sistema ODS™, que é capaz de criar cores intensas com resultado natural e cosmetividade incomparável, além de também ser referência em ruivos vibrantes e duradouros.

OS PRODUTOS

INOA: 7.43 / 8.31 / 7.23

Para esfumar a raiz: DIARICHESSE Extra Cobertura 6.3



#LOIROBRONZE, por Rafael Bertolucci

Uloiro Bronze é a técnica ideal para mulheres que querem ousar sem perder a sua essência. Pontos de luz criam um look chique com tons acobreados quentes e frios, trazendo uma cor única para o seu loiro com naturalidade.

A TÉCNICA

Após criar as mechas utilizando descolorantes da linha Blond Studio em combinação com Smartbond para preservar os fios, Rafael Bertolucci escolheu Dialight para a tonalização desse Loiro Bronze. A cor combina tons de loiro dourado com uma

pitada de cobre. Dialight é um tonalizante sem amônia com uma exclusiva tecnologia ácida, ideal para cabelos que estão sensibilizados após a descoloração ou outro procedimento químico. Além de ser um tonalizante de rápida e fácil aplicação, Dialight ajuda a fechar as cutículas dos fios por conta de sua tecnologia, trazendo ainda mais brilho para os cabelos.

OS PRODUTOS

DIALIGHT: 7.4 / 9.03

Para esfumar a raiz: DIARICHESSE 6



A REDESCOBERTA DO LISO
O APOGEU DO BRILHO

B R A É
BRAEHAIRCARE.COM

Puring.

ATIVOS PUROS, LISO EXTREMO E
BRILHO EXTRAORDINÁRIO

**REVELE LISOS EM SEU MÁXIMO
ESPLENDOR COM PURING.**

Fórmula inovadora e exclusiva,
com avançada nanotecnologia
que torna os fios alinhados e
surpreendentemente sedosos.

Conheça e apaixone-se!



 /braehair

 /braehaircare

A liberdade é branca

Natural ou descolorido, o cabelo silver segue em alta. Para deixar suas clientes chiquérrimas com looks inovadores e fios bem tratados, a HM conversou com três experts, as cabelereiras Débora Melro (DM), do Studio W Iguatemi, e Aline Jabur (AJ), do The Blond Door, e a tricologista Mabe Gouveia (MG), da clínica Valéria Marcondes, em São Paulo, para esclarecer 40 dúvidas para você. Acompanhe!

— ESTRUTURA DOS FIOS —

1. QUAIS SÃO AS DIFERENÇAS ENTRE UM FIO NORMAL E O BRANCO?

DM / Cabelo branco natural ou descolorido tem ausência de pigmento, ou seja, de melanina.

2. QUAIS AS MUDANÇAS ESTRUTURAIS QUE O CABELO DESCOLORIDO SOFRE?

DM / O fio descolorido é diferente do fio branco! Para deixar o cabelo branco, retiramos o pigmento natural do cabelo com pó descolorante. Isso causa um desgaste estrutural da fibra capilar, como a perda de proteínas e da cadeia lipídica. Dependendo da intensidade do processo e do estado do cabelo, ele pode até quebrar. O branco é o fio naturalmente sem pigmento e mais rebelde.

3. QUAIS AS PRINCIPAIS DIFERENÇAS DE TEXTURA ENTRE FIOS BRANCOS NATURAIS E FIOS BRANCOS QUE RECEBEM COLORAÇÃO E FIOS DESCOLORIDOS?

MG / Além da diferença da coloração, os fios brancos também sofrem alteração de textura em relação aos fios pigmentados, sendo mais frágeis, ressecados e, por isso, podem quebrar com facilidade. Além disso, são menos maleáveis e mais grossos. Agressões externas abrem as cutículas com mais facilidade e, onde existe melanina no cabelo pigmentado, no branco se instalam bolhas de ar. Com a maior facilidade de absorver umidade do meio externo, os fios ficam arrepiados.

4. POR QUE FIOS BRANCOS/GRISALHOS AFINAM COM O TEMPO?

MG / O cabelo branco fica rebelde porque o folículo piloso envelhecido tem menor capacidade de se nutrir e produz menos queratina. O folículo atrofia e impede a produção de cabelo, por isso os idosos têm cada vez mais fios finos.

5. FIOS BRANCOS NATURAIS FINOS SOFREM MAIS E PRECISAM DE MAIS CUIDADOS QUE OS GROSSOS? POR QUÊ?

MG / Porque fios brancos têm menos proteína e são mais frágeis que os cabelos pigmentados.

6. FIOS BRANCOS ESTÃO RELACIONADOS COM QUEDA DE CABELO? POR QUÊ?

MG / Não, o que pode acontecer é maior fragilidade e quebra. A relação seria com a queda se correlacionarmos, por exemplo, os fatores causais de alguns

tipos queda e branqueamento dos fios, como por exemplo estresse, tabagismo, má alimentação e deficiência de vitaminas. Mas não é regra.

7. POR QUE AS MADEIXAS BRANCAS AMARELAM COM MAIS FACILIDADE?

MG / Porque sofrem um efeito foto-amarelante por conta da ação da radiação infravermelha, como a emitida pelo sol, invisível aos olhos, mas sentida na forma de calor.

8. O QUE FAZ O CABELO BRANCO AMARELAR COM O TEMPO?

MG / Os fios ficam amarelos porque são mais porosos e sofrem agressões com o excesso de sol, poluição, água do mar, cloro e até mesmo com a nicotina.

9. INSERIR PIGMENTO NO FIO BRANCO PARA DEIXÁ-LO PRATEADO, POR EXEMPLO, AJUDA A ENCORPÁ-LO?

AJ / Isso não muda a estrutura da fibra capilar. No caso de afinamento do cabelo, é necessário fazer hidratações com reposição de massa e máscaras em casa com produtos naturais, como óleo de coco, por exemplo. No dia a dia, xampus e condicionadores com ingredientes altamente nutritivos dão conta de mantê-los disciplinados.

10. QUALQUER TIPO DE CABELO PODE SER DESCOLORIDO OU DESPIGMENTADO?

AJ / Esse processo é bem agressivo aos fios e, se não estiverem saudáveis o suficiente, pode piorar completamente a estrutura do cabelo. Portanto, o ideal é fazer uma avaliação cuidadosa para saber se é preciso tratar as madeixas antes do processo químico.

11. OS CRESPOS SOFREM MAIS COM ESSES PROCEDIMENTOS?

AJ / O cabelo deve estar saudável para passar pelo processo de descoloração. Mas é preciso lembrar que esse tipo de fio precisa de alguns cuidados especiais por causa do ressecamento natural característico.

12. QUEM ALISA O CABELO OU FAZ QUALQUER OUTRO TIPO DE QUÍMICA PODE ADERIR A ESSA MODA?

AJ / Essa combinação – madeixas quimicamente tratadas e descoloração – não funciona bem, uma vez que os fios podem ficar sensíveis demais ou não atingirem o resultado de cor esperado. Para quem não vive sem o cabelo alisado, o profissional deve fazer primeiro a cor e depois o alisamento, com um intervalo de duas a três semanas.



13. OS FIOS DESCOLORIDOS PERDEM MAIS OU MENOS DENSIDADE QUE OS BRANCOS/ CINZA/PRATA NATURAIS? POR QUÊ?

AJ / Os fios descoloridos passam por um processo de abertura de cutículas para que a pigmentação seja removida do cabelo. Isso causa a perda de muitos nutrientes e de água –responsável pela densidade e hidratação das madeixas. Por isso, os fios ficam mais finos, diferentemente dos brancos, que são apenas mais ásperos e rebeldes.

14. MADEIXAS BRANCAS/PRATA/GRISALHAS PRECISAM DE REPOSIÇÃO DE MASSA?

DM / Precisam, sim. A falta de pigmentação natural deixa falhas na estrutura dos fios. Por isso, a reposição de massa faz com que o cabelo fique mais encorpado.

— CUIDADOS —

15. QUAIS AS PRINCIPAIS DIFERENÇAS ENTRE FIOS GRISALHOS NATURAIS E DESCOLORIDOS BEM CUIDADOS E OS QUE NÃO SÃO PASSAM POR NENHUM TIPO DE CUIDADO?

AJ / O cabelo grisalho natural é mais grosso e resistente, por isso precisa de tratamentos que hidratem, nutram e mantenha-os disciplinados. Além dos que evitem o tom amarelado nos fios. Os descoloridos são mais frágeis, pois perdem muitos nutrientes e a água, responsável pela densidade e hidratação. Esse tipo precisa de reconstrutores que devolvam a estrutura da fibra capilar. Caso contrário, ficam porosos, ressecados, opacos e cheios de frizz.

16. TOMAR SOL SEM PROTEGER OS FIOS BRANCOS OU GRISALHOS DANIFICA E/OU ALTERA A FIBRA CAPILAR? POR QUÊ?

MG / A melanina pode imobilizar parcialmente os radicais livres e bloquear a sua entrada na matriz de queratina do cabelo, além de absorver e filtrar radiações UV adversas. Portanto, a melanina é importante para proteção direta e indireta das proteínas capilares. Assim, para quem tem os fios brancos ou descoloridos, proteger a cutícula é importantíssimo para manter a integridade do eixo do cabelo.

17. QUAIS OS CUIDADOS QUE A CLIENTE QUE TEM ESSE TIPO DE CABELO (NATURAL OU DESCOLORIDO) DEVE TER COM SECADOR, CHAPINHA E BABYLISS?

AJ / Além dos tratamentos no salão e em casa, na hora de usar a chapinha, o secador ou modelador de cachos deve-se usar um protetor térmico. Existem muitas variações no mercado, mas o melhor é em spray.

18. EM CASA, QUAIS OS CUIDADOS BÁSICOS PARA QUEM TEM CABELO BRANCO, GRISALHO OU DESCOLORIDO?

AJ / Para as clientes com fios descoloridos, recomendo, pelo menos uma vez na semana, uma hidratação reconstrutora e que usem algum produto natural, como o óleo de coco. Já para as grisalhas ou com fios brancos, o ideal é que hidratem com produtos que nutram os fios, porém com uma pausa maior de tempo, a cada 15 dias.

19. OS FIOS DESCOLORIDOS DEMANDAM MAIS IDAS AO SALÃO QUE OS BRANCOS NATURAIS?

AJ / Sim, porque precisam de tratamentos para reconstruir o fio de dentro para fora. Já os brancos e grisalhos que, apesar de serem naturais, necessitam de cuidados para ficarem sempre sedosos e domados.

20. É POSSÍVEL CUIDAR DO CABELO BRANCO NATURAL E DO DESCOLORIDO COM XAMPU, CONDICIONADOR E MÁSCARA COMUNS (SEM PIGMENTO ROXO)?

DM / Sim, mas a função desse pigmento é desamarrelar os fios. Resíduos de agentes químicos da água, a ação dos raios solares, o uso do secador, acabam deixando o cabelo amarelado. Então, os produtos ‘roxos’ vão deixar as madeixas mais bonitas. Mas, eles não devem ser de uso contínuo. O ideal é aplicá-los de duas a três vezes por semana.

21. OS PRODUTOS USADOS PARA HIDRATAR ESSE TIPO DE FIO, TANTO O NATURAL QUANTO O DESCOLORIDO, PRECISAM CONTER PIGMENTO VIOLETA?

AJ / Não necessariamente. O cabelo descolorido é tonalizado para chegar a cor desejada. Aqui, o cabeleireiro vai dar as instruções corretas para tratá-lo. Já os



SILVER REFLEX SHAMPOO, KEUNE. Indicado para fios grisalhos, descoloridos, com reflexos, mechas e luzes. Realça a cor prata nos fios brancos e remove o amarelado de brancos, grisalhos, descoloridos, com reflexos, mechas e luzes. Contém Pantenol, que hidrata e proteínas do trigo, que nutre e fortalece o cabelo. SAC: www.keune.com/br/Onde-Encontrar; (41) 3342-9780

SILVER REFLEX CONDICIONADOR, KEUNE. Feito especialmente para cabelos platinados, brancos e louros acinzentados. Ele nutre, hidrata e fortalece os fios ressecados, alinhando a cutícula. SAC: www.keune.com/br/Onde-Encontrar; (41) 3342-9780



PLATINUM EXPRESS, DE SÍRIUS. Preenchedor instantâneo para deixar os fios cinza. Fácil de usar, permite resultado de cor a hora que o profissional aplica. Pode ser usado com ou sem enxágue para um resultado mais suave ou intenso. Protege do calor do secador, modelador de cachos e prancha, além de ser protetor solar e fortalecer o cabelo. SAC: (51) 3044-6000



SILVER CONDICIONADOR, K.PRO. Indicado para cabelos finos, descoloridos, clareados ou grisalhos, neutraliza suave e gradativamente os tons amarelados dos fios. Desembaraça e aumenta o brilho. Tem proteção solar efetiva, mesmo após o enxágue das madeixas. SAC: (11) 3842-3931

grisalhos e os brancos, que amarelam mais facilmente, precisam mesmo de produtos com esse pigmento.

22. COMO O PIGMENTO ROXO AGE NESSES TIPOS DE FIO?

DM / Ele é um neutralizador dos reflexos amarelos que o cabelo branco, grisalho ou descolorido apresentam com o passar do tempo.

23. SE A CLIENTE TIVER QUE ESCOLHER UM PRODUTO COM PIGMENTO ROXO PARA USAR NO HOME, QUAL SERIA?

AJ / É necessário que a pessoa use pelo menos um shampoo a cada 15 dias para remover o amarelado dos fios.

24. O USO CONTÍNUO DE PRODUTOS COM PIGMENTO VIOLETA PODE SOBRECARRREGAR O CABELO E DEIXÁ-LO ROXO?

AJ / Se a pessoa não souber usá-los corretamente, pode ficar com as madeixas púrpuras, sim! Isso acontece porque esses produtos têm a finalidade de remover o tom amarelado dos fios e não de clareá-los. O ideal é usá-los a cada 15 dias. Mas se o cabelo não estiver na cor desejada, o melhor mesmo é voltar ao salão para fazer uma totalização.

25. OS FIOS DESCOLORIDOS PRECISAM DE MAIS CUIDADOS QUE OS BRANCOS/ CINZA/PRATA NATURAIS? POR QUÊ?

AJ / Todos necessitam de cuidados. Tanto o cabelo descolorido quanto o branco perdem a melanina que, além de ser responsável pela cor dos fios, interfere também em aspectos como maciez e elasticidade. Porém, como os brancos não possuem essa proteína naturalmente, tendem a ser mais ásperos e rebeldes. Por isso, quem resolve assumi-los deve estar preparada para dobrar os cuidados diários com produtos altamente nutritivos para mantê-los sempre disciplinados e com brilho.

26. ESSE CABELO VAI SOFRER MAIS, POR EXEMPLO, PERDENDO MASSA, DENSIDADE, HIDRATAÇÃO?

AJ / Sim, por isso, é preciso investir em tratamentos que recuperam a massa, máscaras que contêm queratina e proteínas que reponham o que o cabelo acabou perdendo.

27. QUANDO HÁ PERDA DE MASSA CAPILAR, A REPOSIÇÃO DEVE SER FEITA NO SALÃO?

DM / Sim, mas precisa de manutenção em casa, para que os efeitos sejam mantidos. Isso porque os produtos só funcionam enquanto estão sendo aplicados. A partir do momento que a cliente para de usar, os efeitos acabam.

— TRATAMENTOS —

28. QUAIS SÃO AS SUBSTÂNCIAS QUE AJUDAM A REPOSIÇÃO DE MASSA NOS FIOS? ELAS ATUAM DA MESMA FORMA NOS FIOS NATURAIS E NOS DESCOLORIDOS?

AJ / A principal substância para recuperar a massa tanto de um cabelo descolorido quanto de um branco é a queratina, pois ela é responsável por 90% da estrutura do fio. Depois, tem as ceramidas, que compõem o folículo capilar, e outras proteínas e aminoácidos. Em madeixas quimicamente tratadas ou muito danificadas, é essencial fazer a reposição de massa semanalmente. Quando o profissional sentir que os fios estão mais fortes, esse intervalo pode aumentar para 15 dias. Já no cabelo branco natural, por mais que aparentem estar saudáveis, perdem massa com as agressões do dia a dia, como chapinha, sol e poluição, além da perda natural, é claro. Então, o ideal é fazer o tratamento a cada 20 dias.

29. TANTO OS FIOS BRANCOS/ GRISALHOS QUANTO OS DESCOLORIDOS PRECISAM DE XAMPU ANTI-RESÍDUO ANTES DA HIDRATAÇÃO?

DM / Não é obrigatório. Esse tipo de produto é indicado para pessoas que usam produtos de styling frequentemente ou se os fios estão muito sujos, ou seja, oleosos.

30. EXISTEM TRATAMENTOS VIA ORAL QUE MELHORAM A ESTRUTURA DO FIO BRANCO NATURAL E, CONSEQUENTEMENTE, A APARÊNCIA DELE?

MG / Existem medicamentos que previnem o aparecimento dos fios brancos e melhoram a estrutura do cabelo, como vitaminas e antioxidantes – vitaminas do complexo B, vitamina C, Cobre, Zinco e Ferro.



PIGMENTS VIOLET ASH .21, ALFAPARIF. Realça os reflexos louros frios e os fios grisalhos e brancos, neutralizados aquele amarelado indesejado. O produto pode ser usado pelo profissional e no home care da cliente. Nesse caso, o cabeleireiro indica o pigmento adequado para ela. SAC: 0800-0212652



YE SILVER COLOR SHAMPOO E YE SILVER COLOR MÁSCARA CONDICIONADORA, YELLOW. Sistema de tratamento de correção da cor. Os dois produtos juntos limpam, neutralizam os tons quentes (amarelos acobreados), tratam, hidratam e condicionam os fios, deixando-os macios, protegidos dos raios UV, livres de alteração de cor e com brilho intenso. SAC: 0800 021 2652 / www.yeprofessional.com



COLORANCE EXPRESS TONNING 10 SILVER, GOLDWELL. Mantém o tom de grisalho, sem reflexos amarelados indesejáveis. Com Pantenol em sua formulação, além de corrigir a cor, repara os fios. Sua aplicação leva cinco minutos no salão. SAC: sac@tbpcosmeticos.com.br



MÁSCARA ABSOLUT SPEED BLOND, INOAR. Contém óleo de argan, centaurea cyanus, azuleno e extrato de alecrim que ajudam a corrigir o amarelado de fios loiros e grisalhos, além de hidratar e devolver a luminosidade ao cabelo. SAC: www.inoar.com; (11) 4135-4555

31. É POSSÍVEL REVERTER O PROCESSO DE BRANQUEAMENTO DOS FIOS?

MG / De acordo com alguns estudos, a pirroloquinolínaquinona (pqq) ou metoxantín, um componente da estimulação mitocondrial, que age inibindo o processo oxidativo intra-mitocondrial, pode retardar a despigmentação do fio ou, eventualmente, até induzir a repigmentação do mesmo. Além disso, a catalase é uma potente enzima antioxidante e sua reposição protege o folículo piloso, mantendo ou regenerando a ação pigmentadora do cabelo.

— **QUESTÃO DE ESTILO** —

32. QUAIS TONS DE PELE COMBINAM MAIS COM CABELO CINZA E PRATA?

DM / Não são todos que ficam bem com fios brancos ou prata. Na minha opinião, as peles rosadas se adaptam melhor. Porém, vale lembrar que estamos em um momento de libertação na moda e na beleza, ou seja, se a pessoa quiser muito, combinando ou não, deve fazer o que a faz feliz.

33. E COM O BRANCO TOTAL?

DM / Só para esclarecer branco total é diferente do descolorido. No cabelo descolorido sempre sobra um resíduo amarelo. Eu costumo dizer que a mulher que decidi assumir o branco, precisa ter um excelente corte, estar sempre com as madeixas arrumadas e usar um mínimo de maquiagem. Caso contrário, passa uma impressão de desleixo, mesmo que os fios estejam bem cuidados.

34. POR QUE CADA VEZ MAIS MULHERES ESTÃO ASSUMINDO O CABELO BRANCO OU O GRISALHO?

AJ / Empoderamento feminino. A mulher que usa os fios brancos ou grisalhos, certamente será vista como uma mulher poderosa, de personalidade forte, atitude e estilo. Ao aceitar a ordem natural da vida, ela passa uma mensagem de afronta aos padrões impostos pela sociedade. Outro ponto é a praticidade, pois colorir os brancos todo mês é trabalhoso e exige muitos cuidados com a cor. Além disso, o cabelo branco ou grisalho tende a ficar mais poroso, dificultando a cobertura da coloração. Porém, precisa ser igualmente bem tratado.

35. PARA O VISUAL FICAR MODERNO, SEM CARA DE VOVOZINHA, QUAIS SÃO OS CORTES MAIS INDICADOS PARA BRANCOS E GRISALHOS?

AJ / Muitas mulheres optam pelo cabelo curto, mas elas são livres para escolher o corte, seja longo, médio ou curto. Outro dia, atendi uma cliente de cabelo grisalho que quis fazer um long bob. E ficou lindo!

36. DÁ PARA USAR FRANJINHA OU POR CONTA DA TEXTURA DO FIO É MELHOR OPTAR POR UMA FRANJA LATERAL, MAIS LONGA?

AJ / Claramente, a franjinha terá de ter uma atenção maior na hora de modelar por conta da textura do fio.

— **HORA DE MUDAR** —

37. QUANDO A CLIENTE TEM MUITO CABELO BRANCO, É MELHOR USAR COLORAÇÃO PARA COBRI-LOS OU FAZER MECHAS PARA DEIXAR AINDA MAIS GRISALHO, QUASE TODO BRANCO?

AJ / Isso depende muito de pessoa para pessoa, há gente que goste de cobrir todos os fios, porém o retoque no salão é mensal. Já quem prefere fazer luzes, pode ir diminuindo aos poucos as mechas e deixar o cabelo cada vez mais natural.

38. SE A PESSOA TEM O CABELO TODO BRANCO E USA COLORAÇÃO HÁ MUITO TEMPO, É POSSÍVEL REMOVER A TINTA E DEIXÁ-LO NATURAL DE NOVO? COMO É FEITO O PROCEDIMENTO?

AJ / A melhor maneira de deixar os fios naturais é ir clareando aos poucos, mas existem inúmeras opções. Uma alternativa é partir para um loiro bem claro com mechas, deixar as madeixas crescerem, assumindo a raiz ou ir diminuindo a quantidade de mechas para mesclar com o grisalho. Aos poucos, os brancos naturais tornam-se os pontos iluminados no cabelo. Quem escurece o cabelo com tons escuros, como castanho, deve investir em luzes finas na cor original dos cabelos. Dessa maneira, o grisalho pode ir aparecendo gradualmente, sem chamar tanto a atenção no visual.



SHAMPOO SILVER RECHARGE, REDKEN.
Xampu colorante e fortalecedor para cabelos grisalhos e brancos. Elimina gradativamente o tom amarelado dos fios, dando brilho e luminosidade. Traz na fórmula proteínas para fortalecer e carboidratos para revitalizar, além de suplementos que encorpam, dão brilho e maleabilidade ao cabelo.
SAC: 0800-7017237



SHAMPOO SILVER SÉRIE EXPERT L'ORÉAL PROFESSIONNEL.
Indicado para homens que querem manter os fios grisalhos, o produto nutre, elimina o amarelado de grisalhos e brancos reavivando o brilho. Os aminoácidos presentes na fórmula deixam o cabelo macio e saudável.
SAC: 0800-7017237

39. QUAIS OS PROCEDIMENTOS QUE SÃO FEITOS NO SALÃO PARA QUE FIOS ESCUROS NATURAIS FIQUEM CINZA/PRATA/BRANCO SEM SOFRER MUITOS DANOS?

DM / Na verdade, nenhum procedimento deixa o cabelo com o tom exato do branco natural, além de detoná-lo. Sempre sobra um resto de pigmento e fica amarelo. Quando usamos o tom cinza para neutralizar, os fios ficam opacos, com a textura de uma peruca sintética. Por mais que usemos técnicas modernas e produtos de altíssima qualidade, esse cabelo vai ficar extremamente fragilizado.

40. EXISTE DIFERENÇA NOS PROCEDIMENTOS PARA DESCOLORIR CABELO MAIS CLARO E MAIS ESCURO? QUAIS?

DM / O que difere o procedimento de descoloração de um cabelo escuro e de claro é a volumagem do oxidante e o tempo de pausa. Mas os produtos são os mesmos. Quanto mais claro o fio, menor a volumagem do oxidante e o tempo de pausa. Resultado: menos danos à fibra capilar. E se o objetivo for um cabelo platinado mesmo, melhor será o resultado também. Já em fios escuros, acontece o contrário, por isso, eles ficam mais danificados.



TRIVITT FLUÍDO MATIZANTE, ITALIAN HAIRTECH.
Recomendado para os fios loiros e platinados. Protege o cabelo da ação das ferramentas de calor e das pontas duplas. Traz extrato de arroz, soja e palma na fórmula para hidratar e garantir longevidade às madeixas.
SAC: (11) 2095-8888



SHAMPOO HIDRATANTE SILVER SLIM, LOWELL.
Possui fórmula exclusiva com pigmentos cinza prateados que neutralizam os tons indesejados. Ideal para fios grisalhos e brancos.
SAC: 0800-100829



COLORCARE COLOR GUARD, L'ANZA.
Spray que evita o desbotamento da cor causado pela água e protege os fios da ação dos raios ultravioleta. Deixa o cabelo macio e brilhante sem pesar. Deve ser usado antes do xampu, para as madeixas não desbotarem e, depois da lavagem, com o cabelo seco com a toalha, antes de finalizar e secar com o secador.
SAC: www.lanzabrasil.com.br; (11) 5182-9555



SHAMPOO COLOR RECHARGE COOL BLONDE, WELLA PROFESSIONALS.
Xampu para cabelos loiros coloridos em tons frios e platinados. A fórmula com pigmentos neutraliza o amarelado, dá vida e intensidade aos tons loiros. O resultado são fios limpos, macios, com cor intensa e brilhantes.
SAC Coty Professional Beauty: 0800-7029966



CHAMPÔ DE BELEZA, SCHWARZKOPF.
O xampu limpa suavemente, devolve a juventude e refina a cor de fios grisalhos e brancos. Sua fórmula exclusiva traz Q10+ e extratos de pérola que estimulam a produção de queratina e deixam o cabelo brilhante, com movimento e vitalidade.
SAC: 0800-7042334

COMPLETO COMO BARBA, CABELO E BIGODE


TRATAMENTO PROFISSIONAL PARA OS ESPECIALISTAS EXIGENTES

MED FOR MAN oferece além de cabelos e barba muito bem cuidados, hidratados e alinhados, uma experiência sensorial ímpar a cada produto utilizado.



SHAMPOO • BALM • COVER GEL
PARA CABELO E BARBA



medforman.com.br •   /medforman

Telefone: +55 11 5070-0400

Seja um distribuidor MedforMan. Entre em contato conosco!

M:M
MED FOR MAN



VIOLET SHAMPOO, JOICO.
Xampu sem sulfato, neutraliza e previne o amarelamento causado pela oxidação natural dos pigmentos nos cabelos loiros e grisalhos.
SAC: www.joico.com.br



TRATAMENTO DE MATIZAÇÃO VIOLET SUPER HUE, MEDITERRANI.
Produto exclusivo de uso profissional, promete mais hidratação, maciez e brilho. Criado para tratar cabelos loiros, descoloridos, com mechas, brancos ou grisalhos, traz nova fórmula com o óleo de linhaça que tem propriedades regeneradoras, além de dar força e resistência aos fios.
SAC: www.mediterraniprofessional.com.br



BLONDE SUBLIME SHAMPOO, PROFESSIONAL E HOME CARE, REVLON PROFESSIONAL.
Realça a luminosidade de cabelos brancos e louros. Evita o desbotamento, neutraliza o tom amarelo e hidrata as madeixas, fortalecendo sua estrutura interna. Ajuda a manter a uniformidade da cor. Possui proteção UVA e UVB e ação anti-aging.
SAC: www.revlonprofessional.com.br



PLATINUM BLONDE XAMPU, PAUL MITCHELL.
Com fórmula dupla, matiza e desamarela ao mesmo tempo em que recupera os fios danificados pelos processos de coloração ou descoloração.
SAC: 0800-7016222



WE  ITALIAN STYLE

No salão ou em casa, **Yellow Nutritive** é a linha completa para quem deseja cabelos rapidamente saudáveis, nutridos e brilhosos! Fórmula exclusiva com um precioso cocktail de nutrição, que inclui **Óleo de Argan**, **Óleo de Coco** e **Aloetrix**. Criada especificamente para nutrir, hidratar e dar mais brilho e vida ao seu cabelo. **Uma verdadeira bomba de nutrição para os cabelos secos!**

ALFAPARF GROUP

Bianca Van Zwieten

APRESENTA

COVER #15

Deise Garcia

SER CABELEIREIRA SIGNIFICA...

Nunca ter um momento de tédio na minha vida.

BELEZA PARA MIM É...

Personalidade e coragem.

MINHA INSPIRAÇÃO VEM DE...

Arte e Cultura.

EU AMO MEU TRABALHO PORQUE...

É minha arte e minha maneira de me expressar.

EU TENHO UM SONHO SOBRE MINHA CARREIRA...

Na verdade, eu tenho muitos..

MINHA OBRA DE ARTE ATÉ AGORA FOI...

Esta série premiada.

VOCÊ NÃO ME CONHECE? AQUI VÃO 5 SEGREDOS...

1. Eu sou uma perfeccionista.
2. Eu amo cachorros.
3. Eu moro na cidade, mas quero me mudar para o mar.
4. Adoro surfar; minhas férias favoritas estavam na verdade em Itacaré.
5. Eu preciso de muito sono para ser criativa



Photography: G+K Photography
Make-up: Magdalena Loza
Styling: Lieve Gerrits
Hair: Bianca van Zwieten
for Sjenkels
Hair Assistants: Sarah Schaap,
Fabian van der Steen, Susanne
van Ingen, Emma van der Pelt
& Rozan Zonneveld for Sjenkels
Models: Known Model
Management, The Coven
Models, Elite NL, De Boekers





VOCÊ PODE CRIAR, NÓS GARANTIMOS!

*Tôta proteção no
processo da cor*



1 MEDPLEXX ESTABILIZADOR

Fórmula revolucionária que previne e minimiza os danos comuns aos cabelos submetidos à química.



2 PH EQUALIZER

Equaliza o pH dos fios, por meio de sua ação acidificante, desembaraça completamente e mantém os cabelos sedosos, macios e brilhantes.



3 MEDPLEXX SOS

Máscara com alto poder ultra concentrado que devolve imediatamente a força e vitalidade aos fios no processo de cor.



Sallero

3 TIPOS DE PRANCHA

Prancha TITTAN 500F:
A superprofissional.

Prancha TITTAN 420F:
Aquecimento cerâmico
ultrarrápido.

Prancha TUTTI 420F:
Alisa e modela
cachos incríveis.

MUITAS OPÇÕES DE PENTEADO.



LION TITTAN 500F, TITTAN 420F E TUTTI 420F.
DESENVOLVIDAS E FABRICADAS NO BRASIL.

Compre no site ou pelo telefone:
www.liondobrasil.com.br
0800 777 0477 ou (11) 4899-5555



liondobrasil

Déjà-vu, uhu!

136

A temporada de desfiles de alta costura outono-inverno 2018/2019 no Brasil e no mundo trouxe alguns looks de beleza das passarelas já ganharam as ruas, em especial três clássicos queridinhos: o cabelo molhado, a risca aparente e a franja curta. Mas, apesar de serem bem usáveis, é importante saber para quem indicar e negar e quais produtos usar para produzir com estilo, sem pender para o old fashion





WET HAIR

As passarelas retrataram super o momento que estamos vivendo, da valorização da individualidade. “Essa liberdade permite criar fios úmidos por completo ou apenas na parte da frente e laterais da cabeça, soltos ou presos. Adoro todos eles, já fiz muito na São Paulo Fashion Week e faço regularmente na minha cadeira no salão, em noivas, inclusive”, afirma Ricardo Rodrigues, embaixador da Wella e cabeleireiro do Studio W Shopping Pátio Higienópolis, de São Paulo.

► **Sem cara de ‘saí do chuveiro’** O risco maior disso acontecer é com os ondulados. Daí o cuidado de, depois de alisá-los com secador e chapinha, jamais espalhar um produto que molhe os fios. Na prática, esqueça gel e mousse e vá de pomada com brilho. “Outra ideia para controlar os cachos é colá-los na cabeça com gel de alta fixação, colocar uma rede de bobes na cabeça e passar o secador com difusor”, ensina Ricardo Rodrigues. Se preferir, ainda dá para assumir um look anos 1950: é só jogar o cabelo para o lado, molhar e esticar bem a parte que ficou mais curta e na outra passar um pente largo, para deixá-la mais soltinha.

► **Sempre funciona** Fios lisos penteados para trás, concentrando o efeito wet na frente e nas laterais da cabeça, como fez a Marni, é tiro certo. O comprimento e as pontas podem ficar limpos ou então serem trabalhados num babylliss levinho, só para criar um contraste interessante. Quem busca algo ainda mais sofisticado, pode fazer como Alexander McQueen e ir de raiz molhada esticadíssima e comprimento seco preso num coque, que também poderia ser um rabo-de-cavalo. Já se a intenção é fazer algo sexy, uma boa aposta é o messy inteiramente molhado, solto e displicentemente jogado para o lado, como o usado pela Maison Martin Margiela.

► **Produtos que ajudam** “Há os que gostam de mousse, óleo ou pomada, mas eu prefiro o bom e velho gel de efeito molhado. Apenas quando quero um toque menos rígido, faço uma misturinha dele com creme hidratante, ambos na mesma proporção”, completa Ricardo Rodrigues.

RISCA

Mais do que um penteado, ela é um acessório de moda, já que tem a incrível capacidade de transformar até o mais slim dos looks – ou a falta deles, como o cabelo com aspecto de seco ao natural e displicentemente partido ao meio no desfile de Stella McCartney. “Para quem gosta de produção e modernidade, o grafismo alcançado pela grife Valentin Yudashkin, com risca partindo do meio para a frente da cabeça, na diagonal, ora direita, ora esquerda, sempre com os fios passando sobre a testa, como se fossem uma franja, é uma excelente inspiração”, sugere o cabeleireiro Ricardo Rodrigues.

► **Sem cara de antiga** O toque de atualidade está em estender o mesmo cuidado que se tem ao fazer a risca para o restante do cabelo. “Se você faz um superchapado, precisa agregar algo que o faça parecer mais beauty lady, como fixar as laterais atrás das orelhas ou prender um rabo-de-cavalo”, exemplifica Ricardo Rodrigues.

► **Sempre funciona** Respeitar o caimento natural do cabelo na hora de fazer a risca é o truque para evitar raiz levantada e mau caimento dos fios, principalmente se quiser fazer o comprimento ondulado ou cacheado. Mas, nada que não possa ser resolvido com uma boa escova e prancha (já feitas para o lado que deseja a risca) e produto, especialmente se o cabelo for crespo. Caso contrário, ele vai sair do lugar e a marcação, desaparecer.

► **Produtos que ajudam** Tudo depende do efeito que se quer dar. Um look natural pode ser construído apenas com spray leve, para evitar frizz, enquanto a risca que você quer que apareça exige pente fininho mais gel ou pomada seca ou com brilho.





FRANJA CURTA

A baby fringe é ousada, é fashion, e deixa a testa, os olhos e as sobrancelhas em evidência. “Seu retorno é ainda mais legal porque ela chega mostrando que nem só as lisas podem adotá-la. Prova disso é que teve até modelo cacheada de franjinha nos últimos desfiles!”, comemora Ricardo Rodrigues. “Porém, é fato que a também chamada baby bangs fica mais harmoniosa em quem tem rosto oval”, completa o cabeleireiro Julio Crepaldi, de São Paulo. Já o hairstylist Marcos Proença notou que na Coach as modelos que tinham franjas ficaram com elas divididas ao meio. “Assim, o que parecia infantil, ficou moderninho”, diz ele.

► **Sem cara de ‘cortei torto’** “Pode até soar contraditório, mas a irregularidade da base da franja exige manutenção constante, para ficar cool”, avisa o cabeleireiro Julio Crepaldi, de São Paulo.

► **Sempre funciona** Para a baby fringe fazer uma bela moldura no rosto é preciso cortá-la pensando não só em acertar no comprimento, mas também no volume, que deve ser mais fit. E, se pintar dúvida sobre seguir ou não a tendência, uma ótima saída é experimentar um aplique.

► **Produtos que ajudam** Dedicção para manter os fios no lugar é outra exigência básica para quem decide investir no look. Nesse sentido, xampu a seco é item essencial, já que o contato constante dos fios com a pele favorece a oleosidade, bem como o aspecto de sujo e bagunçado da franja.

A NIEMEYER / BACKSTAGE INVERNO 2018 / SPFF
SERGIO CADDAH / FOTOSITE

Da planta ao produto final
Óleos essenciais 100% natural

Lavanda - Relaxar Lemongrass - Detox Citronela - Repelente Menta Piperita - Fresh

Comercial: (11) 3060-8816
suporte técnico e comercial exclusivo

wnf.com.br

SEMI DI LINO 4.0



O staff da marca: **Julia Alves**, diretora de marketing da Alfaparf Milano no Brasil; **Rubem Ugarte**, diretor de educação global e **Pablo Carril**, diretor comercial da Alfaparf Brasil



A linha de tratamento capilar que marcou época – SEMI DI LINO, da Alfaparf Milano –, cresceu e ganhou nova roupagem. Querida e conhecida por 10 em 10 cabeleireiros no mundo todo, ela passa por mudanças para atender o novo consumidor e prova que o que é bom, tem vida longa. Para celebrar este verdadeiro “acontecimento”, a marca organizou um evento em São Paulo que reuniu a imprensa, digital influencers, bloggers e executivos da Alfaparf do Brasil e da Itália. “O portfólio da linha foi ampliado para atender as demandas da clientela e as necessidades do cabelo. Mas tudo foi pensado de forma a não perdermos a identidade e nem a entrega dos produtos – já que o brilho e a maciez dos fios obtidos com Semi di Lino são incomparáveis”, explica Julia Alves, diretora de marketing da Alfaparf Milano do Brasil.

A linha, que se divide em várias categorias (hidratar, nutrir e regenerar), traz em sua formulação um mix de tecnologias inovadoras com urban defense pro (ativo anti-poluição), shine fix complex (ativo que garante 24 horas de poder iluminador após a aplicação) e color fix complex (ativo anti-oxidação e desbotamento da cor). “O brilho intenso e a cor radiante são os desejos nº 1 da cliente. O salão oferecerá um protocolo de beleza Semi di Lino em 3 fases – detox, cuidados e gloss, garantia de um resultado único”, explica Rubem Ugarte, diretor internacional de educação da marca.

“Tudo foi pensado de forma a não perdermos a identidade e nem a entrega dos produtos – já que o brilho e a maciez dos fios obtidos com Semi di Lino são incomparáveis”

— **Julia Alves**, diretora de marketing da Alfaparf Milano no Brasil



HAIR BRASIL: a feira dos profissionais





Em sua 17ª edição, a Hair Brasil mostra que se mantém atenta às mudanças do setor e do mundo. Prova disso é que otimizou espaços, reduziu show com apelo de varejo e apostou firme na grade de educação e compartilhamento de conhecimento. “Nossa busca é por visitação qualificada. Não perdemos nunca o foco no profissional de beleza. Por isso, além dos lançamentos de produtos e técnicas, investimos em ações que façam os negócios decolarem”, explica Jeferson Santos, diretor da Feira.

Nos quatro dias do evento, a programação foi intensa: congressos, oficinas, workshops, palestras. Também foram lançados diversos produtos – com atenção especial para linhas masculinas, equipamentos mais silenciosos, ergonômicos e práticos e formulações veganas, grande tendência mundial. “Capacitação é a palavra de ordem e sempre esteve no nosso DNA. Em um mundo globalizado, a educação é o caminho para se fazer a diferença no mundo dos negócios”, diz Antonio de Carvalho Junior, gerente geral da Hair Brasil.

17ª
edição

4
dias de
evento

900
expositores

95mil
visitantes

25
países
representados

6%
de crescimento
de visitação
(em relação à 2017)

20 milhões

na estrutura, montagem, decoração, divulgação e organização do evento



“Nossa busca é por visitação qualificada. Não perdemos nunca o foco no profissional de beleza. Por isso, além dos lançamentos de produtos e técnicas, investimos em ações que façam os negócios decolarem”

— Jeferson Santos, diretor da Feira



“Capacitação é a palavra de ordem e sempre esteve no nosso DNA. Em um mundo globalizado, a educação é o caminho para se fazer a diferença no mundo dos negócios”

— Antonio de Carvalho Junior,
gerente geral da Hair Brasil

DARK OIL E SUBLIMATE.
A EVOLUÇÃO DO STYLING

PROFESSIONAL
SEBASTIAN

NOVO
DARK OIL
ÓLEO A BASE DE ARGAN


Reconstrói de dentro para fora, com um brilho sobrenatural. Tem textura leve, sem resíduos e com proteção térmica e UV. Cabelos 2x mais macios.*




NOVO
SUBLIMATE
CREME ANTI FRIZZ

Aumenta a durabilidade da escova. Alinha as pontas duplas. Finalização leve e invisível.

NOS MELHORES SALÕES DE BELEZA.

 facebook.com/SebastianProfessionalBrasil

 @sebastianpro_official

sebastianprofessional.com

*Por até 48h em comparação a cabelos não tratados.

ITALLIAN HAIRTECH: Roma 2018

152

A fim de prestigiar seus colaboradores, a marca organizou um encontro muito especial com os participantes do grupo de distribuidores denominado Roma. Próximo de São Paulo, no Novotel, em São José dos Campos – porém, “longe” o suficiente para um clima de maior calma e descontração, durante um dia inteiro (e parte da noite), os convidados receberam informações para seus negócios, conheceram as novidades em linhas e produtos e compartilharam conhecimento. “Nós criamos um verdadeiro plano de carreira para nossos distribuidores. O grupo Roma é o que está no topo e, por mérito, tem acesso privilegiado a muitas ações. Com isso, criamos a expectativa e a possibilidade real de quem pertence aos outros grupos de subir e crescer na empresa”, explica Décio Alcântara, gestor de marketing.

Além de palestras motivacionais, da apresentação da linha Trivitt renovada, dos novos caminhos da educação dentro da Itallian Hairtech e das promoções para os próximos meses, falou-se muito sobre um produto em especial que promete ser o novo “Darling” dos profissionais: ‘O Segredo do Cabeleireiro’, da linha Trivitt, que conta com a tecnologia KAPs (Keratin Associated Proteins) - proteínas que representam quase 50% da composição da fibra capilar. Segundo Victor Hugo, Coordenador Técnico da Itallian Hairtech, é importante também destacar na formulação, a Trealose, um diglicérido extraído da seiva da flor da Ressurreição que além de promover vitalidade e hidratação potencializa a coesão entre todas as tecnologias envolvidas.



DA ESQUERDA PARA A DIREITA: **Nilton Malagoni**, Gerente Comercial, **Milton Belisario**, Diretor Comercial, as modelos da linha Trivitt: **Priscila Molinari**, **Brena Mosna**, **Juliana Quesada**, **Milton Márcio Carbonare**, Presidente e **Décio Alcântara**, gestor de marketing.



STREET STYLE INSPIRATION

154

A marca holandesa de cosméticos profissionais, **Keune Haircosmetics**, reuniu em uma grande festa no Nacional Club, em São Paulo, haistylists e convidados. O motivo de tamanha grandiosidade? O lançamento da plataforma online Keune Street Salon (www.streetsalon.com) e da inovadora linha Ultimate Power Blonde. Além das novidades, um show seguido de um desfile, apresentado por Fábio Arnhold – Creative Master da marca – e Tiago Aprígio, embaixador de Keune, mostrou o que cabeleireiros com diferentes perfis podem criar com os novos produtos e, a partir das criações, inspirar os ávidos por conhecimento. Antes da balada que lacrou a noite, os convidados puderam conhecer de perto Yolli Ten Koppel, Diretora Criativa da Pivot Point Internacional.





INSPIRAÇÃO PARA CRIAR

A ideia da plataforma Street Salon é ser fonte de inspiração traduzindo o conceito da marca que é o incentivo à beleza verdadeira. Nela, hairstylists do mundo inteiro terão o melhor da moda de rua quando o assunto é cabelo – estilo, corte e cor. A grande sacada é que todos os looks vêm com passo a passo (em foto ou vídeo) e sugestões de produtos para aquele resultado. Basta o cabeleireiro se cadastrar gratuitamente. Ali, ele pode reunir seus looks favoritos, compilar moodboards e compartilhar suas próprias criações. “Profissionais de diferentes partes do mundo contribuem para a plataforma, o que faz com que todos tenham acesso a diferentes tendências e estejam por dentro das novidades sempre em primeira mão, praticamente no momento em que determinado look se torna o queridinho do momento”, explica Silmara Perla, diretora de marketing da Keune. Segundo ela, por meio do App e do site Street Salon, os hairstylists terão acesso a tudo o que compõe aquele look, ou seja, como fazer o corte, a cor e a finalização, além dos produtos ideais para cada um. Silmara reforça que a plataforma é um guia de tendências que vai estimular os cabeleireiros a saírem de sua zona de conforto para arriscar novas criações, porém, com uma base educacional. Tiago Aprígio vai além:

“Acredito que a Keune tem um super potencial para ser líder de mercado. E a grande tendência a ser seguida é a de cabelos cada vez mais saudáveis e com cores inspiradas em tons mais naturais.”

DESFILE DE CRIATIVIDADE

Aqui no Brasil, o Street Salon começou no palco com uma revista de referências que está disponível no site da marca – www.keune.com/br. Para criar esses looks, Silmara conta que a Keune selecionou, em conjunto com salões parceiros, profissionais talentosos, atentos às preferências de suas clientes, e que mereciam ter esse tipo de visibilidade na carreira. Os escolhidos foram Marília Tambasco, Marcos Proença Cabeleireiros, Evandro Ângelo, C.Kamura, Rey, Salão 1838, Pugliesi, Studio W, Aryadne Scandaroli, Homa Elite Salon, Ivan Fonseca (L)oft Hair Boutique, Sabdra, Olegario Cabeleireiros e Leo Strong, Pelle&Capelli Hair Clinic. “Eles receberam um treinamento exclusivo com o Fábio Arnhold”, revela. A diretora de marketing explica que essa escolha tem tudo a ver com o conceito da marca que é valorizar a verdadeira beleza, diretamente ligada ao respeito pelas preferências pessoais de cada profissional. No palco, sob o comando de Tiago Aprígio, os eleitos brilharam com suas criações inspiradas no street style, na moda de rua.



Look de Aryadne Scandaroli, do Homa Elite Salon



Look de Sandra, do Olegário Cabeleireiros



Look de Léo Strong, do Pelle&Capelli Hair Clinic



Look de Ivan Fonseca, do (L)oft Hair Boutique



Look de Evandro Ângelo, do CKamura



Look de Yolle Ten Kopel, da Pivot Point International



Look de Pugliesi, do Studio W



Look de Rey Moreira, do Salão 1838



Look de Marília Tambasco, do Marcos Proença Cabeleireiros



MADEIXAS SAUDÁVEIS

O lançamento da linha Ultimate Power Blonde também causou durante o evento. “Essa é nossa grande aposta. Isso porque o produto tem características bem diferentes e mais atrativas para os profissionais. Além disso, temos nossa qualidade e a preocupação em descolorir o cabelo, mantendo a saúde dos fios”, explica Tiago. Silmara Perla revela que o produto é formulado com proteína do trigo e da seda, tem baixo teor de amônia e um aroma mais suave, para proporcionar uma experiência única à cliente. “Este novo pó descolorante dá velocidade ao trabalho do profissional, mesmo quando utilizado com um oxidante de volumagem baixa, preservando ainda mais a estrutura capilar. A textura também está mais adequada às preferências dos cabeleiros brasileiros, pois facilita

a aplicação”, detalha a diretora. Além do pó descolorante, novas opções de tonalizantes completam a linha e já estão disponíveis no mercado.

BÔNUS DA NOITE

Quem foi ao evento pode assistir a uma palestra exclusiva sobre tendências, lifestyle e como construir coleções a partir de mudanças comportamentais vinda das ruas com Yolly Ten Koppel. A diretora criativa da Pivot Point Internacional (rede internacional de academias de formação profissional) e renomada design de cabelo, é também head da Semana de Moda de Amsterdam, na Holanda, e artista presente em shows das principais marcas de cosméticos mundiais em mais de 20 países, e em capitais da moda, como Tóquio, São Paulo, Milão e Nova York.



PAUL MITCHELL:

Beyond Black & White Brasil

A Oito Brasil Distribuidora, responsável pela Paul Mitchell no Brasil, trouxe para nosso país o maior evento internacional da marca: o show Beyond Black & White Brasil. Voltado para profissionais do setor, além das apresentações de tendências de hair no palco, os presentes tiveram a oportunidade de conhecer o mito John Paul DeJoria. Cofundador e Presidente da Paul Mitchell, ele é um dos mais importantes empresários americanos e filantropo. Em 2011, John Paul estabeleceu a Fundação Paz, Amor e Felicidade de JP como um centro para seus investimentos de caridade, que apoiam os valores fundamentais de suas empresas: sustentabilidade, responsabilidade social e respeito com os animais.



O ESPETÁCULO

Durante um dia inteiro, o teatro Frei Caneca, em São Paulo (SP), os beauty artists foram impactados por um desfile de tendências de corte, cor e penteados para 2018. Com verdadeiras aulas no palco, os artistas da marca Stephanie Kocielski, Donna Mizell, Leonardo Foresti, Paula Roveroni e Rodolfo Nunes cortaram, estilizaram e finalizaram diversos looks.





“Paul Mitchell é (e sempre será) dedicada a tornar nosso mundo, um lugar melhor. Fomos a primeira empresa de beleza profissional a lutar contra testes em animais e temos sido os líderes globais na luta para proteger os consumidores contra produtos adulterados. É visível nosso comprometimento e esforço em cuidar das pessoas e do planeta”

— John Paul DeJoria

QUEM SÃO OS ARTISTAS PAUL MITCHELL



Stephanie Kocielski, Vice-Presidente de Relacionamento com Clientes VIP para a John Paul Mitchell Systems. Viaja o mundo, há mais de 30 anos, formando cabeleireiros para a Paul Mitchell.



Donna Mizell, Educadora Internacional Paul Mitchell. Especialista em coloração corte e estilo, atua pela marca desde 1999.



Paula Roveroni, Educadora Global Paul Mitchell, formada na Paul Mitchell The Scholl, da Califórnia, onde foi professora. Hoje é responsável pela educação Paul Mitchell no Brasil.



A EMPRESA

Em 1980, dois amigos tiveram a inspiração de criar uma companhia que auxiliaria no sucesso de cabeleireiros ao redor do mundo que ofereceria produto de luxo a preços acessíveis. Com apenas 700 dólares, eles lançaram um sistema revolucionário em tratamentos de cabelos iniciando com três produtos: shampoo One®, shampoo Two® e The Conditioner®. Hoje o sonho deles é uma realidade. Atualmente, a Paul Mitchell® produz mais de 100 produtos de ponta para cuidados, estilo e cor dos cabelos e está disponível em mais de 85 países.

STAR TEAM

166

A Redken lançou, com uma mega party no Yatch Club, em São Paulo, a nova linha de produtos All Soft Mega e, de quebra, anunciou os novos embaixadores da marca no Brasil – Didier Sé e Lavoisier. Além das duas grandes novidades da noite, os convidados ainda assistiram a um show apresentado pelo artista internacional da marca, **Jorge João**, cabeleireiro de famosas, como Chiara Ferragni, Sky Ferreira, Charlotte Free, Erin Wasson e Winnie Harlow.





Tiago Carvalho, General Manager, da L'Oréal, e Camila Ribeiro, Diretora da Redken, ambos no Brasil, curtiram a festa também.

DUAS DÉCADAS EM TERRITÓRIO NACIONAL

Em 2018, a Redken, marca jovem, fashion, ousada, com uma pegada urbana original, comemora 20 anos no país. “Este ano é muito especial para nós e vai além de celebrarmos os últimos 20. Temos uma forte presença internacional – somos a número #1 nos Estados Unidos, e iremos trazer toda essa potência à tona por aqui”, diz Camila Ribeiro, diretora da Redken no Brasil. Ela explica que a escolha dos embaixadores faz parte de uma estratégia de lançamento de produtos, ações de marketing e ativações. De acordo com Camila, a primeira novidade do ano foi o lançamento da linha All Soft Mega, recomendada para quem tem madeixas extremamente ressecadas – segunda maior queixa da mulher brasileira –, que conta com o poderoso SuperFood Nutri-Complex, à base de três ingredientes naturais supernutritivos, como o óleo de sacha inchi, aloe vera e extrato de cactos.

ESCOLHAS DE PESO

Segundo Camila, Redken é uma marca cool e jovem, que traduz toda a vibração e inquietação da cidade de Nova York para o mundo. “Precisávamos reforçar esse espírito no Brasil. Por isso, buscamos cada vez mais nos aproximar do cenário fashion. Nossa ambição é revolucionar a forma como vemos as tendências, como elas transitam e surgem não apenas na passarela, mas também na rua, no salão. Por isso escolhemos dois nomes que são referência no mercado profissional e irão nos ajudar a traduzir tudo isso em conteúdo, tendências e cursos”, detalha a direto-

ra. Ela diz que escolher Didier Sé e Lavoisier como embaixadores no Brasil significa trazer, por meio da visão de mundo de cada um deles, inovação para os profissionais. Com eles, Camila acredita que Redken estará cada vez mais conectada com o mercado e com o mundo fashion. “Lavoisier é super ligado no que vem das passarelas, além de ser queridinho das celebridades. Já o Didier transforma o mundo ao seu redor em tendências que leva para dentro do salão no dia a dia. Ambos inspiram e criam, são provocativos e desafiadores, a cara da marca”, explica.

ARTISTAS E EDUCADORES

A ideia de ter dois profissionais como Didier e Lavoisier é empoderar os profissionais e munir os salões com ferramentas que fazem aprender melhor e ganhar mais. “Nossos artistas têm paixão por educar e por criar, e nossos embaixadores serão cruciais nesse processo”, afirma Camila Ribeiro. De acordo com a diretora da marca, eles terão papel fundamental na criação de conteúdos e adaptação de tendências, além de dar um toque brasileiro aos lançamentos internacionais. Segundo Camila, a Redken sempre trabalha muito perto de seus embaixadores internacionais, como Guido Palau e Jorge João. “Mas quisemos ousar porque o Brasil é um país muito rico e criativo, com profissionais incríveis, que inspiram o mundo. Por isso, estamos trazendo dois grandes nomes brasileiros para se juntar a esse time, sendo referência no país”, explica. Outra característica da marca é a diversidade. Não à toa, a empresa também conta com Carol Marra, modelo e atriz transexual, sinônimo de beleza e personalidade.

CONHEÇA AS ESTRELAS DA MARCA



DIDIER SÉ

Inspirado pela mãe e por seu irmão, se tornou cabeleireiro há 16 anos. Durante toda a sua trajetória, assinou a beleza em editoriais de revista, campanhas publicitárias e fez parte de equipes de desfiles nacionais e internacionais. O beauty artist busca sempre inspiração nas tendências de moda, nas redes sociais e nos hot spots das principais cidades do Brasil e do mundo para levar novas influências às suas clientes no salão. Para ele, ser embaixador da Redken no Brasil, foi uma surpresa. “Sempre fui apaixonado pela marca, mas não imaginava que eles me procurariam”, revela. Didier conta que tem uma ligação com o universo urbano e nova-iorquino da marca e que isso vai trazer para ele uma bagagem muito rica e atual do mundo da moda.



LAVOISIER

Há 14 anos, o hairstylist e makeup artist é reconhecido no Brasil pelo trabalho impecável que realiza. Ele sempre admirou a Redken como marca profissional e diz que essa parceria era um sonho. “Ter uma marca tão séria apoiando meu trabalho – que é o de finalização – coroa um momento muito importante da minha carreira. Concretiza e solidifica minha experiência com cabelo.”, comemora. Sobre conciliar duas marcas tão fortes no mercado da beleza, mas com públicos totalmente diferentes, Lavoisier garante que vai dar conta. “Eudora está comigo há sete anos. Eles ficaram muito felizes por eu ter recebido o convite da Redken porque sabem da importância desta parceria para o meu trabalho”, revela.

REVLON PROFESSIONAL: constante evolução

170

Como parte da estratégia global da marca de se fortalecer cada vez mais no mercado brasileiro – conforme nos revelou em recente entrevista exclusiva, o diretor Miquel Garcia –, a REVLON PROFESSIONAL trouxe o diretor técnico para a América Latina, Luis Spagnolo, para o Brasil. “A visita de Spagnolo teve como meta compartilhar todas as novas técnicas e estratégias com os profissionais brasileiros, inclusive com nosso máster group que conta com beauty artists como a Luciana Nilo e o Rogério Krisan”, conta Katia Coutinho, diretora de planejamento estratégico da World Comexx, empresa que comercializa a Revlon Professional no país. “Com a experiência que eu tenho em educação, este tipo de curso é imprescindível para nos dar uma ideia do que a marca pretende. O conhecimento que ganhamos sobre os produtos e serviços é essencial!”, celebra Luciana Nilo. Rogério Krizan também compartilha do mesmo entusiasmo. “O conceito 360 é incrível. Nele conseguimos abranger tudo o que envolve o dia a dia da nossa profissão: corte, coloração, finalização. É perfeito para um resultado de excelência”. O encontro trouxe dois módulos com a metodologia da marca e, a partir da avaliação dos trabalhos – houve parte teórica e prática – os profissionais seguirão para o módulo 3, o mais difícil de todos. “Os dois primeiros módulos de educação premium trazem uma expectativa muito grande porque estamos treinando e capacitando uma equipe totalmente nova com as nossas técnicas de cor, corte e finalização. É um desafio grande de colocar em prática o que foi aprendido aqui a fim de podermos selecionar quem vai para o módulo 3”, diz Luis Spagnolo.





Eternal beauty hair treatment.

ALFAPARF apresenta a nova linha de tratamento Semi di Lino Reconstruction.

Toda tecnologia do **Urban Defence Pro** para a proteção contra a poluição aliada ao Shine Complex e Color Fix, complexos que oferecem brilho e proteção da cor, e Medula de Bambú + Cortex Repair, uma combinação de ativos naturais ricos em silício com ação reestruturante para a total reconstrução e fortalecimento da fibra capilar.

Porque a beleza eterna é o sonho de toda mulher.

#makemeeternal






PARA CABELOS DANIFICADOS
RECONSTRUCTION

REPARA
RECONSTRÓI
FORTIFICA.

Dia após dia a fibra capilar
adquire força e estrutura.



ALFAPARFMILANO.COM   

ALFAPARF
MILANO

Academy Collection

Hair: The International Creative
Team Led by Mark Hayes
Make-up: Daniel Koleric
Styling: Lucie Perrier
Photographer: Benjamin Vnuk





/ #BeautyCollections

Academy Collection
Sassoon



176



177



/ #BeautyCollections

Academy Collection
Sassoon

178



179



Rainbow Nation

Hair: Anne Veck for
Anne Veck Salons
Make-up: Melodie Biere
Styling: Lenie Boya
Photography: Desmond Murray
Collection sponsored by
Revlon Professional

Rainbow Nation
Anne Veck



Yamá

A linha de Pós Descolorantes da Yamá Cosméticos acaba de ganhar duas novas variantes para tons loiros, desenvolvidas especialmente para processos de descoloração que buscam atingir tonalidades peroladas e platinadas.



COM EXTRATO DE PÉROLA
Promove alto poder de clareamento para resultados perfeitos!

Com alto poder de clareamento, os Pós Descolorantes Perolado e Platinado são capazes de atingir abertura de até 9 tons em uma ação segura e eficaz.



NEUTRALIZA O AMARELO INDESEJÁVEL
Com exclusivo pó azul para uma ação eficaz e sem perfume.

THE BRAVE

Hairstyling and Colouring:
Candice Mckay using Davines
Photography: John Rawson
Make-Up: Lan Grealis
Stylist: Jared Green
Clothes: Black Coffee
Products: Davines

The Brave
Candice Mckay



The Brave
Candice Mckay





Hair: The Trevor Sorbie Artistic Team
Photographer: Matilda Temperley
Make Up: Nicky Weir
Styling: Thea Lewis Yates

Salon Collection









NIOXIN®



STYLIST CHOICE AWARDS
WINNER
behindthechair.com

16 Anos Consecutivos
Melhor tratamento para cabelos finos

A MARCA **Nº1 NO MUNDO**
PARA CABELOS MAIS
DENSOS E FORTALECIDOS*.

Resultados visíveis em 4 semanas.

Descubra a linha completa para
o seu salão e seus clientes.

*Baseado em análise de dados de vendas em valor em salões de beleza reportados pela empresa Kline - 2014



DESCOLORAÇÃO PERFEITA E LUMINOSA

*Suas mechas merecem
Cold Meches*



CLAREIA ATÉ 8 TONS!

Clareamento rápido, uniforme e controlado.
Fórmula azul de alto desempenho,
indicado para todas as técnicas de mechas.
Alto rendimento, disponível em 800g.

Hair: Alexander Kiryliuk,
Miguel Silva e Kílian Garrigós
Make: Miguel Silva
Styling: Tatiana Khvesechko
Photo: David Arnal

Fashion Tribe





#BeautyCollections

Fashion Tribe
SK Style Barcelona



H / #BeautyCollections

Fashion Tribe
SK Style Barcelona



ETHEREAL
P L A S M A

A MARCA DA RECONSTRUÇÃO CAPILAR

Resultado imediato, reconstrói qualquer dano na fibra e recupera a fisiologia natural do couro cabeludo e da raiz.



Seja um especialista WNF Ethereal Plasma e aplique tratamentos
DETOX • RECONSTRUÇÃO • HIDRATAÇÃO
no bulbo, couro cabeludo e haste.

WNF Ethereal Plasma usa princípios ativos 100% naturais com certificado de origem e plantações próprias.
A linha possui teste de eficácia e segurança, resultados comprovados e 100% de satisfação dos clientes.



PARABEN
FREE
MINERAL OIL FREE



ORGÂNICO
BRASIL

NÃO TESTADO
EM ANIMAIS



A.G.E.
BIEM



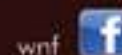
(11) 3060-8816

suporte técnico e comercial exclusivo



wnf.com.br

@etherealplasmaoficial



wnf