



MAKE UP / #16





CATHARINE HILL
professional

LANCAMENTOS

ILUMINADORES EM PÓ

2209/52 SHIMMER
2209/53 STARDUST
2209/54 BRIDE

GLITTER ESPECIAL FINO

2209/V3 ROSE GOLD
2228/E21 SUNSET
2228/E22 ATHLANTIS
2228/E23 FLAG

ILUMINADORES VIP

1014/26 MEGHAN
1014/27 ROSE
1014/28 BELLA

BATOM LÍQUIDO MATTE

CATHARINE HILL Professional
Sculpt Pro
4010/8

SCULPT PRO

FLUID CONCEALER

2251

SHADOW DUO EYEBROW

1026/4 CARAMEL
1026/5 SAND
1026/6 PALID
1026/7 GREEN
1026/8 YELLOW
1026/9 SALMON

2253

CREAMY DUO EYEBROW

R21 STYLISH
R20 CUTE
R22 TEMPTATION

EYESHADOW REFILL SOMBRA REFIL





INOAR

INSPIRADA EM VOCÊ

**A PRATICIDADE E INOVAÇÃO
EM UM VIDRINHO.**



Inoar Colorist é um corante multifuncional que pode ser usado como blush ou batom líquido. Ele traz para a pele uma aparência corada e natural, com a praticidade do retoque onde você quiser.

www.inoar.com

f @ ▶ inoarbrasil

colormake.

Presente nos melhores momentos



KIT PARA EFETOS ESPECIAIS



PÓ TRANSLÚCIDO



DEMAQUILANTE



LÁPIS DELINEADOR



PANCAKES



BATONS



TINTA LÍQUIDA



LÁTEX



MINI CLOWN

#BeautyEditorial

M #16

O tempo não para. Não é merchandising da nova novela global das 19 horas, não. É a constatação mais simples de uma verdade universal. E, por isso mesmo, se não avançarmos com ele, não saímos do lugar, não conhecemos coisas novas, não vivemos experiências. Você já se perguntou se profissionalmente está vivendo um marasmo? Se tem aberto seus olhos para o novo? Se permite que a criatividade o envolva a ponto de ter os mais mirabolantes planos para o futuro? Pois é o estar atento, o se deixar levar, o apostar em reciclagem que nos faz melhores no que somos e no que fazemos. É o que nos define únicos em nosso trabalho. É quando, ironicamente, nos tornamos atemporais, pertencentes a todo tempo e lugar. Exemplo é o artista Eric Maekawa, dono da obra prima que é nossa capa M – seu trabalho de excelência não tem data, vive e impressiona para sempre. Ainda na série “o tempo”, lá se vão 110 anos da imigração japonesa no Brasil. Nada mais justo do que nossa homenagem a empresas que carregam o nome e/ou os valores japoneses aqui, em nosso país. Uma reportagem mostra quem são elas e uma breve história de seu tempo... Também na série reconhecimento devido, estreamos o BeautyPowerfulWomen, uma coluna fixa que, a cada edição, contará a história inspiradora de uma mulher na beleza.

Boa e inspirada leitura!

A. Stevanato *Seix Gaudel*



Hair Brasil

profissional

2019

13-16

ABRIL

EXPO CENTER NORTE
SÃO PAULO

HAIRBRASIL.COM    @hairbrasilprofissional



ANO II / #16
Agosto / Setembro 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

Zeinho Divanah
PR- Relações Públicas
zeinho@hmemrevista.com.br
@zeinhodivanah



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 16: 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



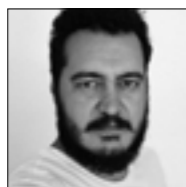
MARIA CECÍLIA PRADO
Editora



NICOLE RAMALHO
Editora



WILSON WEIGL
Editor



ENNIO NASCIMENTO
Diretor de Arte



MARCO MÁXIMO
Fotógrafo



DIEGO MORENO
Tratamento de imagens



SUMÁRIO

Make: Regiane Gomes @regomesmake
Foto: Robinho Almeida @robinhoalmeida
Modelo: Camila Araújo @camilaraujos
Salão: Alex Santana @alexantanapcm

12 **BEAUTY FOR MAKE**
Produtos, acessórios e outras coisinhas

16 **BEAUTY PARFUM**
Luxo em gotas

22 **BEAUTY INTERVIEW**
O crescimento da Ruby Rose

30 **BEAUTY ASK SPECIAL**
Corretivos coloridos em alta

34 **CONEXÃO BEAUTY EDITOR**
Produtos, técnicas, inspirações

38 **BEAUTY COVER**
Eric Maekawa in White

48 **BEAUTY PRODUCTS**
A vez dos sérums

54 **BEAUTY TRAVEL**
Uruguai, a Europa na América

58 **BEAUTY TRENDS**
Sombra metalizadas são o must have

66 **BEAUTY EVENTS**
Colormake e a final do World BodyPaint Festival

72 **BEAUTY COLLECTIONS**

SYNCHRO SKIN TINTED GEL CREAM FPS30 E SYNCHRO SKIN TINTED ILLUMINATOR, SHISEIDO.

O Skin Tinted Gel Cream FPS30 é uma base se cobertura leve que se conecta a pele, com uma fórmula composta por água em sua maior parte, inspirada pelo skincare de SHISEIDO, com água mineral de Kirishima, no Japão, que é leve, clean e saudável. Possui proteção solar, ação antipoluição, além de oferecer uma hidratação instantânea por quatro horas. Sua cor é translúcida e garante oito horas de duração. Disponível em cinco tons. Já o Skin Tinted Illuminator é um iluminador que melhora e aumenta a beleza natural da pele, garantindo luminosidade saudável. Assim como o Gel Cream, o Illuminator também apresenta Tecnologia Sensorial de Resposta e água Kirishima. Disponível em dois tons: Pure Gold para uma luminosidade dourada e Rose Gold para uma luminosidade pêssego quente. SAC 0800 148023



VELOUR EXTREME MATTE LIPSTICK, LAURA MERCIER.

De alta tecnologia, o novo batom mate mantém os pigmentos nos lábios durante o dia inteiro, proporcionando uma sensação leve e agradável. A fórmula é uma explosão de cor combinada com pós matificantes e condicionadores cremosos, e os pigmentos são revestidos com uma avançada resina que ajuda o produto a deslizar facilmente pelos lábios, promovendo um acabamento uniforme e que não altera o tom nem a intensidade da cor com o passar do tempo. Disponível em 15 tonalidades, o batom com formato retrátil, vem com um apontador embutido para customizar a ponta. www.sephora.com.br



KA-BROW, BENEFIT.

O Ka-Brow mini é um gel-creme com cor para desenhar sobrancelhas. Ele preenche, esculpe e define facilmente. É à prova d'água, com 24 horas de duração. Possui um pincel chanfrado exclusivo embutido, que encaixa na tampa para maior precisão e controle na aplicação. @benefitbrasil



HYPER REAL GLOW PALETTE, M.A.C.

Estes novos iluminadores permitem criar um visual perfeito, garantindo a luminosidade da pele. Cada paleta possui três cores de iluminador em pó macio, que combinam com todos os tons de pele. M.A.C @maccosmeticsbrasil SAC 0800 892 1695 www.maccosmetics.com.br



LIMPADOR PINCEL DE SILICONE, RK BY KISS.

O acessório é pequeno, tem design ergonômico e cabe perfeitamente na mão. As ondulações em sua superfície garantem a limpeza de forma mais eficiente sem danificar os pincéis. Para utilizar, basta encaixar o Limpador na mão e esfregar o pincel molhado com o higienizador de sua preferência. SAC (11) 2369-4004 | facebook.com/kissnybrasil | @kissnybrasil



HEART SPONGE, OCÉANE.

Como o nome sugere, essa esponja de limpeza facial tem o formato de coração; foi desenvolvida para remover impurezas da pele e promover uma esfoliação suave, limpando os poros. São duas opções de cores: pink e aqua. SAC (11) 3716-1664 | e-mail: atendimento@oceane.com.br



LIP BUTTER, VULT.

O novo Lip Butter é uma junção de batom e balm, pois sua formulação é rica em Manteiga de Karité, importante ativo hidratante, e apresenta uma discreta cobertura colorida. De aroma suave, textura cremosa e uma prática embalagem colorida que facilita a identificação do tom do produto, ele chega em seis cores: #love/vermelho, #happy/laranja, #up/vinho, #like/rosa, #fun/pink e #dream/nude



CORRETIVOS, VULT.

Desenvolvida a base de Extrato de Calêndula, que proporciona ação suavizante, a linha é formada por 6 corretivos, sendo 4 em tonalidade de pele e 2 coloridos para correção de pontos mais difíceis como olheiras fortes, manchas de sol, cicatrizes e marcas de espinhas. SAC: (11) 4736-8890 | sac@vult.com.br | vult.com.br | @vult_cosmetica



D-TOXZYME, ENZZ.

A linha ENZYME SKIN é um eficaz tratamento facial dermocosmético diário. A D-Toxzime tem ação antipoluição e antioxidante. Promete restaurar a barreira protetora natural da pele, evita a ação dos radicais livres, dá um efeito radiante e rejuvenescedor ao rosto. SAC (11) 2615-7182

BEAUTY NAILS



FORÇA NAS UNHAS!

O Whey Protein, um dos suplementos proteicos mais famosos do mundo, utilizado por praticantes de musculação, virou ingrediente de esmalte. "Nossas unhas são constituídas basicamente de proteína, que são utilizadas pelo organismo para promover o seu crescimento correto. Por isso, quando estas proteínas estão em falta, as unhas ficam opacas, quebradiças e danificadas. O esmalte com Whey surge justamente para prevenir este problema, fornecendo uma quantidade suficiente de proteínas de alta qualidade diretamente para as unhas, sem precisar passar pelos processos de digestão", explica o pesquisador em Cosmetologia Lucas Portilho, farmacêutico e diretor científico da Consulfarma, marca que desenvolveu o produto.



A RODA DOS SIGNOS

Assunto Top trendy forever, o horóscopo foi a inspiração para a coleção Astro da DNA Italy. As 12 tonalidades têm reflexo tridimensional – se transformam em novas cores de acordo com a luz. São dois tipos de efeito: o metalizado, com alta cobertura, e o glitter cristal, com reflexo tridimensional - todos trazendo o brilho das estrelas e do universo. Sua fórmula, de alta cobertura, conta com óleo de coco que auxilia no fortalecimento das unhas. Os 12 frascos têm nomes que remetem ao mundo dos signos.

- Áries** – roxo.
 - Touro** – lilás clarinho.
 - Gêmeos** – rosa queimado com efeito perolado.
 - Câncer** – marsala com efeito glitter.
 - Leão** – nude com efeito perolado.
 - Virgem** – tom terra com efeito glitter.
 - Libra** – bordô, com efeito glitter.
 - Escorpião** – nuance de rosê com efeito perolado.
 - Sagitário** – vinho com efeito glitter.
 - Capricórnio** – nude com efeito perolado.
 - Aquário** – cinza com efeito perolado.
 - Peixes** – marrom intenso.
- SAC (11) 2368-7067 www.dnaitaly.com.br @dnaitaly_oficial

O ROSA COMO PONTO DE PARTIDA

Inspiração no universo fofo dos acessórios dos looks fashionistas femininos, a Nati Eliana desenvolveu sua nova coleção, BONECA DE LUXO, com tonalidades baseadas nas principais tendências internacionais da moda. Tomando como ponto de partida as tonalidades rosadas, uma das mais importantes cores da temporada, a coleção é composta por:

- SAIA DE TULE - AREIA, suave cobertura
- LAÇO DE FITA - ORQUÍDEA, cremoso
- MIÇANGA - BRONZE, metálico
- RENDA FLOR - VINHO TINTO, cremoso
- FRUFU - DARK PÚRPURA, com microbrilhos

SAC (11) 3230-9606 ou sac@passenati.com.br | www.nati.com.br @naticosmetica





MALBEC CLUB, O BOTICÁRIO

A principal perfumaria masculina do Boticário, Malbec, cresceu. Agora ela se transforma na Malbec Club. Mais do que extensão de fragrância, a novidade é uma linha exclusiva, sofisticada, com fórmulas inovadoras para homens cada vez mais preocupados com sua aparência. São seis itens de cuidados pessoais – Loção Hidratante, Sabonete Líquido, Creme para Barbear, Óleo para Barba, Balm Pós Barba e Shampoo Grey – além de um nécessaire funcional, com design único. Todos os itens têm polifenóis de uva, que têm exclusiva ação antioxidante e auxiliam na prevenção do envelhecimento da pele. Além disso, a fragrância da linha é exclusiva e combina com todas as demais da linha Malbec. Para complementar o ritual de cuidados, a linha traz também a nova fragrância **Malbec Club Intenso**. Uma versão amadeirada, com o DNA de Malbec original, mas muito mais intensa e sofisticada. “Intensificamos as madeiras, o âmbar e o musk de Malbec para deixá-lo marcante como nenhum outro”, explica o Gerente de Perfumaria, Jean Bueno. A linha **Malbec Club** foi pensada para um homem autêntico, que sabe que se cuidar é essencial na hora da conquista. “Ele não tem problema algum em se fazer notar ou receber um elogio pela fragrância que usa ou pelos cuidados que tem com sua imagem pessoal. É um homem que se garante!”

O Boticário: www.boticario.com.br



S. PREMIUM, EUDORA

Um chypre floral marcante que mescla um buquê luxuoso com o Acorde Black Night. E, para evidenciar a personalidade de S. Premium, um toque amadeirado e o exclusivo Segredo de Eudora®, ajudam a manter a pele perfumada por mais tempo.

Eudora: www.eudora.com.br

WANTED BY NIGHT, AZZARO

A consagrada marca traz esta Eau de Parfum criada a partir do poder da canela, a extravagância amadeirada do cedro vermelho e a sensualidade do acorde de tabaco.

SAC 0800 704 3440



CURTIDAS DE HUMOR, NATURA

Divertida como as demais fragrâncias da linha, Curtidas de Humor apresenta uma leitura inovadora de amora negra. Olfativamente é a mais intensa e a mais noturna das fragrâncias de Humor. Natura, a Casa de Perfumaria do Brasil. Seu desenvolvimento é uma parceria das perfumistas Verônica Kato e Alienor Massenet, da casa de fragrância Symrise. A cocriação, que possui notas como orquídea negra, avelã glaceado e baunilha, ganha um toque de irreverência a mais quando combinado a ingredientes naturais brasileiros como a pripricoa.

Notas de saída: Pimenta rosa, framboesa, mandarina e amora negra.
// Notas de corpo: Jasmim, flor de heliotrópio, orquídea negra, frésia e acorde avelã. **// Notas de fundo:** Vanila, malton, cedro, praliné, sândalo, patchouli, caumarina, musk e madeiras ambaradas.

Natura: rede.natura.net



NATURA HOMEM VERUM, NATURA

Um deo perfume para homens autênticos, descolados e confiantes. Uma fragrância amadeirada, intensa e perfeita para ocasiões especiais, que apresenta um contraste com as notas verdes, como a renomada folha de violeta, e o toque camuflado do couro. “Natura Homem Verum possui o inédito óleo essencial de Copaíba da Natura, ingrediente da biodiversidade brasileira, e também ingredientes amadeirados da perfumaria tradicional, como vetiver, cedro e sândalo. É uma criação onde desponta o lado mais misterioso (seco e esfumado) do vetiver e o calor do sândalo, que combinam a maciez e aspecto resinoso da copaíba, que envelopa e traz autenticidade à fragrância”, diz Veronica Kato, perfumista exclusiva da Natura. Natura Homem Verum é uma interpretação moderna e original do clássico caminho olfativo amadeirado, e foi desenvolvido em cocriação entre Veronica Kato e o perfumista americano John Gamba, da casa de fragrâncias Givaudan.

Notas de saída: Notas aromáticas (sálvia), especiarias (noz moscada e pimenta preta) // **Notas de corpo:** Folhas de violeta, jasmim, âmbar // **Notas de fundo:** madeiras nobres (sândalo, vetiver, íris, cedro, cashmeran), copaíba, baunilha, musk, suede (couro).

Natura: rede.natura.net



Soluções
Customizadas em
EAD.
Consulte-nos.



POWER OF SEDUCTION, ANTONIO BANDERAS

Um aroma refrescante, jovem e muito masculino. Como seu protagonista, uma fragrância que carrega o verdadeiro poder da sedução.

SAC 0800 704 3440

Lançamento

RENOVA SÉRUM FACIAL PRÓ-AGE

Benefícios:

- Elasticidade
- Firmeza
- Hidratação



Lançamento

ÁGUA TERMAL

Benefícios:

- Hidrata
- Protege
- Suaviza



Lançamento

MAGIC FIX SÉRUM POTENCIALIZADOR

Benefícios:

- Potencializa e prolonga a fixação da maquiagem
- Fixador de glitter/pigmento



Lançamento

DEMAQUILANTE BIFÁSICO EXPRESS

Benefícios:

- Remove a maquiagem
- Limpa e hidrata
- Oil Free



ÁGUA MICELAR ULTRA

Benefícios:

- Higieniza
- Suaviza
- Tonifica
- Hidrata

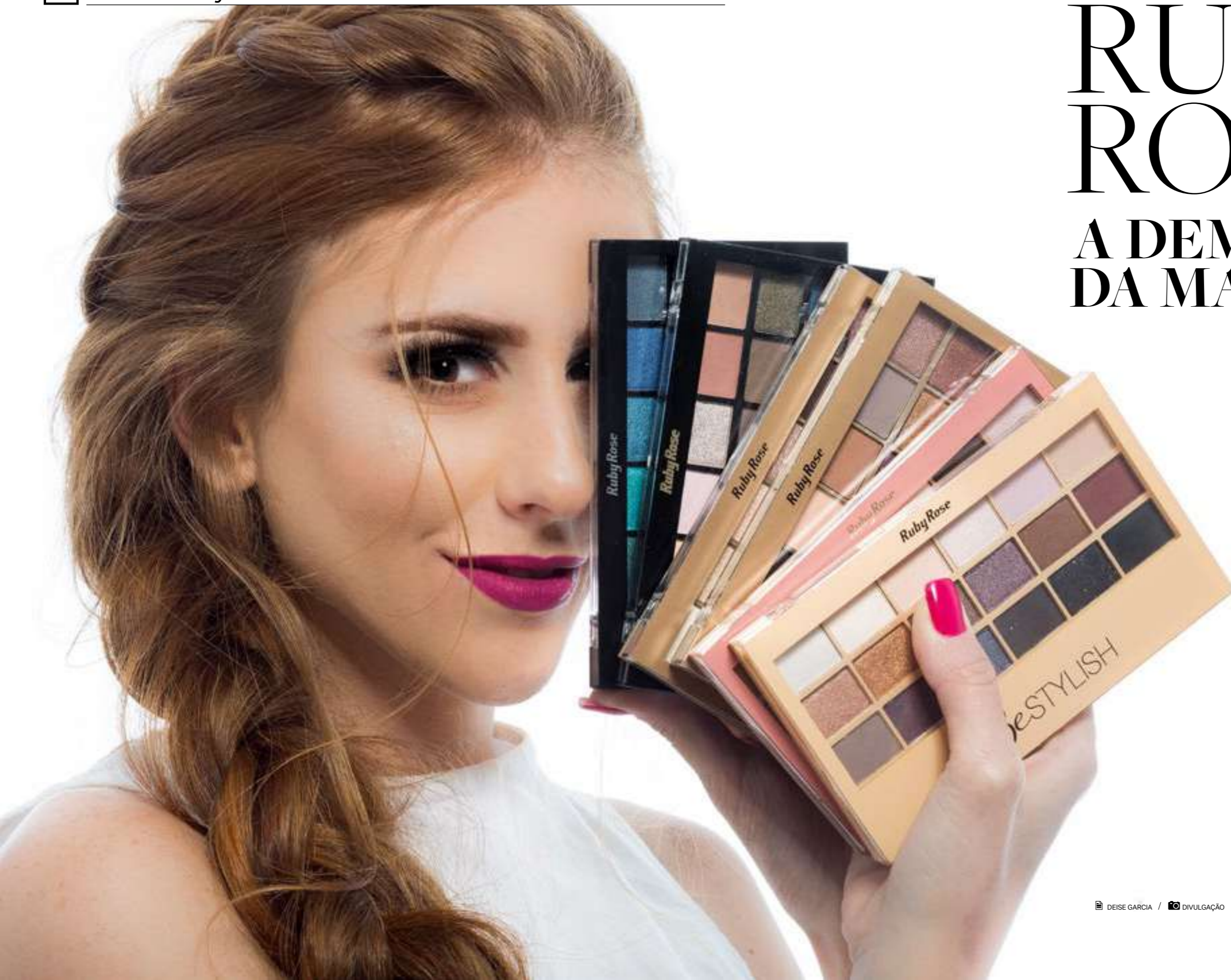


INSPIRATION KIT

Benefícios:

- 12 tons de corretivo
- 2 pó para contorno
- 42 sombras para olhos
- 4 blush
- 3 sombras para sobrancelhas
- 4 iluminadores cremosos
- 1 fixador de sombras
- 2 iluminadores em pó
- 12 tons de corretivo





RUBY ROSE: A DEMOCRACIA DA MAQUIAGEM

Os novos valores mundiais deixam algumas coisas muito claras. Uma delas prega que beleza é algo individual, único e direito de todos. A partir deste conceito, a Ruby Rose abraçou a causa da democracia do belo e nasceu para criar produtos – maquiagem e cosméticos faciais – que oferecem qualidade, preço justo, resultados incríveis e uma gama de opções que atendem todos os gostos e tipos. Para contar esta história inspiradora, **Cleide Sales**, gerente de marketing, conversou com a HM em Revista

HM / Qual a história da marca no Brasil?

CLEIDE SALES / A marca veio para o Brasil há 12 anos. A escolha se deu por dois motivos: o crescimento na área de beleza no país e a mulher brasileira, que estava se tornando mais vaidosa, curiosa em relação as maquiagens, e demonstrava não ter medo de usar e abusar de tais produtos – ela criava a própria tendência. Por este motivo, viemos com alguns produtos. Percebemos que muitas tinham e têm o sonho de adquirir aquela maquiagem mais cara, porém, não tinham condições, por isso, apresentamos a nossa missão, que era realizar o sonho dessa mulher, oferecendo um ótimo produto, com excelente qualidade. A princípio ficamos conhecidos como a marca popular e barata. A Ruby Rose foi uma das primeiras que apresentou qualidade e bom preço, o que é difícil praticar com marcas populares, quebrando assim o preconceito de que o barato não é bom. Provamos e estamos provando, que qualidade é totalmente alinhada a bom preço.

Qual o público alvo?

Cerca de 80% do nosso público é o C, mas com o posicionamento da marca no mercado nos últimos 2 anos (que vem mostrando e provando que qualidade pode sim estar alinhada a um bom preço), estamos conquistando uma nova fatia do mercado do público B e começando a ganhar uma parcela do A.

Vocês pregam a ideia de produtos de alta qualidade a preços justos. Como isso é possível?

É um trabalho árduo e que demanda paciência. São meses e até anos de pesquisa em busca de componentes e produtos que tenham excelentíssima qualidade, sem fugir do preço acessível, que é o foco/ objetivo da marca. Nossos diretores e pesquisadores rodam o mundo em busca desse conjunto. A nossa regra é bem clara: não queremos produzir, produzir e visar apenas o lucro, por isso, alguns produtos demoram anos para serem lançados. A pesquisa é bem demorada. Reptimos todos os testes até termos a certeza de que o produto chegou ao nível de qualidade que desejamos. Temos uma equipe totalmente dedicada a isso. É desafiador, mas é possível. No Brasil, é comum ou você ter qualidade ou ter bom preço – encontrar os dois

juntos é uma tarefa bem árdua e, por isso, é desafiador. A Ruby Rose quer alinhar os dois: Qualidade x Preço Justo. Temos a visão de que todos têm direito a ter acesso a produtos bons, que apresentem resultados surpreendentes, a um bom preço.

Qual o atual portfolio de vocês?

Atualmente trabalhamos com mais de 600 itens, sendo linha de maquiagem tanto para o uso pessoal ou profissional, produtos em pó e em creme para rosto, olhos, sobrancelhas, pincéis, lábios. Também partimos para a linha facial e de limpeza. Nosso objetivo é ampliar ainda mais esse leque e oferecer ao público tudo que envolva a linha de cosméticos.

Qual o produto queridinho? Alguma ideia do motivo?

Há cerca de 2 anos podíamos dizer que o produto queridinho era a base, devido ao boom que deu, e o produto não para nas lojas e em nossos estoques, o giro era muito rápido. O motivo? Uma base de altíssima cobertura e barata. Em seguida, podemos dizer que as nossas paletas de iluminadores estão sendo a bola da vez.

Vocês são muito ativos em eventos e feiras. Qual a estratégia por trás disso?

Na verdade, isso começou a acontecer no último ano – antes a Ruby Rose não estava tão presente em eventos e feiras (principalmente por ser uma empresa familiar e pequena). Não tínhamos braços e verba suficientes para nos dedicarmos a essa parte. A equipe era pequena, mas o sonho sempre foi grande, por isso, os passos sempre foram dados lentamente. Cada tomada de decisão é muito bem pensada, crescendo de grau por grau, com os pés no chão. Com o passar do tempo, sentimos a necessidade de montar uma equipe de marketing para iniciar esse trabalho. E tem dado super certo! Cada evento que decidimos participar é pensado, analisado e escolhido com o intuito de sermos extremamente assertivos. Nosso objetivo nesses eventos é a aproximação e relacionamento da marca com os nossos clientes/seguidores/fãs. Queremos demonstrar que todos fazem parte da família Ruby Rose.



“Estamos presentes em 13 países: Rússia, Ucrânia, Líbano, Romênia, Marrocos, Egito, Bulgária, Polônia, Turquia, Argélia, Emirados Árabes, Paraguai e Brasil”

Nas últimas feiras, vocês simplesmente arrasaram com a entrega de kits. Compensa?

Uma das coisas que não poupamos é em relação a presentear as nossas consumidoras e, sim, vale a pena. Na maioria das vezes é a oportunidade de a pessoa conhecer e testar a marca. Elas normalmente amam, se sentem valorizadas. E viramos o comentário das feiras e eventos quando se tem um kit recheado. Não entregamos sacolas, realizamos sonhos. Por isso, pensamos detalhadamente quando vamos elaborar um kit. Não é apenas um Kit, é a realização do sonho de quem está recebendo.

Podemos dizer que ser visto é um passo mágico para o crescimento?

Não acreditamos muito em mágica, mas sim em anos de trabalho e pesquisa árduo para que no tempo certo, tenhamos o reconhecimento merecido, que é através do feedback/ aceitação de nossos consumidores. Se estamos sendo vistos é porque estamos acertando. Cada dia é uma história nova. Erramos e aprendemos com os erros para assim acertarmos.

Vocês estão fazendo uma ação de marketing forte com 100 maquiadores. A ideia é atingir também o público profissional?

Esse é um público que até então não conhecia a nossa marca, alguns só de ouvir falar. Queremos que os profissionais da área saibam que a nossa linha também pode ser trabalhada profissionalmente. Esse está sendo mais um de nossos desafios. Esperamos obter um bom resultado. Estamos bem otimistas em relação a essas ações. Na Beauty Fair 2018 traremos um diferencial em nosso stand: workshops com maquiadores renomados. Esperamos fechar ainda mais parcerias não só com maquiadores, mas também nos grandes salões de beleza.

Quais os valores que norteiam a marca?

- ♦ Conquistar a confiança do consumidor e dos formadores de opinião;
- ♦ Oferecer sempre ótima qualidade e preço justo;
- ♦ Trabalhar na área de desenvolvimento para acompanhar a tendência e tecnologia mundial;
- ♦ Garantir que todos tenham o direito de ter acesso a beleza.

O lançamento dos sérums é uma entrada para linhas de tratamento. O que mais vem por aí?

Exatamente. O consumidor está pedindo e nós estamos trabalhando, pesquisando referências e tendências mundiais, para trazer produtos de qualidade e acessíveis. Esse é o início. Em breve, traremos novidades.

O que podemos esperar da marca para o próximo ano?

Firmar o posicionamento da marca, deixar claro quais são a nossa missão, o nosso valor e a nossa identidade. Em relação aos produtos, queremos ampliar ainda mais. Como falei anteriormente, é tendência a mulher cuidar da pele, então começamos com a Água Micelar e os Sérums, e queremos nos dedicar/ pesquisar ainda mais essa área.

Vocês pesquisam muito antes de lançar algo, estão sempre de olho no que acontece no mundo. Quais são as tendências de produtos para os próximos anos?

Hoje a busca por produtos de cuidados com a pele é crescente. Para nós é um desafio porque, normalmente, esses produtos costumam não ser tão acessíveis. As pessoas querem ficar bem maquiadas, belas, mas também se atentaram que para manter uma pele saudável, tem que haver cuidados antes, durante e após a aplicação da maquiagem.

E quais as tendências de uso delas?

As pessoas estão querendo produtos eficazes, de resultado mais imediato.



QUEM É A NOSSA ENTREVISTADA

Cleide Sales, 36 anos, casada há 2, futura mamãe da Rayssa, é jornalista por formação e marqueteira por paixão. Tem 15 anos de experiência nas áreas de Marketing, Comunicação Corporativa e Institucional, jornal impresso, revistas e mídias sociais. Atualmente é Gerente de Marketing da Ruby Rose Cosméticos. Entre suas habilidades, tem ampla experiência em planejamento estratégico, organização de feiras, congressos, workshops, cursos e palestras, assim como produção de notícias institucionais, criação e diagramação de jornal interno, newsletter, e-mail marketing e planos de Endomarketing, interface com agências e gráficas para criação e impressão de peças. Como jornalista, já fez matérias para as revistas M&T, Grandes Construções, Problemas Brasileiros, do SESC, Construction Digital, revista especializada dos Estados Unidos, jornal Folha Universal e Blogs, para as seguintes áreas: Engenharia, Mineração, Cotidiano, Economia, Moda, Beleza, Saúde, Comportamento, entre outros.





FIBEL

THE BEAUTY

SALON

18ª FEIRA DE BELEZA PROFISSIONAL | FIBEL

10 A 12. NOVEMBRO. 2018

CENTRO DE CONVENÇÕES SULAMÉRICA • RIO DE JANEIRO | RJ



ANDRÉ GERHARDT
RJ // Barber

> TEMA

Barbearia tradicional
e o visagismo aplicado



FERNANDO TORQUATTO
RJ // Beauty Artist

> TEMA

Tendências de Maquiagem -
As cores e a moda para 2019



PAULO PERSIL
SP // Hair Stylist e Educador

> TEMA

A magia dos penteados



LUCIANA NILO
MG // Hair Stylist e Educadora

> TEMA

Técnicas de cortes comerciais



MAURICIO PINA
SP // Hair Stylist

> TEMA

O novo olhar
para cabelos presos



PAULO CÉSAR
RJ // Makeup Artist

> TEMA

O segredo da maquiagem
em peles negras e orientais

MAIS
QUE UMA
FEIRA, UMA
EXPERIÊNCIA DE

beleza
profissional



MANU BARBARA
RJ // Makeup Artist

> TEMA

MAKE - RED CARPET



BRUNA LACERDA
SP // Makeup Artist

> TEMA

Maquiagem
na era digital



GUILHERME CAMILO
RJ // Makeup Artist e Hair Stylist

> TEMA

ImaginaRIO - uma experiência
de maquiagem que vai mexer
com a sua cabeça



BRUNO LOTUFO
RJ // Colorista

> TEMA

Mechas Express
by Lotufo



RUDI WERNER
RJ // Hair Stylist

> TEMA

Cortes de sucesso
segredos Werner para
corte e finalização



RAPHAELLA BAHIA
RJ // Micropigmentadora

> TEMA

Design de sobrancelhas

thebeautysalon.com.br

(21) 3888-3730 • (21) 3887-9158

WHATSAPP (21) 97217-4436

CURTA NOSSAS
REDES SOCIAIS

f /thebeautysalon

@thebeautysalonoficial

LOCAL



ORGANIZAÇÃO



REALIZAÇÃO



MÍDIA OFICIAL





Corretivo colorido yes or no?

1 Hoje é tão fácil encontrar produtos com altíssima cobertura. Eles não são autossuficientes, a ponto de dispensar o uso do corretivo colorido? De jeito nenhum! E a maneira mais fácil de entender isso é lembrando que cobertura e camuflagem são coisas completamente diferentes. Esconder imperfeições exige jogar com a colorimetria. Pegando como exemplo as olheiras, é esperado que elas fiquem acinzentadas se você usar só corretivo cor de pele; tudo culpa da hiperpigmentação azulada, que, antes, precisa ser quebrada com um tom alaranjado.

2 Mesmo que a cliente precise, há casos em que você abre mão do corretivo colorido? Sempre faço isso quando a pessoa tem flacidez na pálpebra, para não evidenciá-la, deixando o olhar ainda mais envelhecido. Nesse tipo de situação prefiro me limitar a fazer uma correção mais branda, usando uma base rosada ou amarelada e corretivo convencional.

3 Por que você vai contra a onda de aplicar corretivo colorido depois da base? Não se trata de rebeldia da minha parte. Aliás, conheço muitos maquiadores que seguem essa regra e têm belíssimos trabalhos. Mas eu, particularmente, acredito que a camuflagem fica mais natural e discreta quando faço primeiro todas as correções necessárias com o corretivo colorido e, só depois, uniformizo o tom da pele com base seguida por corretivo cor de pele.

Yes, of course!
“Sinceramente, até dá para sobreviver sem esse tipo de produto, mas com ele a vida do profissional fica tão mais fácil, já que não precisa colocar seu talento à prova usando pigmentos para tentar neutralizar os subtons de pele causados por olheiras, manchas e afins”, resume o beauty artist **Bruno Moura**, do Fernando Torquatto Studio. Confira outras confissões e artimanhas do expert

4 Ao mesmo tempo em que você se preocupa tanto com um resultado natural, é fã de corretivo espesso. Qual a explicação para esse disparate? A resposta está na excelente cobertura oferecida por esse tipo de produto e na misturinha que faço dele com um bom diluidor de maquiagem. Assim, a textura fica mais fluida e o cosmético não perde sua performance para fazer coberturas difíceis, como a de olheiras muito escuras e de imperfeições em áreas aonde a base dura menos, caso da zona T.

5 Quais outras artimanhas você usa para atingir o melhor resultado em correção? Entre as que considero mais preciosas estão: aplicar o corretivo sempre com pincel e esponja, já que o dedo, mesmo com batidinhas delicadas, por deixar digitais e alterar o efeito do produto; e escolher a cor do corretivo fazendo o cruzamento entre o problema a ser disfarçado e o tom de pele da cliente. Daí a explicação para eu usar corretivo alaranjado nas olheiras das negras e amarelado nas das brancas. ❧

CORRETIVO, CATHARINE HILL.
Tem ótima cobertura e sua consistência cremosa permite espalhar com facilidade, sem deixar acúmulos.



COLOR CORRECTING STICK, SMASHBOX.
Os lápis são macios e cremosos e deslizam com suavidade sobre a pele.



NATURA FACES CORRETIVO NEUTRALIZADOR. A ponta do lápis ajuda a corrigir marcas menores e pontuais.



CORRETIVO BOI-ING BRIGHTENING, BENEFIT. Cremoso, concentrado e com efeito luminoso, é ideal para cobrir e clarear olheiras e manchas.



CORRETIVO FACIAL, VULT. Rica em pigmentos, favorece o disfarce de pontos mais difíceis, como olheiras escuras e manchas de sol.



CORRETIVO, MORI MAKEUP. Destaque para a textura suave e o formato em batom, que é simples de manusear.



CORRETIVO FACIAL NEUTRALIZADOR, FACINATUS. Oferece alta cobertura e toque seco por ser formulado com silicones especiais, que garante uma textura aveludada, e seda de arroz, um excelente absorvedor de oleosidade.



ULTRA HD UNDERPAINTING, MAKE UP FOR EVER. Essa linha é formada por seis paletas com diferentes combinações de corretivos para agradar diversos tons de pele.



GLAM CREAMY CONCEALER, SD MAKE-UP. Garante secagem rápida, alta pigmentação e boa espalhabilidade, sem riscos de marcar as linhas de expressão.

#OndeEncontrar

Benefit sac@lvmh.com.br
Catharine Hill (11) 5070-1060
Make Up For Ever 0800 170 506 / www.sephora.com.br
Mori Makeup www.morimakeup.com.br
Natura www.natura.com.br
SD Make-up (85) 3077-2877 / www.sdmakeup.com.br
Facinatus (62) 3594-5003
Smashbox 0800-8921692
Vult (11) 4736-8890 / vult.com.br



Vult Corretivo em Creme, (11) 4736 8890



Fresh faces

A maquiadora Vanessa Rozan, do Liceu de Maquiagem e da Vult, fala sobre a volta do gloss e a ascensão da glass skin, tendências que trazem frescor para o look.

34

Ao começar sua trajetória no mundo da beleza, por volta dos anos 2000, a maquiadora Vanessa Rozan enfrentava um desafio: ninguém queria saber de usar hidratante antes do make. “As mulheres morriam de medo, achavam que a pele ficaria oleosa e que a maquiagem perderia a durabilidade”, lembrou a expert durante esta nossa conversa sobre um dos looks que mais estão em alta no momento – aquele que alia pele com acabamento dewy (úmido ou cremoso) a efeitos molhados na boca, nas pálpebras e até na face. Hoje, analisa, o panorama está bem diferente. “As brasileiras revisaram os seus conceitos, entendem que pele com brilho pode ser bacana também”, garante. Confirma o que mais a fundadora do Liceu de Maquiagem e maquiadora oficial da Vult tem para contar sobre as mudanças e sobre a tendência gloss + glass skin.

Vult Lip Butter nas cores #dream, #like, #happy e #up

MARIA CECÍLIA PRADO PARA HM EM REVISTA: As brasileiras passaram do make nada para o look tudo, sem muitas escalas. Acha mesmo que estão prontas para aderir a essa pele mais cremosa e a esse acabamento quase transparente?

VANESSA ROZAN: Veja bem, quinze anos atrás a gente mal aplicava base! Era pó e pronto, não havia muita elaboração no preparo da pele. Depois, vimos a explosão de blogs e de canais do YouTube e recebemos todo tipo de informação de beleza possível, o que gerou desejo por experimentação e por abraçar a maquiagem de uma forma que não se fazia antes. Agora, há um movimento de depuração, de consciência de que não é preciso passar tanta coisa para se ficar bonita. Ou seja, o momento é perfeito para se entender e aceitar esse make mais fresco e muito alinhado com as tendências.

MCP/HM: O mito de não hidratar a pele antes do make deixou de existir, então?

VR: Está deixando. Ainda há quem pense que usar um hidratante antes da base vai fazer a maquiagem derreter. Mas quem experimenta percebe que ocorre o



Caudalíe Eau de Beauté, (11) 3032 7564



Muito glow e muito frescor revelam a beleza de **Emília Clarke**, com poucas cores como coadjuvantes. No desfile outono inverno 2018/2019 da Toga, o gloss brilha nos lábios e a pele, apesar de perfeita, tem leveza e viço, seguindo a inspiração glass skin. **DFREE/SHUTTERSTOCK**
EDIVULGAÇÃO NARS



Vult Base Fluida

Dior Hydra Life Fresh Jelly Mask, 0800 170506

Simple Organic Blending Facial, simpleorganic.com

EDIVULGAÇÃO



Dior Addict Lacquer Plump

contrário: quando a pele está bem cuidada, a base adere e dura mais. Outro ponto positivo de se hidratar bem o rosto é que o resultado final ganha um glow saudável e fica mais leve. E esse tipo de visual conversa muito com o estilo de beleza da brasileira.

MCP/HM: E o efeito glossy? Como você vê o retorno do brilho labial, tanto na boca como nas pálpebras e em pontos estratégicos do rosto?

VR: É outro movimento evolutivo. Entre o final dos anos 1990 e o início dos 2000, éramos as loucas do gloss. Além de termos enjoado um pouco do brilho vitrificado, o surgimento do batom líquido matte e o seu sucesso estrondoso acabaram fazendo o gloss ficar meio esquecido. Hoje, com um desejo por viço e leveza no ar e com o desenvolvimento de novas fórmulas – menos aderentes e muito mais confortáveis de se usar –, o produto volta a ganhar espaço. E o look molhado tem a ver com o visual esportivo que tomou conta da moda nas últimas temporadas. Tudo colabora para o retorno do gloss e é só uma questão de tempo para as mulheres voltarem a ter um deles no nécessaire...

MCP/HM: Glass e gloss na prática: como se chega a um resultado moderno?

VR: A glass skin é construída em vários passos. O primeiro é limpar bem o rosto com uma água micelar. A seguir, passar um hidratante leve, fazendo uma massagem para ajudar a drenar líquidos acumulados, a reativar o brilho natural da pele e também a acelerar

a absorção do produto. Se necessário, entrar com um primer que tenha o efeito de minimizar poros ou de acentuar o viço. Só então aplicar a base, de preferência uma bem fluida. Minha técnica é depositar nos pontos onde desejo mais cobertura e depois espalhar com pincel duo fiber estreito, fazendo movimentos circulares, para deixar o acabamento leve e polido. Corretivo, só nos pontos onde realmente houver necessidade. Para finalizar, uma bruma de tratamento, borrifada à distância. Quando ela está quase seca, volta-se com o pincel duo fiber, para finalizar o polimento. Aí se entra com pitadas de cor, com um pouquinho de máscara, com gloss ou balm labial... A maquiagem fica linda, fresh.

MCP/HM: Não é uma pele para se fazer rapidinho...

VR: Diria que é uma aplicação de produtos estilo couture: precisa, delicada. Como a pele é o centro do look, é preciso dedicar mais tempo e cuidado a ela. Mas o resultado final vale a pena. Sem contar que esse casamento entre skincare e maquiagem tem tudo a ver com o futuro da beleza. Primeiro, porque os produtos de tratamento entregam cada vez mais uma beleza imediata, enquanto os de maquiagem se tornam mais tecnológicos e mais eficientes no cuidado. Depois, porque estamos vivendo uma mudança de postura. Até pouco tempo atrás, só mulheres de uma faixa etária mais elevada se preocupavam em limpar, nutrir, hidratar, usar máscara... Hoje, até as jovens entendem que um resultado incrível só aparece quando se tem uma pele saudável. ❑



GUSTAVO ARAIAS

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



ANTES

DEPOIS

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



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.

BELEZA COM BENEFÍCIOS

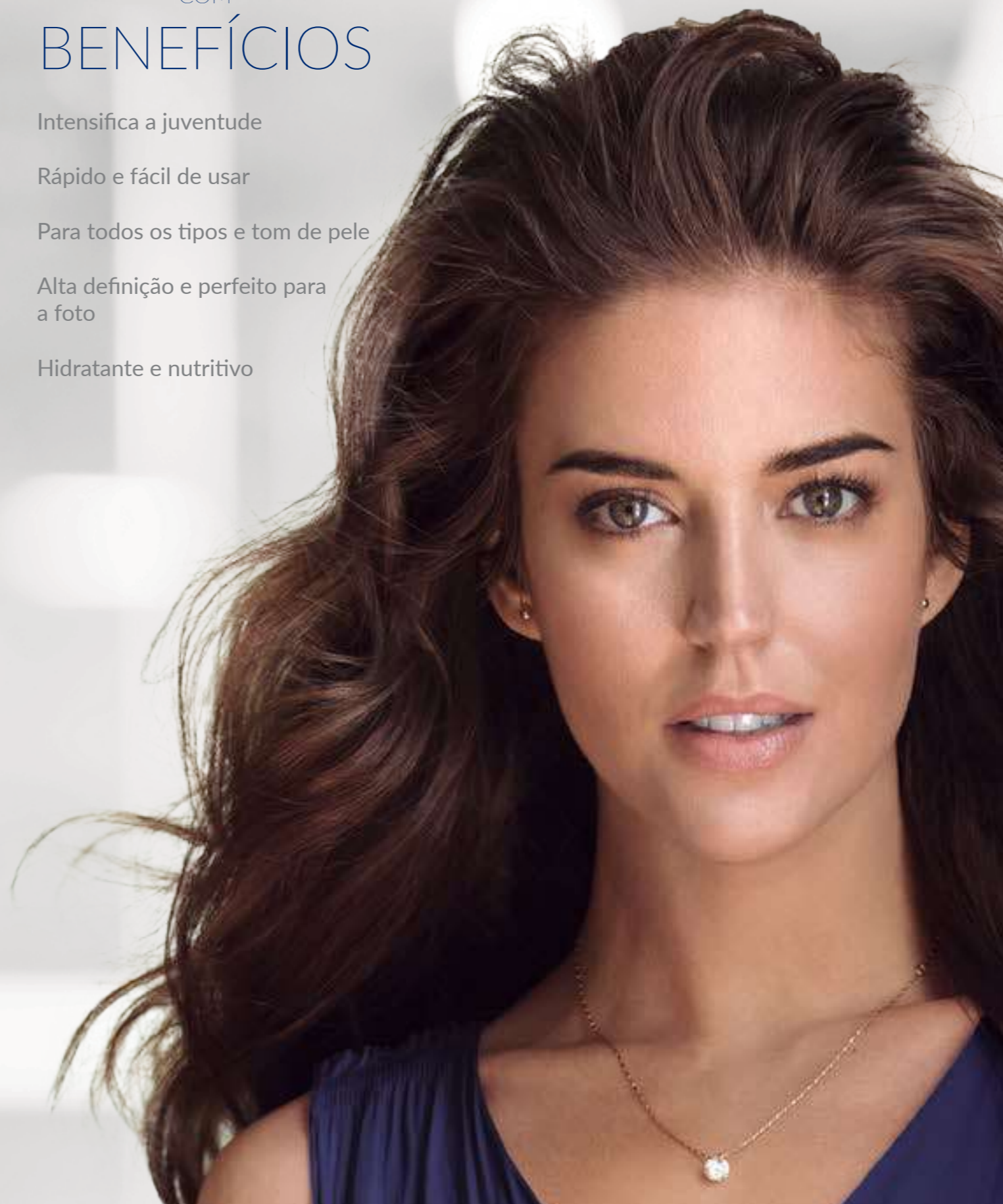
Intensifica a juventude

Rápido e fácil de usar

Para todos os tipos e tom de pele

Alta definição e perfeito para a foto

Hidratante e nutritivo



Eric Maekawa

APRESENTA

COVER #16

Deise Garcia

A ORIGEM MAEKAWA.

Meus avós imigraram para o Brasil em 1928. A origem do sobrenome Maekawa é devido a um rio que passava em frente à casa de nossa família no Japão. Mae, quer dizer frente e Kawa é rio. O bisavô do meu avô, fazia parte de uma linhagem de samurais. No Brasil, dedicaram-se a agricultura no interior de São Paulo.

LAÇOS DE FAMÍLIA.

Minha mãe foi a grande desbravadora. Formou-se em 1973 no Instituto Akahoshi em São Paulo. Sempre estive em contato com a beleza. Eu cresci recolhendo pedaços de cabelos do chão para fazer experiências nos potes de produtos que sobravam das aplicações. Achava isso o máximo.

PAIXÃO PELO BELO.

Eu sempre fui muito inquieto e curioso. O meu dia a dia era com o mundo do cabelo. E, raramente eu via minha mãe fazendo uma maquiagem. Acredito

que isso me deixava instigado a procurar saber mais sobre o assunto. Olhava todas as matérias que falava sobre maquiagem. Com quinze anos resolvi comprar meu primeiro kit de maquiagem, bem modesto, com produtos bem baratos. Maquiava minhas amigas e depois tirava fotos, me divertia. Depois comecei buscar livros sobre o assunto. Na época, a internet ainda era novidade, pouco se falava sobre makeup e não existia o youtube. Então foi nessa época que descobri minha paixão por beleza.

PRIMEIRO TRABALHO.

Foi há 10 anos, em uma revista com um editorial de cílios que teve 11 páginas de publicação. Não me lembro de ter visto uma publicação com tantas páginas até hoje. Eu conheci uma jornalista em Las Vegas, onde fomos participar de um evento internacional. Comentei com ela que eu gostaria de fazer um trabalho que fosse dedicado a cílios postiços e ela adorou a ideia. Assim foi a minha primeira vez.



Foto: Pixel Imagem Digital
Modelo: Shelega Bock
Beleza: Eric Maekawa



© SALOMÃO CARDOSO

OS FAVORITOS.

Difícil de responder. Eu tenho muito carinho pelos autorais com uma pegada avant garde e fine art que já produzi. Muitos deles nem foram publicados porque são totalmente focados em arte e não têm nenhum traço comercial. A maioria das revistas no Brasil não publica esse tipo de material. Hoje fico muito feliz que exista a HM que abraça esse tipo de trabalho.

FORA DO EIXO RIO-SÃO PAULO.

No passado não atrapalhava muito estar fora dele, pois eu estava desenvolvendo carreira internacional dentro de uma marca. Os trabalhos eram muito específicos e nos últimos anos acabaram que fazia mais o eixo POA-JFK e esporadicamente algum outro país. Hoje meu foco mudou completamente. Estou aberto a novas experimentações, quero fazer coisas que nunca fiz antes.

ÍDOLOS NA ÁREA.

Shu Uemura, Serge Lutens e Topolino. É muito forte a influência desses artistas em meus trabalhos. O minimalismo asiático do Shu, o toque artístico de Serge e o vanguardismo de Topolino.

“
Faça aquilo que te dá frio na barriga, se não sente mais isso é porque precisa reavaliar sua vida.”
”

UM POUCO MAKE, UM POUCO HAIR.

No início me dediquei apenas a maquiagem. Quando comecei a trabalhar com cabelo fiz uma pausa de alguns anos para a make. E quando retomei, ela voltou com força total. Hoje vejo que isso faz parte do meu processo de evolução. Sou muito intenso quando estou desenvolvendo algo, em seguida preciso fazer uma pausa. Como se tivesse que guardar em uma encubadora até o momento certo.

CONCEITUAL NO DNA.

Tenho paixão por arte, sempre estive conectado de alguma forma a ela. Mas obviamente para sobreviver é preciso fazer trabalhos exclusivamente comerciais. O que também gosto de fazer, apenas é uma outra lógica na hora de executar os trabalhos.

BEAUTY ARTISTS BRASILEIROS.

Povo guerreiro! Hoje em dia as coisas estão mais acessíveis no Brasil. Porém, por muito tempo não tínhamos acesso a muita coisa inclusive informação e formação. Eu acredito que nos próximos 5 anos teremos uma nova geração de super Beauty Artists que irão se destacar na mídia. Quase sempre acerto nas minhas previsões... risos

Foto: Carol Heinenl
Retoucher: Guilherme Charão
Beleza: Eric Maekawa





Foto: Fabian Gloeden
Modelo: Amanda Morari
Beleza: Eric Maekawa

CARREIRA IN PROGRESS.

Eu sempre coloquei metas para serem alcançadas. Como eu falei anteriormente, no meu processo de crescimento preciso de pausas. Por quase 3 anos fiquei afastado da mídia. Foi um período que eu precisava me compreender como ser humano, criar os meus próprios valores, deixar algumas coisas no passado e planejar um futuro com novos desafios. Nesse meu período sabático, entendi que fazer tudo sozinho é muito desgastante e limitado, chega um determinado momento que se você não compartilha com um profissional o planejamento da sua carreira é complicado passar para o próximo nível.

ENTRE PINCÉIS E TESOURAS.

Sempre tive o sonho de ter produtos que passassem pela minha curadoria. Como trabalhei mais de 12 anos como artista de uma marca de produtos profissionais para cabeleireiros, sendo 4 internacionalmente, acabei fazendo muitos contatos. A marca Okyo, nova no mercado, me convidou para assessorá-los na seleção dos produtos que fariam parte do seu portfólio. Um longo processo que durou mais de 2 anos. Por fim, dessa parceria surgiu a linha de tesouras premium e super premium com

a minha assinatura. Um de meus pedidos foi para que a marca tivesse tesouras para canhotos e foi concedido. Na verdade, eles foram a procura de tudo o que eu indiquei. Por isso tenho a certeza de que cada produto que eles comercializam são de alta qualidade e pensado nos mínimos detalhes. Eu realmente dou meu aval.

UM SONHO AINDA NÃO REALIZADO...

Publicar meu livro de Beleza e Artes Visuais.

UM ARREPENDIMENTO DOS GRANDES...

Não me arrependo de nada que eu me lembre. Eu sempre acredito que tudo acontece de forma que possamos aprender algo com aquilo e evoluir. Se algo deu errado é porque precisa ser assim para dar certo mais adiante.

ERIC NOS PRÓXIMOS MESES.

Adorei essa pergunta! Estou com vários projetos para os próximos meses. Dentre eles é o meu canal no Youtube e IGTV. Minha intenção é estar cada vez mais próximo do público e poder interagir com eles. Não vejo a hora de poder apresentar todas as novidades.



Foto: Ricardo Hegenbart
Modelo: Luane Doebber
Beleza: Eric Maekawa



Foto: Raul Krebs
Modelo: Cris Garbinato
Beleza: Eric Maekawa



Foto: Jean Pierr Kruze
Modelo: Klaus Gast
Beleza: Eric Maekawa



Sérum, PARA QUE TE QUERO

?

Para fazer a maquiagem durar muito mais, o rosto ganhar um glam e o resultado do seu trabalho ficar ainda mais impecável, ora essa! De textura leve e rápida absorção, ele hidrata, uniformiza, trata todos os tipos de pele e, ainda, pode funcionar como primer



A onda dos sérums não para de crescer. Para preparar a pele para receber outros produtos, hidratar ou diminuir a oleosidade, eles estão cada vez mais em alta na lista dos dermatologistas e, agora, dos maquiadores. Por isso, o profissional antenado precisa conhecê-los de perto para saber como podem valorizar ainda mais as maquiagens incríveis que só ele sabe criar. De quebra, isso ajuda (e muito) a conquistar e manter a clientela satisfeita. Nós desvendamos aqui os segredos desses produtos fantásticos.

SÉRUM, WHO?

É um produto de tratamento para rosto, corpo e cabelo. Sua textura é completamente diferente dos tradicionais cremes e sua penetrabilidade também. “É um tipo de veículo fluido, absorvido mais rapidamente na pele. A ele podem ser adicionados ativos diversos que controlam oleosidade, que hidratam, rejuvenescem (como a vitamina C)”, explica a dermatologista Flávia Guglielmino, da clínica paulistana que leva seu nome e membro titular da Academia Americana de Dermatologia. Segundo a médica, por conter tais características, esse tipo de produto está em alta atualmente. A farmacêutica Mika Yamaguchi, de São Paulo (SP), diz que outro atributo do novo queridinho do pedaço é o fato de ser mais concentrado e, assim, preparar a pele para receber outros produtos por cima. “Mas o principal é a sua fluidez e o toque seco e sedoso”, revela. Não à toa, segundo a especialista, os sérums costumam ser apresentados em frascos com conta gotas, pois é preciso apenas uma pequena quantidade para os efeitos que promete.

INGREDIENTES PRECIOSOS

Peles mistas, oleosas, secas e normais podem receber os cuidados dos sérums. A ação que os difere vem dos ingredientes que os compõem. A dermatologista paulistana diz que, de um modo geral, para controlar a oleosidade usa-se ácido salicílico e para hidratar, ácido hialurônico. Mika Yamaguchi fala da combinação de ativos que torna o produto mais eficiente. “O Hyaxel, que é um ácido hialurônico fracionado vetorizado pelo silício, aumenta a auto-hidratação e melhora a função de barreira cutânea. Nesse caso, ele pode ser associado ao ácido hialurônico de alto peso molecular (DSH CN) que formará um filme protegendo mais a pele.” De acordo com a farmacêutica, para controlar a oleosidade, o Acneol SR, combinado ao ácido salicílico, ao óleo de melaleuca, ao extrato de lúpulo e ao extrato de trevo vermelho (Miniporyl), que contrai os poros, melhora bastante a textura da pele.

MAKE PERFEITO

O grande desejo de makeup artists e clientes é que a maquiagem dure, dure, dure, ou seja, permaneça impecável principalmente em grandes eventos, como casamentos e formaturas, até o fim da festa. Para isso, o profissional precisa ter na maleta sérums para todos os tipos de pele. Daí ele deve escolher o produto adequado e até indicar um para o home care. Mika Yamaguchi explica que, dependendo da formulação, os sérums podem ser utilizados como um primer para hidratar ou controlar a oleosidade, preparando o rosto para receber a maquiagem. Dra. Flávia recomenda que, antes de maquiar a cliente, o maquiador limpe o rosto dela para remover possíveis resíduos e, depois, aplique um sérum hidratante nas peles secas e normais e um anti-oleosidade nas mistas e oleosas. Assim, a maquiagem não craquela nem derrete.



Produtos para ter na maleta (e em casa também)



SÉRUM FACIAL, SIMPLE ORGANIC. Com alto poder de nutrição, combina óleos poderosos para a hidratação eficaz de todos os tipos de pele. Pode ser incluído na rotina de beleza da maneira mais adequada, seja antes da make ou depois da limpeza diária, antes de dormir.



SÉRUM HIDRATANTE FACIAL DIURNO TENSOR, KUR COSMETICOS E BEM-ESTAR. De textura leve, com 12 horas de hidratação, contém vitamina E fosfatada, hialuronato de sódio (hidratantes) e actiglucam, que estimula a formação de colágeno III. Formulado com Gatuline Expression (Acemella Oleracea Extract), age nas contrações da pele evitando a formação de rugas e linhas de expressão. Indicado para todos os tipos de pele.



PIEL SÉRUM, BEL COL. Hidratante e nutritivo, o produto possui toque liso e uma textura deliciosamente macia e iluminada com apenas quatro gotinhas. Contém rosa mosqueta, vitamina E e dimeticone – agente suavizante. De uso diurno, funciona como primer para maquiagem, dá uma sensação da seda na pele e é indicado para peles normais e secas



CHRONOS SÉRUM INTENSIVO PRÓ-FIRMEZA, NATURA. Com efeito lifting imediato e de firmeza nas camadas mais profundas da pele, o sérum aumenta a produção de colágeno em até 8 vezes, reforçando o tecido de sustentação, com a formação de um filme tensor na superfície do rosto. Formulado com ativos, como o concentrado de jatobá, booster natural de colágeno e biossacarídeos que melhoram a firmeza.



SÉRUM CONCENTRADO DA JUVENTUDE DROPS OF YOUTH, THE BODY SHOP. Livre de silicones ou parabenos, é formulado com ingredientes 98% de origem natural e 20% orgânicos. Com benefícios que provêm das células estaminais do funcho do mar, o produto ajuda a estimular a regeneração das células da pele, deixando-a com um aspecto mais suave.

C E FERULIC, SKINCEUTICALS. O sérum atenua as rugas, inclusive as profundas, melhora a elasticidade, aumenta a firmeza e protege a pele contra a radiação UV e a infravermelha. O produto tem 15% de vitaminas C e E puras.



IBUKI SMART FILTERING SMOOTHER, SHISEIDO. Sérum de textura leve e aveludada, com efeito 'blur' que age como um filtro inteligente tornando a pele mais fotogênica. Absorve o excesso de oleosidade, diminui a aparência dos poros, mantém a pele lisa e sem brilho.



SÉRUM LIFTING VOLU-FIRM™, TIMEWISE REPAIR™, MARY KAY. Ajuda a restaurar a firmeza e o volume da pele. Aumenta a resistência, restaura a elasticidade, recupera a jovialidade, deixando a tez radiante. Suaviza a aparência de linhas de expressão, rugas e pele craquelada na área do pescoço.

SÉRUM HIDRATANTE FACIAL COM VITAMINA C, RAISA. A combinação de vitamina C e óleo de rosa mosqueta atuam no estímulo da formação do colágeno, restituem a elasticidade, o frescor e a juventude da pele. O produto também ajuda a clarear manchas causadas pelo sol e acne, além de hidratar o rosto, deixando-o com um toque macio e aveludado.

ANTIOX CLINIC, COSMOBEAUTY. Sérum facial formulado com ativos, como vitamina C, ácido ferrúlico, vitamina E e ácido hialurônico que melhoram a qualidade geral da pele, tornando-a mais viçosa. Reduz rugas e linhas de expressão, além de uniformizar o tom da pele por meio do clareamento das hiperpigmentações.



HYALUAGE COMPLEX DERMAGE. Sérum anti-idade composto por cinco tipos de ácido hialurônico para hidratação com duração de 24 horas. Promove o preenchimento cutâneo imediato, aumento da síntese de colágeno em até 126% e da produção endógena de ácido hialurônico em até 65% após 72 horas de tratamento.



SÉRUM GOTAS DE ENCANTAMENTO, RUBY ROSE. Possui textura aquosa e não gordurosa que se adapta à pele e reduz a oleosidade, além de fixar a maquiagem. O produto, formulado com ácido hialurônico, biotina, provitamina B5, ceramidas e fito extratos revitalizantes restabelece os níveis de água ao longo do dia, fortalecendo a barreira natural da pele.

SORO HIDRATANTE PREP + PRIME MOISTURE BOOST, M.A.C COSMETICS. Soro leve que satura a pele com um estímulo concentrado de hidratação, transformando-o em um híbrido entre um produto para o cuidado da pele e um primer. Alivia delicadamente, reaviva e reabastece a pele enquanto a prepara para a base.



#OndeEncontrar
 Bel Col (11) 4161-8450/ www.belcol.com.br
 Cosmobeauty www.linhascosmobeauty.com.br/
 (11) 4196-1500/ Demais localidades: 0800-8801500
 Dermage 0800 0241064 / www.dermage.com.br
 Kur Cosméticos e Bem-Estar www.kurcosmeticos.com.br
 M.A.C Cosmetics 0800-8921695
 Mary Kay 4003-4620 (para capitais e regiões metropolitanas) / 0800-163113 (para as demais regiões)
 Natura 0800-115566
 Raísa (41) 3679-9909
 Ruby Rose www.rubyrosemaquiagem.com.br/
 atendimento@rubyrosemaquiagem.com.br
 Shiseido 0800-148023
 Simple Organic www.simpleorganic.com.br
 SkinCeuticals 0800-7717371/ www.skinceuticals.com.br
 The Body Shop www.thebodyshop.com.br

MONTEVIDÉU: UM PEDAÇO DA EUROPA NA AMÉRICA



A comparação com Buenos Aires sempre acontece: afinal, a capital argentina fica logo ali, do outro lado do Rio da Prata. Mas quem procura fazer turismo em centro sul-americano, com ares europeus e sem muita agitação, só pode escolher mesmo Montevideú. HM traz as dicas desta cidade pequena para um roteiro seguro e charmoso

A população de Montevideú sequer chega a um milhão e meio de habitantes, mas a cidade proporciona muitas opções de entretenimento. Trata-se da capital mais jovem da América Latina, fundada na primeira metade do século 18. O clima é tranquilo: lembra muito uma cidade do interior, mas com todos os itens de conforto. O transporte coletivo prima pela eficiência, a sensação de segurança está presente em todos os lados. Portanto, desfrute do Centro Histórico com seus casarões coloniais, praças incríveis e parques. Se puder, prefira caminhar.

Comece a desvendar a cidade pelos bairros de Pocitos e Punta Carretas. Eles são vizinhos e se caracterizam por calçadas largas, diversas casas lindas e praças que valem a visita.

→ A feira na Plaza Villa Biarritz, às terças e sábados, das 9h às 16h, abriga muitos antiquários e pode ser a oportunidade que você procura para comprar seus regalos (presentes).

→ Ao redor ficam diversos pet shops. Não se esqueça do seu amigo fiel e compre uma coleira feita com o legítimo couro uruguaio. Não deixe de visitar também o Mercado de los Artesanos.

→ A caminhada continua em direção às Ramblas, calçadões com vista para o Rio da Prata, que têm ciclovias e áreas para descanso. Desfrute dos pequenos mirantes ao longo do trajeto.

→ No centro antigo vale conhecer a Puerta de la Ciudadela, marco zero do setor histórico, que se conecta com a Plaza de la Independencia.

→ Na esquina com a avenida 18 de Julio, principal via da cidade, está o Palácio Salvo, erguido em 1925: um dos principais cartões

postais de Montevideú. Bem pertinho, na avenida Reconquista, outro destaque é o Teatro Solís, de 1856, apresentando um cardápio variado de espetáculos: música, teatro e dança.

→ Para quem gosta de futebol, o Estado Centenário, palco da primeira Copa do Mundo, em 1930, é parada obrigatória para conhecer o acervo completo. Se o seu estilo for mais contemporâneo, vá até o museu Torres García, dedicado a este importante artista da América Latina.

A melhor época para visitar a capital uruguaia começa em setembro e vai até abril, quando o país registra o menor índice de chuvas. No verão, os termômetros não ultrapassam os 28 graus, mas o inverno é gelado e venta muito. Os uruguaios veneram cortes de carne (de boi e cordeiro), acompanhados pelo bom vinho local. Ao lado dos “asados”, também são encontradas as tradicionais empanadas, frutos do mar e massas. No quesito sobremesas (postres) destacam-se as elaboradas com o imbatível doce de leite e, principalmente, os alfajores. Você pode provar tudo isso no Mercado del Puerto, onde há pelo menos vinte restaurantes, com direito a todas as delícias e tentações da gastronomia uruguaia. Se preferir algo mais tradicional, opte pelo restaurante Francis, que oferece a tradicional parrilla (churrasco variado) de uma forma mais gourmet, com molhos especiais: cerveja negra, vinho tannat e mostarda dijon. Aproveite cada minuto caminhando pelas calles (ruas) e encerre a jornada na Rambla, contemplando o pôr do sol, com vista privilegiada no bairro de Pocitos ou Carrasco. O destino ideal para explorar em um fim de semana.

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.



ONDA METAL

As sombras metalizadas são tendência da temporada de inverno – de dia, à noite, para ir trabalhar ou dançar. Mas tem truque de aplicação e maneiras de usar para causar mais ou menos impacto



As sombras metalizadas, depois de “causarem” nas passarelas de inverno 2018, ganharam as ruas: dão um up instantâneo na maquiagem, acendem os olhos e deixam o look mais moderno e poderoso em algumas pinceladas. “Elas não são sombras comuns”, observa Mahsima Nadin, maquiadora e designer de sobrancelha do salão Beleza Fidalga, iraniana que vive no Brasil há quatro anos, formada em técnicas de maquiagem na Women’s Makeup Teerã, um dos principais institutos de educação profissional do Irã. Não mesmo! Seu brilho dá um tom de luxo ao visual, mas também pode marcar linhas e acabar com o look. A seguir, Mahsima ensina a usar essa arma preciosa da maquiagem dos olhos.

NOITE X DIA

A maquiagem moderna tem cada vez menos regras. “Mas se o make é para estar linda num almoço com os amigos, por exemplo, melhor não escolher um tom que fique muito marcado, brilhante ou intenso. Sugiro cores mais suaves como rosa ou nude. Já para a balada, vale tudo!”, diz a make up artist. No entanto, se escolher as azuis e verdes em pó, mude a ordem dos fatores e faça o olho antes da pele. Isso porque elas costumam cair sujar muito o rosto, gerando retraba-

lho. A boa notícia é que apesar do metalizado sugerir uma maquiagem mais marcante e especial, o dourado pode fazer parte do dia a dia tranquilamente!

CADA CASO, UM CASO

Nem só de color block se faz um look metalizado. Apesar de o jeito mais comum de usar essa sombra seja aplicá-la na pálpebra móvel (fica sofisticado), também dá para usá-la como delineador, depositar o pigmento só na raiz interna inferior dos cílios, apenas no canto interno dos olhos para um look mais discreto... “Ou até bem no centro da pálpebra, para a cor aparecer bem”, fala a maquiadora. A situação pede sutileza? “Aplique no canto externo e esfume para as laterais. Tudo depende da intenção.” Se a ideia é usá-la como delineador, misture fixador à sombra e aplique com pincel na raiz superior e inferior dos cílios. “Basta escolher a tonalidade. Fica lindo!”, diz Mahsima.

CADA PELE, UM TOM

Algumas tonalidades combinam mais com pele clara como rosé, prata, pêssego, azul, verde, champagne, bronze, dourado. “Já a pele negra e morena fica linda com dourado, cobre (vermelho), verde, azul”, sugere ela. “A pele deve ter uma harmonia com a cor da sombra. Se ela tem fundo oliva ou amarelado, deve evitar tons alaranjados, por exemplo.”





QUEM PODE USAR?

Todo mundo. Mas para as mulheres jovens, cai superbem, é quase uma segunda pele que deixa o look fresh e divertido. “É preciso cuidado na hora de maquiar quem tem linhas finas, rugas ou olhos caídos, porque a sombra marca demais. A cor acaba parecendo suja, e o efeito é ruim”, alerta a maquiadora. Isso não impede que uma mulher de 50 anos possa escolher um tom metalizado. “Mas aconselho o profissional observar o desenho dos olhos e preferir um metalizado mais fino, quase perolado, só para iluminar.”

SEMPRE INTENSA

Uma dica para garantir a longa duração da sombra metalizada é usar um fixador líquido ou até mesmo água para a cor ficar mais viva e intensa. Ela pode vir na versão compacta, em pó ou cremosa. Se você

molhar a compacta ou em pó, o brilho se multiplica (vale fazer um teste nas costas da mão antes de seguir esse caminho). Outra boa pedida é aplicar primer para olhos nas pálpebras antes da sombra. O produto cria uma base perfeita para a cor, elimina linhas e inclusive aumenta a aderência e durabilidade dos pigmentos. “Minha dica é esfumar antes uma sombra base, natural, nude, e matte como base. Esfume bastante para não ter linhas duras que marcam e envelhecem. O mix matte-metalizada dá brilho com volume, quase 3D. O opaco (ainda mais se for marrom, preto ou grafite) garante a profundidade! Em seguida, aplique um fixador para ter longa duração e intensidade e puxe um belo gatinho.” Outro truque é mudar o pincel de aplicação para aquele mais chatinho (não o de esfumar). No caso da sombra metalizada, melhor o pincel do que o dedo, para não perder intensidade de cor.

Metaleira na make

As sombras metalizadas que precisam estar na bancada.



AQUA XL | COLOR PAINT, MAKE UP FOR EVER.
Sombra cremosa à prova d'água, com 24 horas de duração. Fácil de esfumar.



GLITTER BOMB PALETA DE SOMBRAS, TOO FACED. São 8 tons brilhantes e prismáticos. Use as bases matte branca e preta para iluminar ou intensificar os glitters ou aplique-as molhadas para dar um acabamento líquido cristalino.



EXTRA DIMENSION EYE SHADOW FATHOMS DEEP, MAC. Sua fórmula híbrida combina a suavidade de um creme, a facilidade de misturar de um líquido e o acabamento de um pó com uma cor de longa duração e reflexos prismáticos.



HD LIVING COLOR, KRYOLAN. Seus pigmentos vibrantes e microfinos produzem tons que explodem na pele. Com longa duração.



PIGMENTO 04, VULT. Com grande concentração de partículas brilhantes, adere com facilidade à pele, proporcionando um olhar iluminado, marcante e poderoso



SOMBRA LÍQUIDA OURO VINTAGE, DAILUS. Fácil de aplicar, proporciona brilho intenso às pálpebras, com secagem rápida. À prova d'água.

PALETTE 5 COULEURS, GUERLAIN. Cada harmonia associa 5 tons selecionados para um resultado impecável: 1 tom base para suavizar e iluminar, 2 tons nude e 2 tons esfumaçados para um visual latente. As sombras vêm em acabamentos matte, acetinado ou metálico, e são enriquecidas com pigmentos de luz, refletindo a luz para fazerem os olhos parecerem mais abertos e brilhantes.



SOMBRAS MOSCOU, DERMAGE. Desenvolvida em cores vibrantes que destacam, valorizam e iluminam o olhar. Sua formulação ultrafina, de ótima aderência, proporciona efeito natural, toque sedoso e facilidade na aplicação.

SHIMMERING CREAM EYE COLOR, SHISEIDO. Sombra cremosa com cor perolada e pigmentada, com até 16 horas de duração. Sua tecnologia proporciona hidratação e acabamento suave, além de uma finalização tridimensional, refletindo cor de diferentes ângulos.



CAVIAR STICK EYE COLOUR, LAURA MERCIER. Sombra cremosa em stick com 12 horas de duração, superprática e fácil de aplicar. Pode ser esfumada com os dedos ou com pincel e não craquela, nem esfarea.



LID POP, CLINIQUE. Fórmula de longa duração e textura de pó leve e cobertura suave que pode ser intensificada em camadas.



PIGMENTO BLACK, LILAC E NUDE, SIMPLE ORGANIC. Pigmento multifuncional composto por ingredientes minerais que nutrem e mineralizam, proporcionado luminosidade para a pele.



COVER SHOT EYE SMOKY PALETA DE SOMBRA, SMASHBOX. Paleta de sombras com 8 cores de acabamentos matte e metálico. Produto não testado em animais.



EYE-CONIC MULTI-FINISH EYESHADOW PALLETE, MARC JACOBS. Com sombras de quatro acabamentos - veludo acetinado, cintilante, seda e metálico, todas com cobertura superpigmentada.



NARS VELVET SHADOW STICKS Sombra em bastão no tom rosa que se mistura à pele sem esforço e adiciona dimensão polida aos olhos.



#OndeEncontrar
 Clinique 0800 892 1694, www.clinique.com.br
 Dailus Color (11)2227-3333/ sac@dailus.com.br
 Dermage 0800 024 1064, sac@dermage.com.br
 Guerlain 0800-170-508, www.sephora.com.br
 Kryolan www.kryolan.com.br (11) 3045-0087
 Laura Mercier 0800 -148023
 M.A.C 0800 892 1695
 Make Up For Ever 0800 170 506 ou www.sephora.com.br
 Marc Jacobs 0800 170 506 ou www.sephora.com.br
 Nars 0800 -148023; sacbrasil@narscosmetics.com
 Shiseido 0800148023
 Simple Organic www.simpleorganic.com.br
 Smashbox 0800 892 1692, www.sephora.com.br
 Too Faced 0800-047-4279, www.sephora.com.br
 VULT (11) 4736-8890 / sac@vult.com.br

COLORMAKE. TODAS AS CORES DO BRASIL PARA O MUNDO

64





A Colormake tem muito o que celebrar. Ela acaba de participar do maior festival de pintura corporal do mundo, o WBF (World BodyPaint Festival). O evento aconteceu na cidade de Klagenfurt, estado de Caríntia, na Áustria, e reuniu artistas de mais de 50 nacionalidades, num total de 30 mil visitantes. Durante os 3 dias principais do evento são realizadas competições em diversas categorias:

- ▶ World Award, Airbrush
- ▶ World Award, Special Effects Bodypainting,
- ▶ World Award, Team Category
- ▶ World Award, Facepainting
- ▶ World Award, Installation Art
- ▶ Special Effects Make-up Award
- ▶ Special Award, Creative Make-up
- ▶ Special Award, WBF Make-up Battle
- ▶ Special Award, Purple Brush Award
- ▶ Amateur Award, Open Category
- ▶ Amateur Award, Brush/Sponge

COLORMAKE, MUITO PRAZER

Para quem ainda não conhece, trata-se de uma empresa nacional de cosméticos, especializada em maquiagem artística, fundada em 1990, e presente em todos o Brasil e Países da América. “De olho no nosso processo de expansão, visando também o mercado Europeu, investimos e fomos a primeira marca bra-

sileira de cosméticos a participar e patrocinar o WBF na Áustria”, explica Marcelo Fiedler, executivo da marca. O processo para participação do WBF começou quando a Colormake decidiu apoiar o concurso brasileiro de maquiagem artística “Umake Challenge” promovido pela Umake MakeUp School, do consagrado beauty artist Jon Pavan. “A Colormake queria que a premiação para o 10 colocado no concurso, Nirvana Rodrigues, fosse algo diferente e ao mesmo tempo agregasse ainda mais conhecimento ao ganhador. Uma viagem para conhecer o maior Festival do Mundo na Áustria e acompanhar o evento juntamente com o Jon Pavan e Alisson Rodrigues, atendia bem estas expectativas”, explica Marcelo.

PARTICIPAÇÃO PREMIADA

A modalidade escolhida pela Colormake foi a de Efeitos Especiais. Jon Pavan teve a possibilidade de concorrer entre os melhores maquiadores do mundo, ficando com o 5º lugar. Na categoria de pintura corporal em equipe, Jon e Alisson Rodrigues conquistaram o 9º lugar. “O Festival permite aos maquiadores a troca de conhecimento nesta imersão no universo da maquiagem artística com tantas culturas e técnicas diferentes em um único lugar. É sem sombra de dúvidas uma experiência única, que esperamos continuar proporcionando aos novos talentos brasileiros”, finaliza Marcelo.





COM A PALAVRA, THE WINNER DO UMAKE CHALLENGE!

“A maquiagem surgiu na minha vida em paixão pela arte. Sempre fui muito ligada ao campo das artes. Desde pequena, na escola, me destacava nas aulas de desenho e música. Aos 17 anos já havia feito desenho animado para um comercial em Minas Gerais...Cresci envolvida com o meio artístico, porém longe da maquiagem. Nunca fui de me maquiar, mas quando conheci a maquiagem artística, meu interesse aumentou. Foi paixão imediata e, desde então, não parei mais. Hoje, não me vejo mais sem fazer as minhas artes com maquiagem – o que eram desenhos em papel e quadros hoje transformo em maquiagem corporal. Quando soube do concurso Umake Challenge, vi um desafio e resolvi participar. Foi um aprendizado enorme. O prêmio recebido foi maravilhoso e mais um aprendizado poder estar no meio de artistas do mundo inteiro em um evento tão grandioso e bem cuidado. Sou muito grata pela oportunidade. Com certeza o concurso e a premiação foram o melhor do país no quesito valorizar a arte e o artista com justiça.”

Nirvana Rodrigues, Niu



QUEM SÃO OS ARTISTAS QUE FIZERAM BONITO NO WBF

► **ALISSON RODRIGUES.** Referência em maquiagem em nosso país, é formado em Artes Cênicas com especialização em teatro musical. Completou 13 anos de carreira. Foi homenageado no The Makeup Experience, ao lado de Fernando Torquato e Fabiana Gomes. Participou de workshops internacionais como Makeup Show, Master Class com Joe Dulude (maquiador do espetáculo Wicked) e em Nova York com a maquiadora Lan Nguyen-Grealis. Também atuou como diretor artístico e maquiou alguns espetáculos como: Circo turma da Mônica com Dedé Santana, Mulheres à Beira de Um Ataque de Nervos com Marisa Orth e Totia Meireles (direção de Miguel Falabela), Crazy For You de Claudia Raia, 33 Dedos Bem Aquecidos com os atores Caio Paduan e Dani Moreno, Esmeralda de Zibia Gasparetto e trilha de Fabio Junior, entre outros. Já trabalhou nas prin-

cipais emissoras do país e atualmente é maquiador no Domingo do Faustão pela equipe Jô Castro.

► **JON PAVAN.** Completando 10 anos de carreira, começou fazendo maquiagem de horror em parques de diversões. Após alguns anos se tornou coordenador de caracterização, realizando seleções, treinamentos, próteses faciais, croquis. Com atitude visionária, fez cursos fora do Brasil na área de maquiagem HD, Aerografia e Noivas – assim como também já deu treinamento em espetáculos de grande porte, a exemplo de “Jesus Cristo Super Star”, da Broadway. Criou a escola U!Make MakeUp School, que completa 5 anos em 2018. Hoje é referência da América Latina no segmento artístico, criação de próteses e bodypainting. A escola passa por uma ampliação onde contará com uma estrutura internacional, além de traduções simultâneas e hostel para os alunos de outros países.

J' ♥ Brésil

70

Direção Geral:
Janine Goossens
Direção Criativa e
Videografia: Rodolfo Ruben
Cabelo: Maurício Pina
Assistentes de Cabelo:
Felipe Antunes
e Sandro Silva
Maquiagem: Flávia
Menicucci
Manicure: Cindy Grace
Monteiro
Modelo: Taynara Resende
(Ford Models)
Foto: Danilo Borges
Assistentes de Fotografia
e Iluminação: Rodrigo
Santana E Ramon Dionizio
Produção de Moda:
Giovana Gobbi
Contagem e Composição de
Vídeo: Pedro Fiorillo
Tratamento de Imagem:
Jujuba Digital
Marketing: Marcela Belas,
Elaine Dunkl
e Marcelo Miranda
Comercial: Flavia Lopes







Clássicos

Beauty: Juliana Sou
Fotos: Sérgio Shimizu
Hair: Michael Ribeiro & Alexandre Pinheiro
Modelo: Aline Marchezani
Equipe Sou: Ana Paula Simão



Clássicos
Juliana Sou





Watercolor

Make: Regiane Gomes @regomesmake / Foto: Robinho Almeida @robinhoalmeida
Modelo: Camila Araújo @camilaraujos / Salão: Alex Santana @alexsantanapcm





/ #BeautyCollections

Watercolor
Regiane Gomes



Watercolor
Regiane Gomes

