



MAKE UP / #15





INOAR


INSPIRADA EM VOCÊ

**TRANSFORME-SE COM
A LINHA INOAR MAKEUP.**



Experimente uma versão colorida de quem você é com uma seleção de cores clássicas e tendências para criar looks infinitos.

www.inoar.com

f   inoarbrasil



CATHARINE HILL
professional

LANÇAMENTOS 2018

Quer uma pele natural e luminosa? Nossos produtos proporcionam alta qualidade e um resultado impecável na maquiagem. Confira esses e outros lançamentos em nossa loja virtual ou em um dos nossos pontos de venda!

www.catharinehill.com.br





colormake.

Presente nos melhores momentos

 /colormakeart

 /colormakecosmeticos

11 3854 2200
colormake.com.br

M #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, empresários 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 realização 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 Milano, 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 contamos 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 competente Wilson Weigl. Nós adoramos!

Cesar Augusto *Wilson Weigl*

Hair Brasil 2019

13-16
ABRIL EXPO CENTER NORTE
SÃO PAULO



PRINCIPAL EVENTO de negócios e atualização do mercado de beleza profissional da **AMÉRICA LATINA**

Há 18 anos no mercado, a **HAIR BRASIL** é a maior vitrine da indústria de beleza profissional e vem contribuindo para o crescimento e desenvolvimento desse importante setor que se renova, assim como a feira, a cada edição.

95 MIL visitas na edição de 2018

+ DE 900 marcas expositoras

70% de crescimento nos inscritos nos eventos educacionais

Marcas investiram mais de **20 MILHÕES** em estrutura, promoção e divulgação no evento

Geração de negócios para os próximos **3 MESES**

HAIRBRASIL.COM
f t i @hairbrasilprofissional



Mua&Photo: Anastasia Voevodina @Avoevodina
Hair: Tatyana Lanskaya @Lanskayawork
Md: Alessandra Mars @Alessandra.mars

SUMÁRIO

13	BEAUTY FOR MAKE Produtos, acessórios e outras coisinhas	40	CONEXÃO BEAUTY EDITOR Produtos, técnicas, inspirações
18	BEAUTY PARFUM Luxo em gotas	44	BEAUTY MANIACS Júnior Mendes é pura festa
22	BEAUTY INTERVIEW NARS, o fenômeno da maquiagem	52	BEAUTY COVER Misturas by Edu Hyde
32	BEAUTY INSPIRATION @patmcgrathreal	58	BEAUTY TRAVEL Rússia em campo
34	BEAUTY ASK SPECIAL Illuminador, a nova base?	62	BEAUTY SPECIAL EVENTS A consagração da Ruby Rose
		66	BEAUTY COLLECTIONS



Soluções
Customizadas em
EAD.
Consulte-nos.





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)



SHAMIA SALEM
Editora



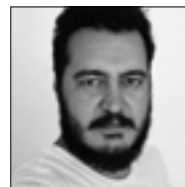
MARIA CECÍLIA PRADO
Editora



NICOLE RAMALHO
Editora



WILSON WEIGL
Editor



SHAMIA SALEM
editora



MARIA CECÍLIA PRADO
editora



NICOLE RAMALHO
editora

M / BeautyForMake / Redação
Produtos, técnicas e outras coisinhas

BEAUTY NAILS

QUATRO POR QUATRO

A Revlon, marca norte-americana reconhecida por seus esmaltes de alta qualidade, amplia a linha Nail Enamel com quatro novos tons: azul (Dreamer), rosa metalizando (Iced Mauve), prata (Sophisticated) e o clássico branquinho (Ethereal). Com a formulação exclusiva Silk-Silicone, que reveste toda a superfície da unha com uma camada de proteína da seda, a coleção oferece acabamento uniforme, livre de bolhas e manchas. SAC 0800 7733450 www.revlon.com.br



QUANTA POMPA!

Maria Pomposa é a nova marca premium de esmaltes. Ela chega em grande estilo, trazendo 14 tons de esmaltes cremosos que vão do branquinho ao nude e rosa claro ao roxo, amarelo ou ainda marrom. Todos os esmaltes da Maria Pomposa são 5FREE (livre de Tolueno, Formaldeído, DBP, Resina de formol e Canfora - permitido para gestantes), têm pincel SUPER FLAT, inédito no Brasil, com 600 fios e formato anatômico para uma esmaltação perfeita e esferas metálicas que conservam o esmalte, permitindo que seu conteúdo seja aproveitado até a última pincelada. "Acreditamos que para ser diferente é preciso dedicação, consciência coletiva e principalmente paixão. Juntando isso, trazemos ao mercado a marca "Maria Pomposa", um sinônimo de cosmético produzido conscientemente, que não causa prejuízo ao ser humano e a mãe natureza", explica Marcela Goulart, responsável pelo Marketing da MOHDA. SAC (11) 2746-7942 - sac@mohda.com.br

DEGRADÉ EM ALTA

A moda de usar várias cores juntas nas unhas voltou. E uma das opções mais bacanas é a que sugere um ton sur ton ou degradê, escolhendo tons parecidos entre si - um para cada unha. A Risqué sugere um Degradê com Ultra Violet usando os esmaltes Obsessão, Psico, Carmem, Violeta Chic e Turmalina. Um luxo que é a cara do inverno. SAC 0800 012 68 88



RUBY ROSE DÁ SHOW

Há 40 anos no mercado de cosméticos, 12 deles em terras brasileiras, a Ruby Rose está sempre em busca de tendências de sucesso mundial para inspirar e elevar a autoestima das mulheres. Prova disso é que segue batendo recordes e recordes de (bem-sucedidos!) lançamentos. Conheça os mais recentes:

ÁGUA MICELAR ULTRA. formulação à base de micelas que proporcionam um poder de limpeza maior, ajudando a equilibrar o Ph da pele e a remover a oleosidade. Sem contraindicação, pode ser utilizada no rosto, lábios e olhos, pois higieniza, suaviza, tonifica, hidrata e demaquila.

PALETAS DE SOMBRAS POCKET. são 15 novas paletas na versão compacta (não ocupam espaço), com tons cintilantes, nude, vibrantes, quentes e neutros. Todas as paletas vêm com um primer, para melhor fixação e pigmentação.

PALETAS DE ILUMINADORES POCKET. com 6 opções de cores, para todos os tons de pele, pode ser usada tanto de dia como à noite. Tem alta pigmentação e durabilidade e ainda pode ser levada na bolsa.

PALETA POCKET DE BLUSH, CONTORNO E ILUMINADOR. tudo em uma só paleta para levar na bolsa. Altíssima pigmentação e durabilidade.

PALETA DE BLUSH POCKET. tons democráticos e versáteis, que permitem a utilização de várias maneiras.

DARK, LIGHT E MEDIUM – PALETAS DE CORRETIVO E CONTORNO. em creme, com 6 cores cada, nas opções Dark, Light e Medium. Atende a todos os tons de pele.

PALETA DE ILUMINADOR E/ OU BRONZER MOSAICO. com 6 opções de cores e um leve brilho, deixa a pele com ar saudável e bronzeado.

SÉRUM FACIAL. são duas versões: uma para pele oleosa e outra para pele seca. Ambas têm alto poder hidratante, textura leve, absorção rápida e profunda, com princípios ativos concentrados possibilitando resultado eficiente. Sua aplicação deve ser realizada na pré-maquagem, por meio de massagens na superfície da face do centro do rosto para fora, até sua completa absorção, o que traz melhor resultado.

SÉRUM GOTAS DE ENCANTAMENTO - PELE OLEOSA. De uso diário, possui textura aquosa e não gordurosa que se adapta à pele e reduz a produção de sebo, além de ajudar na fixação da maquiagem, aumentando o período de duração no decorrer do dia. O produto, livre de óleo mineral, parabenos e corantes, confere alto poder hidratante, o que diminui a aspereza.

SÉRUM ENCANTO DA SEREIA – ALTO PODER HIDRATANTE. Desenvolvido para peles normais a secas, possui textura suave e de fácil absorção, alto poder hidratante, reduzindo a aspereza e proporcionando uma aparência saudável e radiante da pele.

SAC: www.rubyrosemaquiagem.com.br/



WASO, SHISEIDO.

Para atender as necessidades da pele da geração Milennial (entre 20 e 30 anos), sem perder a simplicidade que sempre norteou a marca, a Shiseido lança a linha Waso (wa = gentileza, harmonia e so = inspiração). O sistema Phyto Resist+ da WASO foi criado especialmente para peles jovens adultas instáveis, reforçando a barreira de proteção, incentivando sua capacidade de autorregeneração. E a fragrância suave e fresca relaxa e melhora o humor durante a rotina de skincare. (após o uso contínuo, muitas pessoas vivenciaram menos sintomas de fadiga, tiveram uma melhora na concentração e aumento na motivação). Cada produto contém um ingrediente especial:

- ▶ CENOURA para hidratação e nutrição - Shiseido WASO - Clear Mega-hydrating Cream e Shiseido WASO - Color-smart Day Moisturizer SPF 30.
- ▶ FOLHA DE NESPEREIRA para equilíbrio de oleosidade - Shiseido WASO - Quick Matte Moisturizer Oil-free e Shiseido WASO - Color-smart Day Moisturizer Oil-free SPF 30.
- ▶ TOFU para trazer suavidade - Shiseido WASO - Soft+Cushy Polisher.
- MEL para purificar - Shiseido WASO - Quick Gentle Cleanser.
- ▶ COGUMELO DAS NEVES (KIKURAGE) para hidratar - Shiseido WASO - Fresh Jelly Lotion. Cada produto WASO é testado dermatologicamente e não comedogênico.

SAC 0800 148023

TOALHA REMOVEDORA DE MAQUIAGEM, VULT.

A promessa é a remoção da maquiagem apenas com uma toalha, sem uso de produtos ou lenços demaquilantes - basta água morna. E o produto ainda faz uma leve esfoliação facial para retirar as células mortas. Isto é possível graças as microfibras de poliéster 100%. De um lado da toalha, há microfibras curtas que retiram a maquiagem de forma suave e delicada, e do outro, há microfibras longas, excelentes para esfoliar a pele delicadamente. A Toalha Removedora de Maquiagem também é reutilizável, basta lavá-la separadamente em uma temperatura de no máximo 40ºgraus, com detergente ou sabão, e colocá-la para secar na posição horizontal.

SAC: (11) 4736-8890 | sac@vult.com.br





PALETA MY BEAUTY CHOICES, OCÉANE.

Com design especial, o estojo vem com espelho acoplado e com 6 espaços vazios, ou seja, você o customiza com um dos 10 refs disponíveis a partir dos itens que utiliza mais no seu trabalho. É possível escolher entre blush, pó para contorno, iluminador e contorno para sobrancelhas, montando diferentes combinações. SAC (11) 3716-1664 / e-mail: atendimento@oceane.com.br

ESPONJAS DE SILICONE, KISS NEW YORK.

Forte tendência internacional, elas conquistaram o coração dos beauty artists por otimizarem o uso das maquiagens sem comprometer o acabamento perfeito. Por serem de silicone, material impermeável, não absorvem os produtos, o que garante que eles rendam mais, além de agilizar o processo de limpeza. Indicadas para aplicar produtos líquidos e cremosos, como base, corretivo e blush. São três versões, sendo duas com uma alça que facilita o uso: redonda, waterdrop (em formato de gota) e oval. SAC (11) 2369-4004



BRUME. Com extratos de Camomila, Chá Verde e Aloe Vera, a Bruma Hidratante (tendência absoluta em produtos) refresca, acalma e hidrata. Quando aplicada sobre a pele já maquiada, dá um aspecto natural e iluminado. www.catharinehill.com.br / SAC 11 5070 1060



COLEÇÃO HYPER REAL, M.A.C.

Esta paleta contém três tons dourados de destaque para um brilho supercharged. Com uma fórmula em pó irresistivelmente cremosa, as máscaras se misturam sem esforço para deixar um brilho ultra-refletivo, mas perfeitamente liso e uma pele muito iluminada. SAC 0800 892 1695



ÔNIX LINE, KLASS VOUGH.

Linha completíssima com 22 pincéis para maquiagem. Além de lindos, eles têm cabo anatômico, inspirado exatamente no formato da pedra ônix, que dá nome à linha. SAC (11) 3208-3047





GUIA DE PERFUMES 2018 Edição Especial de 10 Anos

O Guia de Perfumes 2018, de Renata Ashcar, celebra 10 anos da sua primeira edição e ganha uma edição comemorativa premium. A publicação é referência no mundo da perfumaria e traz informações relevantes sobre o tema que vão desde a arte da criação de perfumes, passando por seus principais ingredientes, sua estrutura e a árvore olfativa criada por Renata Ashcar, que contempla as principais famílias olfativas (cítrico, aromático, floral, chipre, oriental e amadeirado), classificando todos os perfumes. A novidade desta edição é a associação do estilo da pessoa que é identificado na resposta do teste à família olfativa, facilitando assim a escolha dos perfumes mais indicados para cada ocasião. São quase 600 opções diferentes, classificadas dentro de cada estilo entre os principais perfumes nacionais e importados. Com capa firme, papel especial, projetos gráfico e editorial mais elegantes, a edição 2018 é para ser lida, relida e colecionada. “O guia é uma verdadeira referência em perfumaria, tenho muito orgulho de comemorar seus 10 anos.”, comenta a autora do Guia, Renata Ashcar.

Guia de Perfumes 2018 / Autora: Renata Ashcar / Onde comprar: www.assinehm.com



QUEEN OF SEDUCTION ABSOLUTE DIVA, Antonio Banderas

Como o nome sugere, o perfume foi desenvolvido para aflorar em toda mulher uma diva com poder de atração sem limites. Absolute Diva é a nova fragrância que se une ao universo de aromas de Queen of Seduction. Um perfume frutado fresco, com notas de saída de Tangerina e de Néctar de pera; Notas de coração de Jasmim sambac, Lírio do vale e Heliotrópio; e Notas de fundo de Patchuli, Madeira de sândalo e Benjoim.

SAC 0800 704 3440

AURA MUGLER, Thierry Mugler

Após 16 anos de gap, o famoso Mugler volta a criar uma fragrância que promete marcar época – como o inimitável Angel.

AURA Mugler encarna a pulsão para a vida e deseja expressar todas as mulheres que, longe dos preconceitos e dos dogmas, estão dispostas e explorar os seus desejos e a tentar a aventura elas mesmas. O perfume oriental floral sensual foi criado a partir de liana selvagem, planta medicinal chinesa recentemente descoberta e que trata as doenças do coração e contribui para o equilíbrio do organismo. A folha de ruibarbo e a de laranja formam o segundo: frescura floral, intensa e vibrante. O terceiro, coração animal de AURA Mugler, surge por meio da baunilha Bourbon, representando a sensualidade felina e o calor da pele.

SAC 0800 77 25 500



LADY EMBLEM L'EAU, Montblanc

O terceiro perfume da família Lady Emblem chega ao Brasil por meio da Vizcaya Cosméticos. Um floral cítrico almiscarado, inspirado em um jardim iluminado. “É uma alegoria a um passeio poético e um jardim de rosas frescas”, sintetiza Sonia Constant, criadora da fragrância. O perfume se inicia com os frutados de folhagem de mandarim, misturado aos aromas aquáticos de pêssego e lichia. Nas notas de coração, encontram-se um buquê de rosas, aroma presente em todas as fragrâncias Lady Emblem, que exalta a luminosidade da magnólia. No fundo, almíscares se entrelaçam aos toques amadeirados de cedro e benzoin (madeira).

SAC 0800 849 2292





SÉRUM GOTAS DE ENCANTAMENTO

O Sérum Regulador de Oleosidade foi produzido especialmente para peles oleosas e que precisam de um cuidado diferenciado, com sua fórmula reguladora de oleosidade o Sérum se adapta muito bem a todos os tipos de pele, além de ajudar na fixação da maquiagem ele pode ser usado diariamente. O resultado é uma pele saudável, hidratada e livre de oleosidade.

SÉRUM ENCANTO DA SEREIA

O Sérum Facial Hidratante foi produzido especialmente para peles que precisam de um cuidado diferenciado, juntamente com sua fórmula alto hidratante o Sérum se adapta muito bem a todos os tipos de pele, além de reduzir a aspereza e o ressecamento ele pode ser utilizado diariamente. O resultado é uma pele saudável, hidratada e radiante.



**BELEZA QUE
TE INSPIRA
TODOS
OS DIAS**

FIXADOR DE MAQUIAGEM

Fixador de maquiagem Ruby Rose, permite fixação e durabilidade maior da sua make de uma forma leve e com secagem rápida.

As faces do bello

22

Don't be so serious; it's only makeup. A frase de François Nars traduz bem o espírito de sua grife, conhecida por inspirar a autoexpressão, a criatividade e o talento artístico – e, cá entre nós, o desejo consumista de estar entre o 1 milhão de fãs que experimentaram o blush Orgasm em 2017. Para entender tamanho fascínio mesmo com um mercado inundado de boas marcas, convocamos a sênior make-up stylist da NARS para a América Latina **Rafaella Crepaldi**



“Meus trabalhos como maquiador, criador e fotógrafo estão muito conectados. Não importa se estou tirando fotos ou trabalhando como beauty artist, meu objetivo é sempre tornar as pessoas lindas e mostrar o que elas guardam em seu interior. Realmente acredito que a beleza se encontra dentro de nós”

— François Nars

24

HM / Por que o maquiador deseja tanto a NARS?

RAFAELLA CREPALDI / Pela qualidade. Dificilmente um profissional vai amar um produto se ele não for bom o suficiente para o seu trabalho. Há muitas marcas com marketing forte, mas com conteúdo de produto fraco, por isso não se sustentam. Já a NARS se mantém firme e cresce a passos largos justamente pela qualidade que entrega e, acredito eu, pela forma como se posiciona no mercado, sendo uma marca high fashion e avant garde, o que é comprovado com lançamentos inovadores e de um blockbuster atrás do outro, ao invés de ser mainstream. Afinal, ninguém sente desejo por ter algo banal.

Quais as estratégias para manter-se desejada num mercado que só no ano passado foi invadido por três grandes marcas, assinadas por Pat McGrath, Rihanna e Kim Kardashian?

Realmente a competição está cada vez mais acirrada. Porém, o consumidor, tanto o profissional quanto o leigo, tem muito claro que no DNA da NARS está a inovação e a alta tecnologia. Por isso criamos produtos que ainda não existem e desenvolvemos fórmulas que não entregam mais do mesmo. Um bom exemplo é a revolucionária base Natural Radiant Longwear Foundation, que oferece alta cobertura, duração de 16 horas e uma capacidade inacreditável

de igualar o produto ao tom da pele. O reconhecimento dessa expertise vem sob a forma de recordes de venda, com essa novidade se mantendo como o segundo cosmético mais vendido nas lojas Sephora dos Estados Unidos durante os três primeiros meses de seu lançamento.

Como é o relacionamento de vocês com o maquiador?

Bastante estreito e de muito apoio. Conheço todos os grandes nomes daqui do Brasil e alguns da América Latina. São pessoas que estão próximas de celebridades, assinam editoriais de moda, enfim, que têm um trabalho de altíssima qualidade. Frequentemente dou treinamentos e workshops, e a cada ano que passa eles comentam que suas clientes mais exigentes pedem que eles usem NARS; isso é um baita reconhecimento para a gente.

Como sênior make-up stylist, mais do que representar a NARS no Brasil, você também representa o Brasil para a NARS, não?

Com certeza! Nas reuniões, não só o François, mas toda a equipe comenta sobre o potencial do Brasil, já que a brasileira consome muita maquiagem; e ficam loucos para entender o nosso fascínio pelos pós bronzants.

Desfiles de outono-inverno 2018 de Alexander Wang, Phillip Lim e Adeam



25



“Criamos produtos que ainda não existem e desenvolvemos fórmulas que não entregam mais do mesmo

— **Rafaella Crepaldi**,
make-up stylist da NARS
para a América Latina

Qual é o seu papel na turma de teste de novos produtos NARS?

Há um ano e meio sou parte do que chamamos de test panel, um time de maquiadores que ajudam no desenvolvimento dos produtos. Na prática, a NARS me manda protótipos, com três fórmulas diferentes. Depois de usa-los, dou um feedback, e, nas reuniões em Nova York, falamos sobre nossas escolhas, inputs e o que sentimos falta.

Por que mesmo depois da aquisição da NARS pela Shiseido, François se manteve como diretor criativo da marca?

Porque ele é espetacular! O cara entende muito de moda, de fotografia, de cinema, é um dos maiores colecionadores de arte dos Estados Unidos e é da cabeça dele que sai tudo: produtos, tecnologias, parcerias, colaborações, embalagens, cores, texturas, campanhas. Certa vez, fizemos uma reunião em Los Angeles e durante três horas ele nos deu abertura para perguntarmos absolutamente tudo o que quiséssemos. Ali, fiquei impressionada com a sabedoria e bom gosto dele, e passei a acreditar ainda mais na marca.

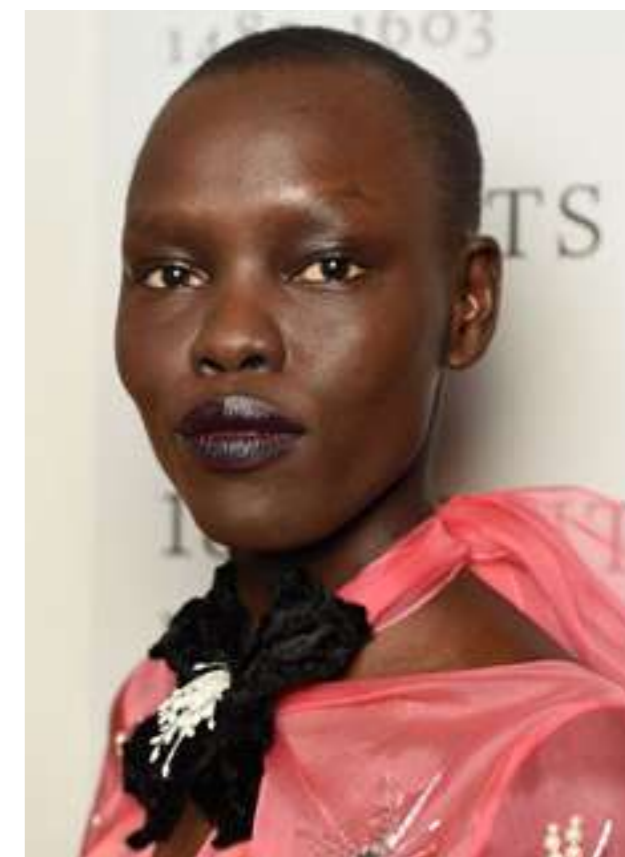
Sucesso à parte, qual a maior dificuldade da NARS no Brasil?

Com certeza é lidar com a burocracia e todas as taxas acerca da importação. Elas fazem o preço dos nossos produtos ficarem bem mais altos em comparação com a tabela adotada lá fora. (Na semana em que a equipe de HM fez esta entrevista, o dólar era comercializado a R\$ 3,90; usando essa conversão, a recém-lançada base Natural Radiant Longwear Foundation, que custa R\$ 275 no Brasil, podia ser comprada nos Estados Unidos por R\$ 191, o corretivo Radiant Creamy Concealer de R\$ 179 aqui saía lá a R\$ 117 e o bastão The Multiple, a R\$ 229 contra R\$ 152.)

Como a NARS lida com o fato de grande parte do público consumidor no exterior ser formado por brasileiros?

Essa é uma questão econômica. Tanto que estamos tentando igualar nossos preços com os de lá para tentar diminuir ao máximo esse gap. Por outro lado, isso não é um grande problema, já que temos bastante espaço para crescer no Brasil, afinal não é todo mundo que consegue viajar, o dólar oscila muito e aqui ainda existe a facilidade de não precisar pagar à vista.

Desfiles de outono-inverno 2018 de Alexander Wang, Phillip Lim e Adeam





Breve histórico da marca

Por trás da NARS Cosmetics, que começou com 12 batons comercializados em um único ponto de venda em Nova York e hoje conta com um portfólio de mais de 400 produtos encontrados em lojas próprias, de departamento, da Sephora e da Ultra em 33 países, está o maquiador, fotógrafo e diretor criativo da marca François Nars. Francês radicado nos Estados Unidos, ele teve uma sólida formação na escola Carita Makeup School, em Paris. Lá, teve aulas com o renomado beauty artist Thibault Vabre, hoje diretor de maquiagem de Clarins; e, depois, ganhou experiência como assistente de Olivier Echaudemaison, diretor criativo da Guerlain desde 2000. Network e talento fizeram com que o pai da NARS se destacasse rapidamente no mercado e ganhasse uma torcida de peso para se mudar para Nova York – entre suas apoiadoras estava a então editora-chefe da Vogue América, Polly Mellon. Como previsto, o sucesso aconteceu assim que ele pisou em solo americano, em 1984, quando começou a trabalhar com grandes publicações, como Elle e Harper's Bazaar, e no backstage de desfiles de designers do quilate de Karl Lagerfeld, Marc Jacobs, Dolce e Gabbana e Anna Sui. Na sequência, sugeriram campanhas publicitárias para Versace, Calvin Klein, Ralph Lauren e Barneys New York, entre outras. Apesar de tudo parecer bem, François estava frustrado e se sentia limitado em suas criações pela falta de uma maior variedade de maquiagem. E foi aí que começou o segundo e mais importante capítulo de sua história de sucesso absoluto, com o nascimento da NARS:

1994

François cria sua primeira coleção de make, com 12 batons. Vendidos na icônica loja Barneys New York e com embalagens desenhadas pelo diretor de arte Fabien Baron, do escritório de design referência em elegância Baron & Baron, os produtos conquistam o público rapidamente pelas cores inesperadas e texturas luxuosas.

1996

Nasce The Multiple, desenvolvido a partir de um insight de François durante um ensaio com o fotógrafo Patrick Demarchelier e a modelo Carolyn Murphy. “Usando o mesmo batom nos lábios, nos olhos e nas bochechas, fiz um visual monocromático, e Carolyn ficou ainda mais linda. Isso me estimulou a trabalhar a ideia de um bastão multiuso”, conta o maquiador.

1999

O blush Orgasm é lançado e imediatamente se torna objeto de desejo. “Quando o criei, primeiro pensei no nome, só depois na cor, porque queria algo audacioso. Acredito que ele se tornou um best-seller pela versatilidade da cor, entre o coral e o dourado, pela textura translúcida, que fica bem em todo tipo de pele, e pelo nome. Minha intenção é que os produtos tenham personalidade e identidade. Quero que as pessoas lembrem de seus nomes, e o desse blush não dá para esquecer”, diz François.

2000

O grupo japonês Shiseido adquire a NARS e mantém François como seu diretor criativo.



Faces charts da NARS para os desfiles de outono-inverno 2018 de Alexander Wang, Phillip Lim e Adeam

2001

François lança o livro Makeup your mind: express yourself, que funciona como um tutorial, porém, seguindo à risca a filosofia NARS, de inspirar a pessoa a fazer a melhor expressão de si mesma. Para tanto, mais do que trazer o passo a passo da maquiagem em texto e em páginas transparentes que são sobrepostas às fotos, há o nome, a idade e a profissão de cada modelo, humanizando-as.

2009

Em comemoração aos 15 anos da grife, François publica 15X15, um livro em edição limitada que traz celebridades maquiadas e fotografadas por ele, com produção inspirada em imagens e personagens icônicas, como Elizabeth Taylor e Charles Chaplin. Entre os modelos estão Marc Jacobs e Naomi Campbell.

2011

Para promover uma nova experiência com os produtos, encorajar os consumidores a brincar com as cores altamente pigmentadas e treinar os artistas NARS, é inaugurada a primeira boutique da marca no West Village, em Nova York. A decoração é inspirada em casas parisienses e nova-iorquinas e vários de seus elementos remetem a itens clássicos da grife, como as cores preto e branco da embalagem-assinatura de NARS e o vermelho do Jungle Red, um dos primeiros batons criados. Atualmente existem 25 boutiques espalhadas pelo mundo.

2012

A NARS desembarca no Brasil, trazendo cerca de 80% de seu portfólio para ser comercializado nas lojas Sephora.

2014

A coleção com 40 tons do Audacious Lipstick chega para homenagear os primeiros batons lançados e as duas décadas de sucesso da grife.

2016

François é condecorado como Cavaleiro da Légion d'Honneur, a mais alta ordem concedida pelo governo francês, que reconhece feitos louváveis de seus cidadãos em relação à França.

2017

A NARS bate mais um recorde: a cada hora do ano de 2017, são vendidas seis unidades do corretivo Radiant Creamy Concealer, idolatrado pela alta cobertura, acabamento natural e 16 opções de cores.

2018

Consumidores se rendem à revolucionária base Natural Radiant Longwear Foundation, com 16 horas de duração e pigmentos que reconhecem e se fundem com a pele, dando a aparência de no-make. Durante os três primeiros meses de lançamento, ela foi o segundo item mais vendido nas Sephoras dos Estados Unidos. ❧

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


Centro de Convenções

ORGANIZAÇÃO


PROPOSTA BRASIL

REALIZAÇÃO


Casa do Cabeleireiro

MÍDIA OFICIAL


negócio
estética

M / #BeautyInspiration

O digital como ferramenta de criatividade

→ O mundo é digital, certo? As redes viraram fonte inesgotável de inspiração para todo beauty artist antenado. Então, nada mais in do que nós, da @hmemrevista mostrarmos, a cada edição, um instagram ou facebook que tem que estar na sua lista de must haves. Nesta edição: **Pat McGrath**

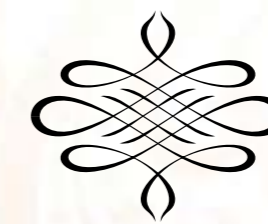
@patmcgrathreal



4.077 publicações 1,9M seguidores 2.614 seguidos

Seguir

Pat McGrath
Maquiador
#PATMcGRATHLABS
bit.ly/LUSTGloss



Assine HM
www.assinehm.com



Iluminador, a nova base?!

“Até pode ser que essa ideia dê certo se a pele da modelo for perfeita. Caso contrário, é preciso adicionar à maquiagem pelo menos um corretivo e, claro, ter controle total da situação para o rosto não se transformar em um quilowatt de explosão”, avisa o maquiador Allyson Chinalia, do Marcos Proença Cabeleireiros, em São Paulo

1 De onde surgiu a ideia de que o iluminador pode dispensar a base?

Acredito que foi uma confusão aditivada pela atual tendência da pele glow, que eu faço demais no salão, diariamente, e também nos editoriais de moda. As mulheres não querem mais saber daquela pele seca, mate, que reinou até uns dois anos atrás e era sinônimo de sofisticação. Agora elas não temem mais o brilho nem o associam à oleosidade excessiva porque entenderam que pele iluminada é bonita, é sexy e o iluminador tem a incrível capacidade de redesenhar e supervalorizar os traços faciais. Com tanto apelo, ninguém resiste em brilhar.

2 Mas, há situações em que a base pode sair de cena, permitindo que a make seja feita apenas com iluminador, não?

Até dá, mas é preciso usar um corretivo iluminador ao invés do iluminador puro. Afinal, não tem como escapar de fazer algumas correções de tons mesmo quando a mulher ou a modelo é jovem, tem pele super bem tratada e o evento ou editorial de moda é clean, com ordem de não deixar a maquiagem aparecer.

3 Qual o segredo das suas noivas superiluminadas sem ficar over?

Faço uma misturinha de base com iluminador em gel e aplico em todas as partes do rosto e do corpo que ficarão expostas no vestido, além do rosto, é claro. A pele fica acetinada, como se tivesse um delicado véu de brilho sobre ela. Claro que ainda assim uso o iluminador puro nos pontos altos, como arco do cupido, bochechas, têmporas, ponte do nariz, ‘saboneteira’...

4 Há regras diferentes para peles maduras?

Basta apenas tomar o cuidado clássico de optar por iluminador cremoso ou líquido em vez de pó, para não acentuar as marcas de expressão. No meu dia a dia, tomo essa precaução até com mulheres mais jovens que mostram os primeiros sinais de envelhecimento.

5 Para não esbanjar nem faltar, quais tons de iluminador é preciso ter na valise de trabalho?

Nunca deixo faltar um que puxe para o dourado, para usar nas negras, já que a pele delas tende a acinzentar com um produto mais clarinho, como o champanhe, o pêssego e o levemente rosado, que são os mais indicados para as morenas e braquinhas. ❌

ILUMINADOR DEW DROPS COCONUT GEL, MARC JACOBS BEAUTY. Para makes mais marcantes, ilumina e brilha de maneira intensa.



BROW DUO, GUERLAIN. Dois em um, combina máscara para sobrancelhas volumosas de um lado e iluminador cremoso do outro.



CHUBBY STICK BASTÃO PARA ILUMINAÇÃO FACIAL, CLINIQUE. Oil free e com longa duração, possui pigmentos reflexivos que se adaptam a todos os tipos de pele.



ILUMINADOR HALO HIGHLIGHTING, SMASHBOX. Por ser líquido e vir com aplicador em pincel, é mais fácil de dosar e de espalhar.



ECLAT MINUTE PINCEAU PERFECTEUR, CLARINS. Com textura fina, a caneta ilumina e dá uma leve suavizada nas áreas escuras.



MÉTÉORITES BABY GLOW TOUCH, GUERLAIN. Os três tons do bastão cremoso corrigem, iluminam e conferem o efeito strobing na pele. Daí a liberação para usar também nos olhos, nas maçãs do rosto, no nariz e nas têmporas.

SWEET PEACH GLOW, TOO FACED. A paleta com três tons de pêssego permite brincar com o acabamento, ora puxando para o dourado, num efeito bronzer, ora para um brilho mais suave.



ILUMINADOR, VULT. Cremoso e enriquecido com extrato de pérola, dá a sensação de pele bem tratada e hidratada.



ILUMINADOR FACIAL, FACINATUS. Por ser cremoso e formulado com silicones, condicionadores e emolientes, controla a oleosidade da pele e deixa o toque aveludado.



MATTE RADIANCE BAKED POWDER HIGHLIGHT 01, LAURA MERCIER. Por ser cremoso e formulado com silicones, condicionadores e emolientes, controla a oleosidade da pele e deixa o toque aveludado.





PALETA ALCHEMIST, KAT VON D. Os quatro tons holográficos fazem a felicidade de quem gosta de iluminador supercintilante.



PRESSED POWDER ROSE GOLD, CATHARINE HILL. Seu tom rosado e a textura ultrafina deixam o acabamento levinho, uniforme e acetinado.



BRIGHT IDEA ILLUMINATING STICKS, NYX COSMÉTICOS. Cremoso na medida, desliza fácil e evita acúmulos. Também ganha por ser pequenino, fácil de carregar e ter multiuso, fazendo as vezes de blush e até de batom.



PÓ ILUMINADOR GLOW, NATURA AQUARELA. As micropérolas douradas oferecem um leve bronzeado, que se adequa a todos os tons de pele.



ULTRA HD SOFT LIGHT, MAKE UP FOR EVER. O efeito de segunda pele atende às demandas da tecnologia 4K e das selfies.

ILUMINADOR ULTRA RADIANCE, NATURA UNA. Para makes mais marcantes, ilumina e brilha de maneira intensa.



BORD DE PLAGE PALETTE, NARS COSMETICS. Ideal para quem gosta de muita luz e muito brilho, e também para editoriais de verão.

THE MULTIPLE, NARS COSMETICS. Como o nome sugere, o iluminador em bastão também pode ser usado nos olhos, nas bochechas e nos lábios.



SUNSET HIGHLIGHTER DARK, RUBY ROSE. Ideal para quem gosta de muita luz e muito brilho, e também para editoriais de verão.

#OndeEncontrar

- Catharine Hill (11) 5070-1062 / www.catharinehill.com.br
- Clarins 0800-7043440
- Clinique 0800-8921694 / www.clinique.com.br
- Facinatus 0800-870500
- Guerlain 0800-170508 / www.sephora.com.br
- Kat Von D 0800-170506 / www.sephora.com.br
- Laura Mercier 0800-148023
- Marc Jacobs Beauty www.sephora.com.br
- NARS Cosmetics www.sephora.com.br
- Natura 0800-115566 / www.natura.com.br
- Naturalife sac@naturallife.ind.br
- NYX Cosméticos www.nyxcosmetics.com.br
- Ruby Rose www.rubyrosemaquiagem.com.br
- Smashbox www.sephora.com.br
- Too Faced 0800-0474279 / www.sephora.com.br
- Vult (11) 4736-8890 / www.vult.com.br

Produtos, técnicas, inspirações: os segredos por trás dos melhores makes da temporada



Marc Jacobs High Liner Matte Gel Eye Crayon Eyeliner nas cores Out of the Blue, Mist of Me e Popular, sephora.com.br



Shot de COR

O maquiador Rodrigo Costa, que assina a beleza de celebridades e desfiles, explica porque investir em maquiagens coloridas é uma atitude cada vez mais em alta.

40

Favorito de celebridades como Sabrina Sato e Anitta e expert por trás de belezas que desfilam na SPFW, Rodrigo Costa é categórico ao afirmar: este é o momento de investir em maquiagens com foco na cor. Com os anos 1980 e 1990 influenciando a moda e um desejo coletivo crescente por looks que expressem individualidade, tonalidades que vão do pastel ao vibrante chegam com tudo para customizar o visual. Durante uma conversa recente, o maquiador dividiu comigo sua visão sobre este momento tão estimulante e deu dicas para quem quer incorporar a tendência à produção.

Natura Aquarela Sombra +4 Color, 0800 115566



MARIA CECÍLIA PRADO PARA HM EM REVISTA:

O que você está achando dessa onda colorida?

RODRIGO COSTA: Estou adorando. Sempre fui fã das influências dos anos 1980 e 1990 na beleza – cresci nessas décadas, adorava ver minha mãe se maquiando... – e, além de ficar feliz com o retorno dessas referências, acho bacana o fato de que elas têm sido usadas com muita liberalidade. Misturar nuances frias com tons quentes, brincar com cores nos lábios e nos olhos ao mesmo tempo... Tudo isso é válido atualmente. Maquiagem está mais divertido do que nunca!

MCP/HM: E o perigo de errar, não é grande?

RC: Ele existe, mas também há caminhos para fugir das armadilhas. Um deles é ter à mão um círculo cromático – daqueles que mostram que tons são complementares e quais são opostos – e utilizá-lo na hora de planejar a produção, seja criando uma harmonia, seja trabalhando com contrastes. Ajuda muito! Ou então brincar com um mesmo cosmético em vários pontos do rosto, como, por exemplo, passar um batom vermelho nos lábios, nas pálpebras e como blush. Você pode usá-lo mais forte na boca e de uma maneira mais leve nos



MAC Cosmetics Zoom Lash Mascara Sized to Go na cor Blue Charge, maccosmetics.com.br



Delineador amarelo e com posicionamento invertido no desfile da **Ratier** na última SPFW: cores vibrantes em alta. AGENCIA FOTOSITE / DIVULGAÇÃO SPFW



Rosa para colorir a boca das modelos no desfile de **Fabiana Milazzo**, com beleza assinada por Rodrigo. O tom traz frescor e vibração ao mesmo tempo. AGENCIA FOTOSITE / DIVULGAÇÃO SPFW



Make Up For Ever Artist Rouge nas cores C 503 e M203, sephora.com.br



Natura Aquarela base líquida FPS 15, 0800 11 5566



MAC Cosmetics Pigment na cor Fuchsia, maccosmetics.com.br

outros pontos, desenvolvendo, assim, uma maquiagem que é colorida e monocromática ao mesmo tempo...

MCP/HM: De que outras maneiras você vê a cor sendo inserida no visual?

RC: Nos olhos, gosto de trabalhar de uma maneira gráfica. Criar um bloco único, bem impactante – preenchendo toda a pálpebra – é muito interessante. E dá para adaptar, trabalhar essa questão do grafismo de uma maneira não tão agressiva. Substituindo a sombra por um delineador mais aceso, por exemplo; o produto, inclusive, está super em alta. Fazendo o contorno dos olhos com um lápis que fuja do pretinho de sempre. Ou substituindo uma tonalidade primária, vibrante, por outra pastel. Passar máscara para cílios colorida é uma forma ainda mais suave, e mesmo assim muito bacana, de trazer esse novo perfume para a imagem. A alternativa perfeita para quem quer ousar, mas tem medo de ser exagerada.

MCP/HM: Que cores estão em alta atualmente?

RC: O azul cobalto, com certeza. Estou muito apaixonado por esse tom. Mas o violeta, até por ter sido

escolhido a cor do ano da Pantone, vem forte, assim como os rosas. De textura e efeito, vale praticamente tudo, mas os produtos cremosos e aqueles com um toque de brilho apresentam uma leitura mais atual.

MCP/HM: Qualquer mulher pode aderir à moda?

RC: Na minha cabeça, sim. E em qualquer horário, seja noite, seja dia. É claro que você precisa desenvolver a sensibilidade de adequar a maquiagem à situação, mas por que não sair com um batom vibrante ou um delineador pink para trabalhar? Estamos vivendo uma fase em que esse tipo de look está com tudo e vem sendo muito mais aceito. Tem mais é que aproveitar e experimentar!

MCP/HM: Que complementos vêm acompanhando esse verdadeiro arco-íris?

RC: Pele com brilho natural, sempre. Fica mais fresco. E, quando se tem a boca e o olho muito chamativos, aconselho evitar blush, ou então aplicar de uma maneira muito, mas muito sutil mesmo. Se não, corre-se o risco de a produção ficar caricata e pesada, perder a pegada de modernidade... ❌



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

GUSTAVO ARAI



ANTES

DEPOIS

NV BB Perfecting Mist Foundation está disponível em nove tonalidades ajustáveis para todos os tipos e tons de pele.



BELEZA COM BENEFÍCIOS

Intensifica a juventude

Rápido e fácil de usar

Para todos os tipos e tom de pele

Alta definição e perfeito para a foto

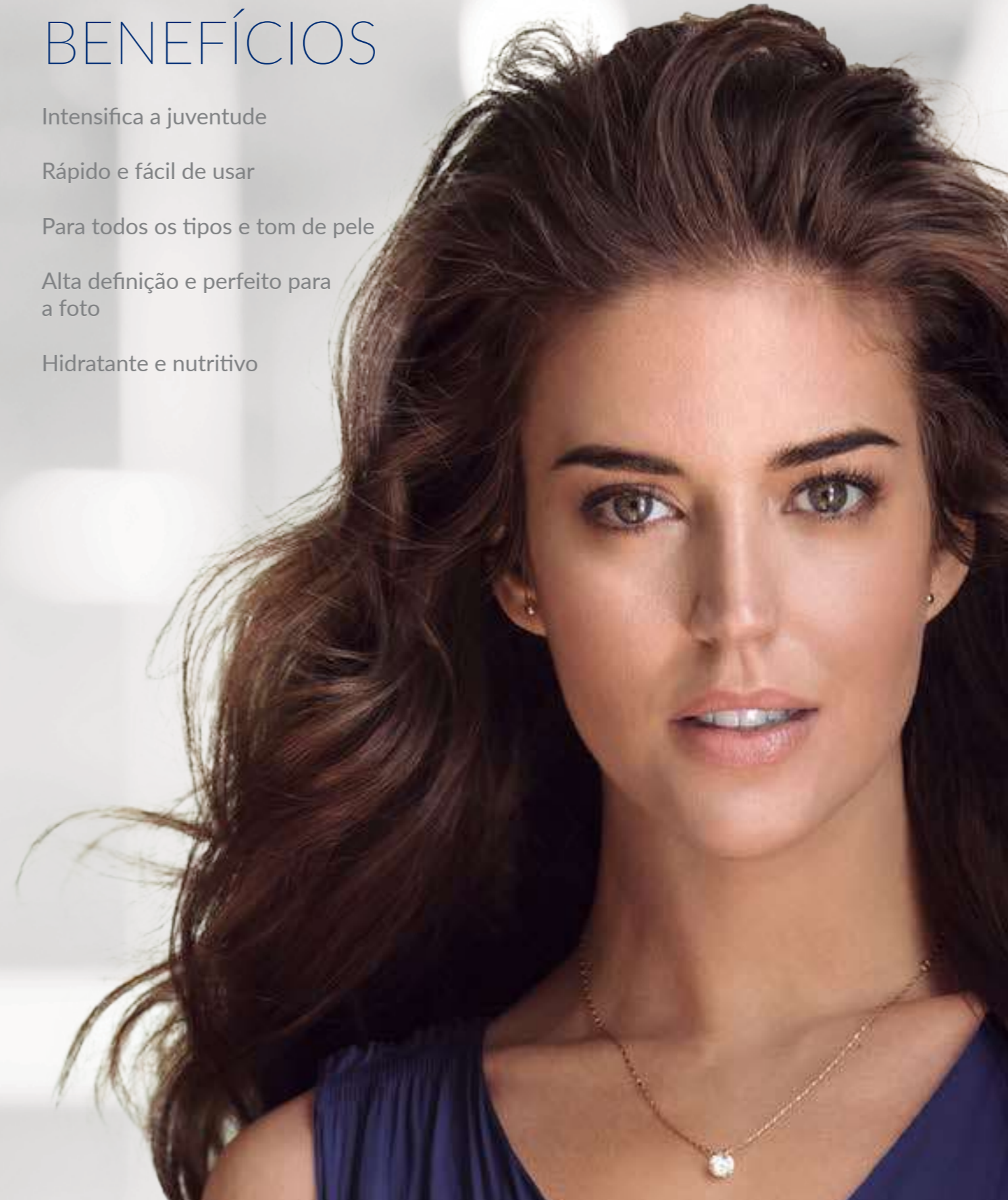
Hidratante e nutritivo



NV inclui um primer, uma base e um bronzador que lhe darão um invejável efeito airbrush profissional. A fórmula leve disfarça as imperfeições da pele e entrega uma rápida cobertura de alta definição perfeita para a foto.

NV BY

JEUNESSE®



JR MENDES *em cores*

Para comemorar seus 25 anos de carreira em gigantesco estilo, o maquiador paraibano abre seu segundo salão, lança uma coleção de make em parceria com a M.A.C e fala com exclusividade à HM sobre a essência de seu sucesso com as noivas, a importância do profissional ter uma assinatura e dos erros mais comuns que encontra nos alunos de máster class



“

Há mais de cinco anos tenho uma super parceria com a M.A.C, marca que uso desde 1994. E, para celebrar meus 25 anos de carreira, fui convidado por essa gigante para selecionar alguns dos meus produtos preferidos e montar três kits diferentes, um mais glamouroso, outro romântico e um clássico. Assim que anunciamos essa parceria tivemos um aumento absurdo no número de pedidos de máster classes pelo Brasil, que de uma vez por mês passaram a uma por semana!”

”

ENCANTADOR DE NOIVAS Nos 12 anos de experiência que tenho nesse nicho, posso afirmar que o mercado de casamento é indicação, e não só da noiva, mas também da assessora, do estilista, do fotógrafo e de todo mundo que participa da produção. Tudo começou por acaso, com uma noiva que detestava salão. Fiz o teste de cabelo e make dela no estúdio do estilista e ele amou esse tipo de serviço, e me convidou para atender todas as clientes dele. Desde então só faço uma noiva por vez, já que a acompanho em todos os lugares no dia do casamento: depois de produzi-la, fico ao seu lado na porta da igreja, para garantir uma entrada triunfal; realizo retoques para as fotos da cerimônia; sigo para a festa, aonde troco a maquiagem e o cabelo, surpreendendo os convidados; e ali fico até o evento terminar.

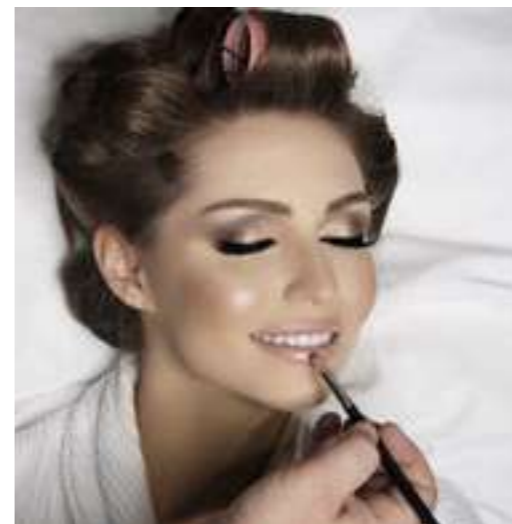
ARTE E ADMINISTRAÇÃO TÊM QUE ANDAR JUNTAS Quando saí da Paraíba, prometi que voltaria rápido para abrir meu próprio espaço. Mas levei 18 anos para escolher e treinar pessoalmente a equipe de make e cabelo e encontrar os melhores sócios do mundo, que são a Juliana Freire e o Rodrigo Monteiro. Apesar de parecer muito tempo, acho que inaugurei o L'Equipe na hora certa, porque a internet é crítica demais e poderia derrubar

meu empreendimento se eu não garantisse que a cliente fosse bem atendida, tivesse o retorno esperado e o lado artístico fosse complementado por uma excelente administração.

NOVAS APOSTAS Num formato completamente diferente do primeiro salão, que fica num sofisticado prédio de três andares e tem mil metros quadrados, acabei de inaugurar meu segundo L'Equipe. Dentro de um shopping em João Pessoa, ele tem uma proposta perfeita para o dia-a-dia: atendimento express e preço competitivo. Lá, a cliente faz cabelo, hidratação, make e unha em cerca de uma hora e meia!

Sem ensaio

Jr Mendes diz que tem aprendido muito com o programa Fábrica de Casamentos, do SBT. “Aquilo é uma deliciosa loucura. A equipe precisa produzir a cerimônia em apenas uma semana e eu só conheço a noiva no dia da festa. Ou seja, não tem teste de cabelo e make antes! Mesmo assim sei que tudo vai dar certo porque tenho a minha assinatura de fazer a mulher bonita, sem exageros; então, não tem como errar”, afirma ele.



FONTES DE INSPIRAÇÃO Apesar de ser autodi-data, fiz muitos cursos e workshops fora do país. E, para me informar, atualizar e me inspirar, estou sempre de olho nos lançamentos – já que novas tecnologias e aplicações estão sempre surgindo e a gente precisa ficar ligado para não passar carão com a clientela, que é mega atendida. Também me nutro nas inúmeras viagens que faço, nos desfiles que acompanho e nas mídias sociais da incrível Pat McGrath e do vietnamita Hung Vanngo, que deixou a Gisele Bündchen toda dourada no último MET Gala.

TER UMA ASSINATURA PROFISSIONAL é preciso. A minha é a da mulher bonita, sem modismos e bem longe dessa onda de contornos que fazem a pessoa parecer completamente diferente, deixa a pele exagerada e coloca cílios postiços que cobrem o olho inteiro. Sinto o maior orgulho quando as noivas vêm com uma referência visual que eu mesmo criei; e também quando as clientes dizem que me procuram porque já sabem como vão sair da minha cadeira: look sexy sem ser vulgar e com a beleza real delas valorizada.

AMOR E RESPEITO, FOREVER AND EVER Para funcionar bem, todo trabalho tem regras, e na maquiagem não pode ser diferente. Acho fundamental ter pontualidade, dar feedbacks para quem te procura, seja o pedido de um orçamento ou de uma entrevista, e estar presente de corpo e alma no trabalho – ao invés de só produzir a pessoa e depois mergulhar a cara no celular. Gente, essa é a melhor hora para fazer network, mostrar que você está ali para somar e que a sua presença faz diferença! Em nome disso é que já ajetei buquês na porta da igreja, acalmei noiva que teve crise de ansiedade e fiz companhia para quem só se sentiu segura de entrar na própria festa de casamento as 3 horas da manhã. Esse respeito e amor pelo trabalho me abre oportunidades incríveis, acredite.

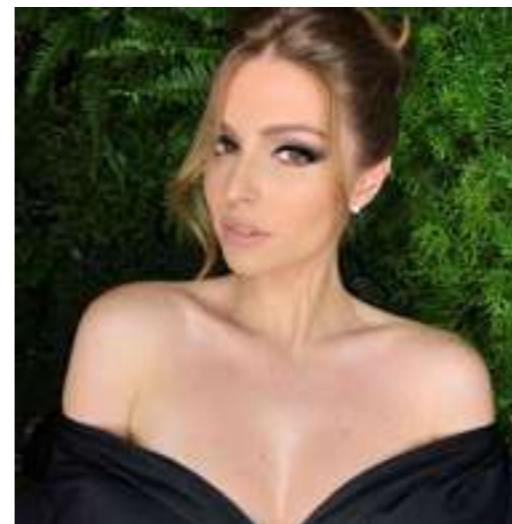
ERROS DE PRINCIPIANTES, SQN A internet deixa as pessoas com a sensação de saberem tudo. E infelizmente vejo muito isso nas aulas que dou. Há quem compre meu curso online e chegue para fazer a parte prática sem sequer saber por onde co-

meçar! Outros, nas máster classes, querem pular etapas e já sair maquiando. Não é assim, primeiro é preciso estudar bastante e fazer muita maquiagem em você mesmo para só depois fazer nos outros.

Como tudo começou

O primeiro contato de Jr Mendes com a maquiagem foi aos 7 anos de idade. “Minha mãe me pegou todo produzido, e com os produtos dela destruídos”, diverte-se ele, que nasceu na cidade de Sousa, na Paraíba, e teve o primeiro emprego em João Pessoa. “Como naquela época a demanda por maquiagem era mais no fim de semana, a dona do salão disse que eu precisava aprender a fazer cabelo. Graças a isso não demorei a fazer uma boa clientela, tanto que no primeiro sábado atendi 12 mulheres”, lembra ele, que até então usava guache para produzir as amigas da escola para as apresentações de teatro e para os jogos estudantis.

O salto na carreira aconteceu aos 21 anos, quando o Programa do Gugu levou vários artistas para João Pessoa para produzir um programa de fim do ano. “O pessoal da tevê local me indicou e o resultado agradou tanto que o diretor do SBT disse que eu estava me perdendo ali e precisava ir para São Paulo. No domingo seguinte eu já estava na capital e liguei para ele, que marcou uma entrevista para segunda-feira. Como o salário na tevê era baixo e mal dava para eu me sustentar, quanto mais ajudar minha família, fui procurar outro emprego numa agência de maquiadores, a First, onde fiquei por 11 anos. Nessa mesma época conheci a Fafá de Belém no Teleton e ela me convidou para acompanhá-la num trabalho, onde conheci muita gente e surgiram convites para fazer diferentes jobs”, conta. Um deles foi justamente o da noiva que queria ser produzida em casa ao invés de no salão, ajudando Jr a se tornar uma verdadeira fábrica de casamentos.





—BEAUTY FAIR—
Feira Internacional de Beleza Profissional



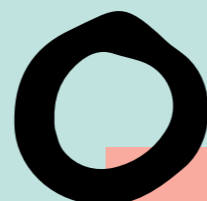
Descubra o poder de transformar a beleza em negócios.

DeBRITO

Programação educacional Beauty Fair 2018



INSCREVA-SE AGORA E GARANTA
DESCONTO DE 10% COM O CÓDIGO: HM10



BEAUTYFAIR
.com.br

Informações
Televentas: (11) 3181-5197
congressos@beautyfair.com.br

De 8 a 11 de
setembro
de 2018
Expo Center Norte
SÃO PAULO-SP - BRASIL

hair MAURICIO PINA • make VANESSA ROZAN

BEAUTY
O PODER DA BELEZA
FAIR



Edu Hyde

APRESENTA

COVER #15

Deise Garcia

BELEZA PARA MIM SIGNIFICA...

Estado de espírito.

MINHA INSPIRAÇÃO VEM DE... De tudo: das cores, da música, da natureza, do mundo!

NESTA COLEÇÃO EU BUSQUEI

IDEIAS EM... Foi algo totalmente de momento, sentimental. Eu olhei para o modelo, me inspirei na estética do rosto dele – um rosto diferente –, e quis brincar com as cores e criar uma atmosfera conceitual.

UM TRABALHO QUE GUARDO

NO CORAÇÃO FOI ... O primeiro desfile que fiz para Dior, em Paris, onde trabalhei com Raf Simons.

MEU SONHO COMO BEAUTY ARTIST

É FAZER ... Ter minha linha de maquiagem e lançar um livro.

ASSINAR A CAPA DE HM PARA MIM É ...

um privilégio. Gosto muito da revista, da forma e do cuidado como é feita e a preocupação com a seleção de imagens e conteúdo. Só tenho a agradecer a equipe!

AH, VOCÊ NÃO ME CONHECE? SEGUEM 5 SEGREDOS SOBRE MIM...

Amo viajar (se não fosse maquiador, seria comissário de bordo).

Odeio academia.

Odeio fígado (risos).

Sou meio perdido e já entrei em um avião errado.

Sou louco para ser pai.



Beleza: Edu Hyde
Foto: Mucio Ricardo
Modelo: Gabriel Tone, Oxygen Models
Styling: Leonardo Augusto
Fashion Producer: Juliana Santos
Beauty Assist: Angélica Moraes
Products: Make Up For Ever





Rússia: o mundo em campo

Esqueça todas as informações do país que sedia a Copa do Mundo. Paixões futebolísticas a parte, o turismo por lá não pode ser classificado como popular – embora riquíssimo e cheio de opções. O maior país do mundo fala uma língua difícil de entender e, quase sempre, faz muito frio. Porém, justamente isso dá um encanto muito especial ao lugar e, cá para nós, a tradicional vodka embala corações e mentes e aquece os desavisados com o clima. HM apresenta a Rússia que vale a pena conhecer. Quem sabe as suas próximas férias não serão vividas neste enorme território do leste europeu?

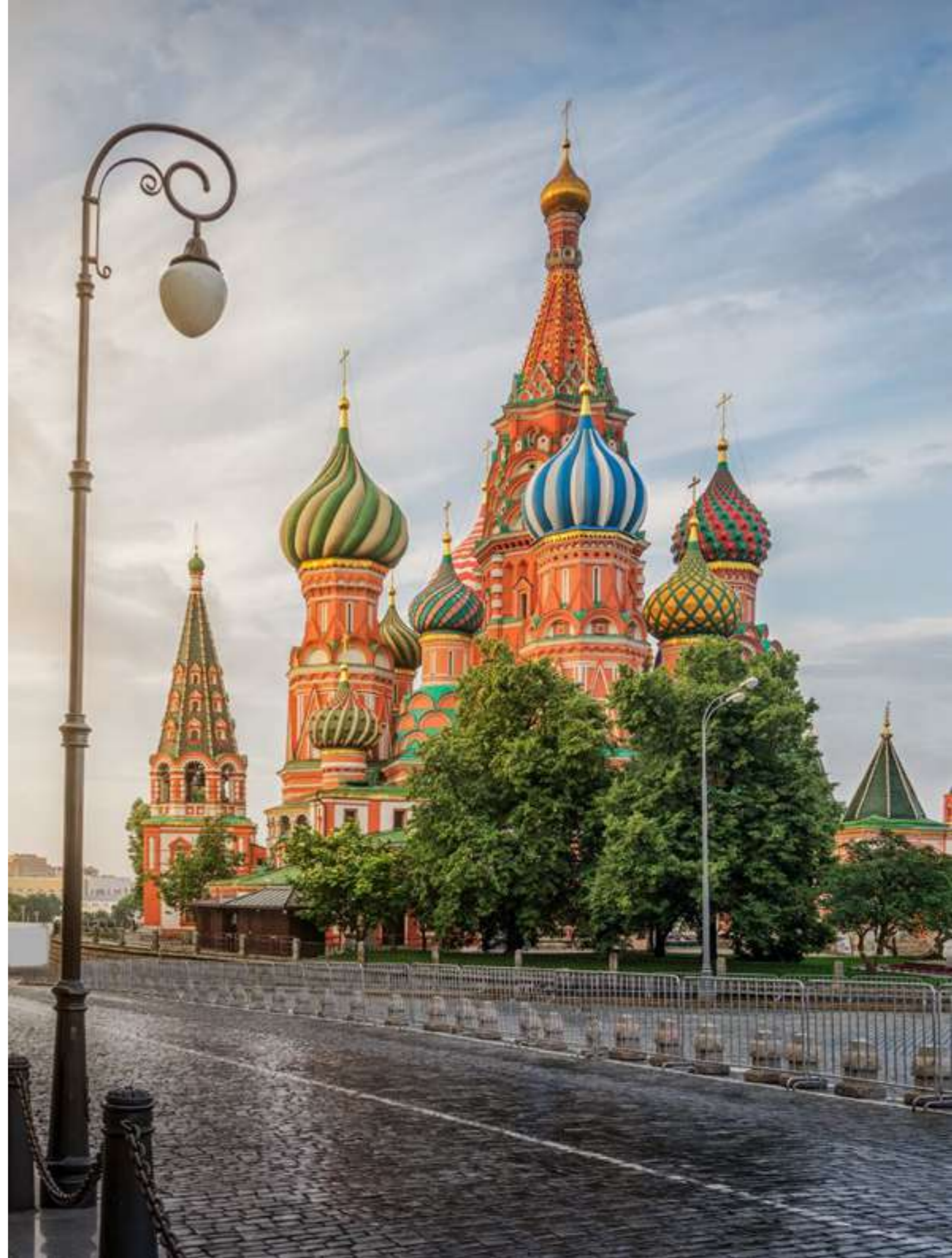
Em primeiro lugar, a Rússia não deve assustar ninguém. A língua é sim muito diferente da nossa. Existe também a mística sobre o comportamento e costumes dos russos – exacerbados, para dizer o mínimo. Para quem não entende nada do cirílico, conte com a ajuda dos mais jovens, que dominam o Inglês. Tem também toda a tecnologia que está aí à disposição para livrar-nos dos perrengues. Abuse do Google Tradutor. E, se quiser esnober, aprenda algumas expressões. Quando der preguiça, mande um “ia ni gavariu pa russki”: eu não sei falar russo.

Comece por uma cidade que tem novecentos anos de história: Moscou. É lá que ficam os principais pontos turísticos, além de ser o centro político e econômico da Rússia. Claro, o primeiro lugar a ser visitado é a Praça Vermelha. O local foi palco da Revolução Russa e ficou conhecida por abrigar os desfiles militares na era soviética. E tem muito mais: a Catedral de São Basílio e o Kremlin.

O Kremlin chama a atenção por seus milhares de tijolos vermelhos e exatamente vinte torres. Está localizado às margens do Rio Moscou: a fortaleza moscovita foi construída pela primeira vez em 1390 e ocupa uma área imensa: vinte e oito hectares, por onde se espalham quatro catedrais e cinco palácios, incluindo o do governo de Vladimir Putin. O ingresso mais barato para apreciar a arquitetura do Kremlin – que significa fortificado – sai por quatorze reais.

A **Catedral de São Basílio** foi construída a mando de Ivan – ele mesmo, o Terrível. A torre chama a atenção, mas as nove cúpulas não ficam atrás. O conjunto dos detalhes agradou tanto a Ivan que ele teria mandado cegar o arquiteto para que nunca mais fizesse obra de semelhante beleza. Existem audioguias e descrições em inglês em todas as capelas. A entrada custa vinte e oito reais.

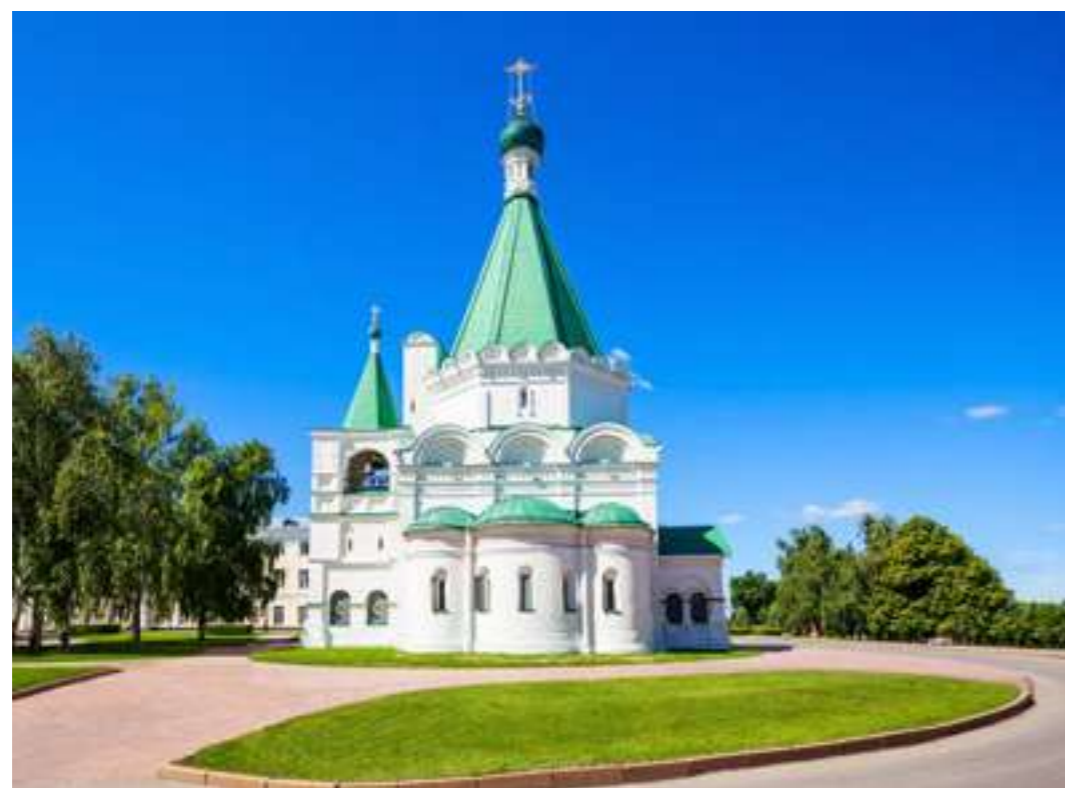
Depois de alimentar o espírito, vale uma incursão gastronômica no Danilovsky, um mercadão reformado há pouco





▣ São Petersburgo

▣ Catedral do Arcanjo Miguel, construída em 1221, em Nijni Novgorod



tempo. Experimente o sirnik, bolinho de queijo recheado com geleias especiais. Mas não dispense os pickles, repolho, queijos e tomates da região. Este é um bom lugar também para apreciar arenque- peixe defumado- e o tradicional caviar. No galpão moderno, com mesas coletivas, você vai encontrar as refeições mais “deshevo”- baratas- de Moscou.

Para se locomover, vá sempre de metrô. Esse meio de transporte está longe de ser convencional. Muitas estações são chamadas de palácios subterrâneos, seja pelos detalhes em granito e mármore, seja pelos lustres gigantes, vitrais incriveis e esculturas de bronze. Não perca os circos em Moscou: Nikulin e Great State. Se tiver tempo conheça o Teatro Bolshoi: viva essa experiência cultural.

São Petersburgo é a cidade mais ocidentalizada da Rússia: também a mais preparada para o turismo. Só pra se ter uma ideia, as placas de rua e do metrô trazem orientações até em inglês. Carinhosamente chamada de Piter, ficou conhecida como a Veneza da Rússia, por seus canais idealizados por Pedro, o Grande. Ele mandou construir uma cidade no litoral pantanoso da baía do Golfo da Finlândia. O primeiro imperador russo decidiu isso em 1703. Hoje, a cidade é Patrimônio Mundial da Unesco e vale começar a incursão exatamente pelo Peterhof- Jardim de Pedro: um complexo de palácios, jardins e museus, além de cento e cinquenta fontes. Reserve pelo menos uma tarde. E outra para o Hermitage, outro complexo de palácios inebriante com acervos que abrangem peças dos séculos 11, 13 e salas com obras-primas de Rafael, Cézanne, Rembrandt e Renoir entre outros.

Se desejar algo mais interativo, vá até o Museu da Vodca. São duas salas com objetos e histórias sobre a produção e o consumo da vodca no país. Tudo pode até ser resumido em uma frase da época imperial: “ Não bebam muito. Não bebam pouco. Bebam bastante”. Há um restaurante anexo com pratos típicos e, mais importante, uma carta especial de vodcas.

Um bate e volta interessante pode ser feito até a cidade **Nijni Novgorod**. Ela fica a quatrocentos quilômetros de Moscou: quatro horas a bordo do trem rápido. Até os anos 1990 era uma das cidades-fechadas da União Soviética. Abrigava bases militares, centros de pesquisa nuclear entre outros aparatos bélicos. Nijni não aparecia oficialmente no mapa: o acesso era limitado para os próprios russos.

Vá até uma espécie de deque para observar um encontro dos rios que banham a região: Volga e Oka. As igrejas e mosteiros figuram no roteiro obrigatório. A Catedral da Santíssima Virgem lembra a São Basílio, de Moscou. Já a do Arcanjo Miguel foi construída em 1221.

O Museu a céu aberto é difícil de pronunciar: Schelokovsky, mas abriga réplicas em tamanho natural de construções russas dos séculos 18 e 19. Ganham destaque as igrejas com as cúpulas construídas sem um único prego.

Na hora que a fome apertar, o patrimônio local desta área é o Pyatkin, com os pratos típicos de peixe da região. Para acompanhar, uma bebida fermentada de maçã, o kvass.

Fechando a visita, um passeio de bondinho que liga Nijni à vizinha Bod. Você vai poder observar melhor o rio Volga comprando a passagem que custa apenas cinco reais.

A LT TRAVEL É UMA FRANQUIA INTERNACIONAL COM MAIS DE 650 AGÊNCIAS PELO MUNDO. ESPECIALIZADA NO MERCADO DA BELEZA LEVANDO OS PROFISSIONAIS PARA CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO NAS PRINCIPAIS ACADEMIAS DO MUNDO E DO BRASIL.

Fone: 11 - 3125-2911
Email: GERALDO@LTTRAVEL.COM.BR | WWW.LTTRAVEL.COM.BR

5.500 FUNCIONÁRIOS EM 650 AGÊNCIAS DE VAGENS EM MAIS DE 80 PAÍSES

LT Travel
Lufthansa
City Center
Your travel agency. World-wide.



RUBY ROSE. BELEZA DEMOCRÁTICA

O recém-inaugurado C. Kamura Express Vila Olímpia foi o palco de um evento de lançamento da Ruby Rose – os seus incríveis sérums. Durante toda uma tarde, os múltiplos ambientes ficaram lotados de jornalistas, blogueiras e digital influencers. Cleide Sales, head de marketing da marca celebra a grande receptividade: “O DNA da Ruby Rose é valorizar todas as mulheres oferecendo a elas produtos de qualidade e grande variedade a preços justos e acessíveis”.



Quem passou por lá teve a oportunidade de entrar de cabeça no mundo da maquiagem. Todas as bancadas foram forradas com uma gama incrível dos produtos – não apenas os lançamentos do dia, mas os mais recentes itens como paletas, batons, iluminadores, base, kit completo de pincéis. Uma abundância incomum em eventos assim. “Acreditamos que a experimentação é a melhor maneira de fazer com que a pessoa se torne cliente, consumidora e apaixonada pela Ruby Rose. Deixamos tudo à mão para que a vivência com os produtos seja íntima, intensa e inesquecível”, explica Cleide.

Dando sequência ao “road show internacional” organizado para o lançamento, veja também como foi o evento realizado no nosso vizinho, Paraguai.

OS LANÇAMENTOS

SÉRUM FACIAL: são duas versões: uma para pele oleosa e outra para pele seca. Ambas têm alto poder hidratante, textura leve, absorção rápida e profunda,

com princípios ativos concentrados possibilitando resultado eficiente. Sua aplicação deve ser realizada na pré-maquiagem, por meio de massagens na superfície da face do centro do rosto para fora, até sua completa absorção, o que traz melhor resultado.

► SÉRUM GOTAS DE ENCANTAMENTO

– **PELE OLEOSA:** de uso diário, possui textura aquosa e não gordurosa que se adapta à pele e reduz a produção de sebo, além de ajudar na fixação da maquiagem, aumentando o período de duração no decorrer do dia. O produto, livre de óleo mineral, parabenos e corantes, confere alto poder hidratante, o que diminui a aspereza.

► SÉRUM ENCANTO DA SEREIA

– **ALTO PODER HIDRATANTE:** desenvolvido para peles normais a secas, possui textura suave e de fácil absorção, alto poder hidratante, reduzindo a aspereza e proporcionando uma aparência saudável e radiante da pele.

M / #BeautyCollections

Anastasia Voevodina

Mua&Photo: Anastasia Voevodina @Avoevodina
Hair: Tatyana Lanskaya @Lanskayawork
Md: Alessandra Mars @Alessandra.mars





/ #BeautyCollections

Anastasia Voevodina



M / #BeautyCollections

Grisiela Ribeiro

Maquiagem: Grisiela Ribeiro
Cabelos: Ivaldo Lima
Produção, direção e estilo: Victor Sálvato
Fotos: Felipe França
Modelos: Forum Model
Looks: Francesca Córdova
Acessórios: Austral Acessórios

Contrastes





#BeautyCollections

Contrastes
Grisiela Ribeiro



M / #BeautyCollections

Contrastes
Grisiela Ribeiro



Candace

Modelo: Evelyn Mattos (40graus Moldes)
Fotógrafo: Marcio Farias
Retouche: Joyce Rodrigues
Maquiagem: Gisa Alves
Direção artística: Guilherme Camilo





/ #BeautyCollections

Candace
Guilherme Camilo



M / #BeautyCollections

Viktor Gonçalves



MALÉVOLAS

Assinada por : Viktor Gonçalves
Produção, direção e estilo: Victor Sálvaro
Fotos: Lú Salvaro

M / #BeautyCollections

Malévolas
Viktor Gonçalves



M / #BeautyCollections

Malévolas
Viktor Gonçalves

