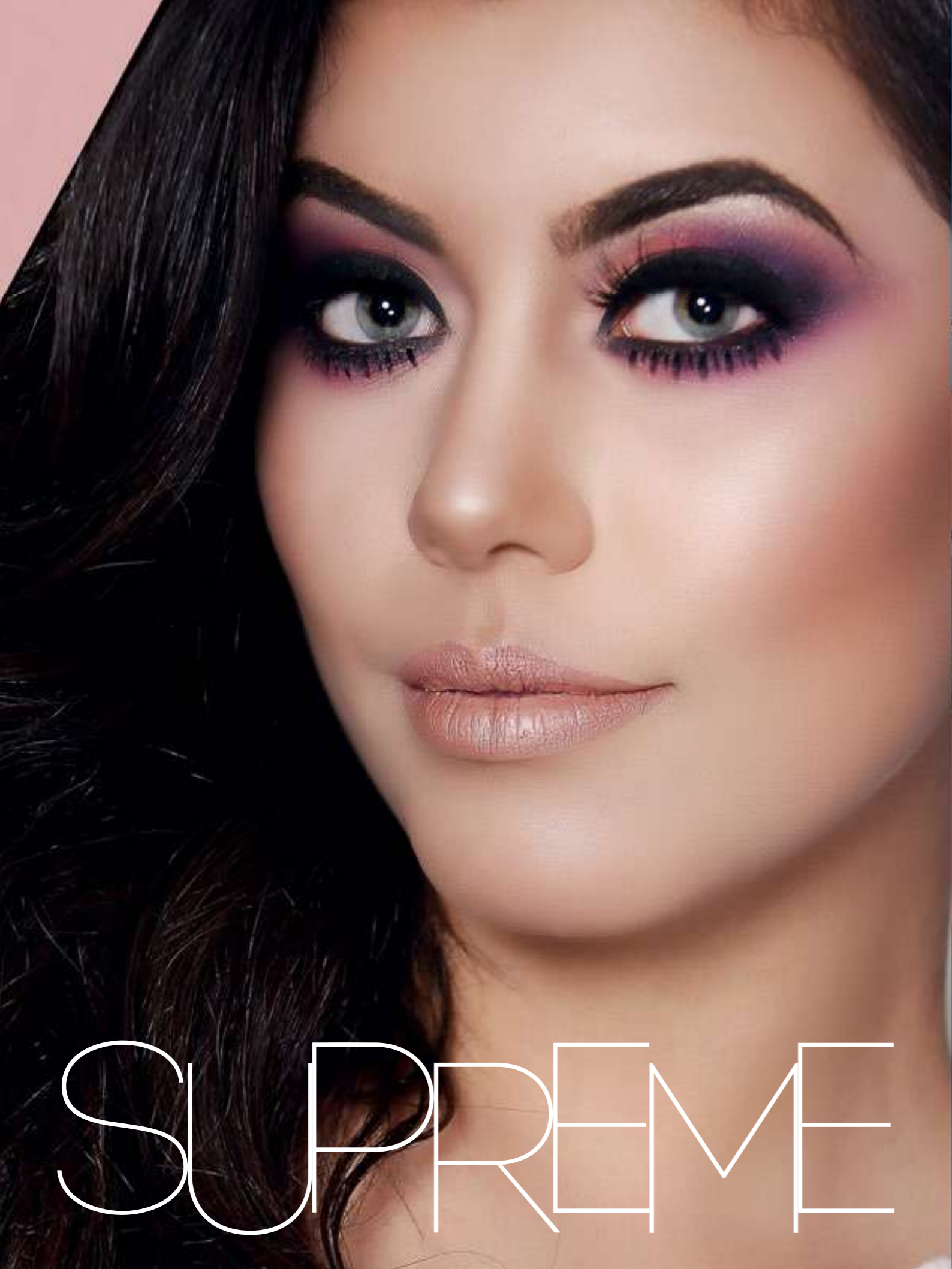




MAKE UP / #17





SUPREME





INOAR

INSPIRADA EM VOCÊ

**INOAR MAKEUP.
VOCÊ PODE MUDAR.
SEM DEIXAR DE SER QUEM É.**



A maquiagem transforma as pessoas no que elas querem ser. Inspirada em diferentes tipos de pessoas, Inoar Makeup realça a beleza, colore e faz parte de um dia a dia que está sempre se transformando também.

Transformar é transformar-se, alçar voo, em uma versão colorida de quem você é. As asas de Inoar Makeup vão sempre levar você mais longe, aonde quiser ir.



www.inoar.com

f   inoarbrasil

colormake.

Lançamento

Diluidor de Maquiagem



- Recupera a textura ideal da maquiagem;
- Deixa os tons das sombras mais vibrantes;
- Facilita o esfumado e deixa o toque aveludado;
- Efeito à prova d'água.

Pode ser usado em diversos produtos

Modo de uso:

Aplique uma pequena quantidade sobre a maquiagem e com uma espátula, misture suavemente até a consistência desejada.



AQUA COLOR

Cores vibrantes e textura perfeita!
Crie pinturas faciais e corporais, com traços finos, contornos e esfumados com acabamento profissional.



Instagram: @colormakeoficial
YouTube: Colormake Oficial
colormake.com.br | 11 3854 2200

colormake.
PROFISSIONAL

#BeautyEditorial

M #17

Mudar é sempre preciso. E, com o mundo digital, a inteligência artificial, a realidade aumentada e mais uma série de tecnologias agora disponíveis, mudar virou quase obrigação. Mas, para nós da HM, mudar é mais do que sair do lugar, mais do que alterar alguma coisa sem uma razão, um norte. Mudar é trabalhar a capacidade de se reinventar, de se transformar sem perder a essência, sem se descaracterizar, sem deixar mostrar e valorizar o que se é de verdade. Para tal, nada melhor do que trazermos novos ares, novos colaboradores, nossos “olhos lá fora”. Vocês já têm acompanhado a chegada recente dos colunistas Richard Klevenhusen e Wilson Weigl (que vieram fazer companhia para a maravilhosa Maria Cecília Prado). Agora é a vez da sempre querida Marta Rovella para falar de luxo e das editoras Giuliana Cury e Carmen Cagnoni, ícones do jornalismo de beleza que só fazem somar com a também recém-chegada, e mega competente, Karina Hollo e com as já conhecidas HMLOVERS Nicole Ramalho e Shamia Salem. Este timaço traz o que há de melhor em conteúdo! A partir desta edição também teremos uma ponte maior com o digital – todos os entrevistados terão seus instas publicados para visitação e nossas redes mostrarão teasers de algumas matérias. É o jeito HM de fazer sempre diferente. Mas não paramos por aí não. A capa H, feita por Miguel Estelrich e equipe ganhou reportagem bilíngue. Sim, porque nossa revista vai cruzar os mares e fazer sucesso no Velho Continente. Curiosos? Já para a leitura e aguardem porque é só o começo...

A. Stevanato *Deixe Gaudel*



HAIRBRASIL.COM    @hairbrasilprofissional



ANO II / #17
Outubro / Novembro 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

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



VISITE NOSSO SITE E PARTICIPE
DAS 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



KARINA HOLLO
Editora



GIULIANA CURY
Editora



CARMEN CAGNONI
Editora



RICHARD KLEVENHUSEN
Colunista



MARTA ROVELLA
Colunista



DIEGO MORENO
Tratamento de imagens



SUMÁRIO

Fotografia: Rodrigo De Anda @rodrigo_deanda
Beleza: Will Vieira - Amuse @willvieirabeauty
Modelos: Olalais - Mesa42 @olalais e
Paola Di Mônica - Mesa42 @paoladimonica
Produção executiva: Gabriela Carvalho @ggdecarvalho
Tratamento: Alt Retouch @altretouch

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

16 **BEAUTY PARFUM**
Luxo em gotas

22 **BEAUTY INTERVIEW**
O sucesso de Klass Vough

26 **BEAUTY ASK SPECIAL**
Delineador branco pega?

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

32 **BEAUTY MANIACS**
Kaká Moraes, o eterno

38 **BEAUTY COVER**
NARS & flowers

40 **BEAUTY TRENDS**
A vez dos lip balms

48 **BEAUTY PLACE**
A incrível clínica Ferrante Segantini

54 **BEAUTY TRAVEL**
A espetacular Islândia

56 **BEAUTY POWERFUL WOMEN**
Julia Benedetti, da Catharine Hill

60 **BEAUTY COLLECTIONS**



COLEÇÃO GLITTERS, VULT.

Linha de batons com brilho intenso, que é alcançado graças a micropartículas brilhantes que proporcionam um acabamento luminoso, sofisticado e com conforto para os lábios. Sua fórmula líquida é de fácil aplicação, seca rápido, não transfere e pode ser utilizado sozinho ou combinado com outro batom. São 4 cores incríveis. SAC (11) 4736-8890 / sac@vult.com.br / vult.com.br / @vult_cosmetica

LINHA M.A.C. GIRLS, M.A.C.

As paletas queridinhas da marca – Classic Cute, Risk Taker e Queen Supreme – estão de volta em uma versão com muito mais brilho (como pede a moda). www.maccosmetics.com.br / SAC 0800-892-1695



CUSHION, EUDORA.

A linha mais vendida da marca, Skin Perfection, reforça seu portfólio com a nova base Skin Perfection Cushion. Em cinco tons, a Cushion traz uma fórmula ultra fluida e oil free. De média cobertura, o produto tem FPS 40, efeito mate e alta hidratação, além de ser resistente à água e ao suor durante todo o dia. A Skin Perfection Cushion deixa a pele impecável e com cobertura perfeita e natural em apenas 3 segundos. Lavoisier, maquiador oficial da marca, dá a dica: "Esse tipo de base é ideal para o dia a dia e proporciona praticidade e qualidade para qualquer mulher. A aplicação deve ser feita com a esponja que acompanha o produto, basta pressioná-la levemente contra a esponja dosadora e aplicar no rosto com batidinhas." www.maccosmetics.com.br / SAC 0800-892-1695



PINCÉIS MARIANA SAAD BY OCÉANE.

A marca renova parceria com a influenciadora e agora lança 13 novos pincéis. Os acessórios prometem dar um acabamento mais polido, leve e oferecem alta precisão tanto para a pele quanto para os olhos, por possuírem design anatômico. Todos os produtos são cruelty free (não testados em animais) e criados para deixar o ritual de beleza diário mais prático e rápido. SAC (11) 3716-1664 / atendimento@oceane.com.br



POWER LASH! E SMART CLEAN, OCÉANE.

O primeiro lançamento é uma máscara para alongar e dar volume aos cílios. Na cor preta, possui alta pigmentação e cobertura uniforme de longa duração. Tem aplicador de silicone em formato anatômico que encaixa perfeitamente nos cílios. O segundo é a Smart Clean, uma superfície de silicone ideal para limpar esponjas e pincéis de maquiagem. Fácil de usar, proporciona limpeza eficaz de um ou até 2 produtos ao mesmo tempo, além de encaixar perfeitamente na palma da mão. www.maccosmetics.com.br / SAC 0800-892-1695

HOLO TINT, NATURA FACES.

Multiuso, este pigmentador (tint) permite criar efeito holográfico nos olhos, boca e rosto. Bastam pequenas batidinhas do produto com a ponta dos dedos ou leves pinceladas. Indispensável na bancada de quem faz muita maquiagem de efeito. @NaturaBrasil MaquiagemNatura



MONSIEUR BIG WATERPROOF, LANCÔME.

Em 2017, esta máscara para cílios de alto impacto e de mega volume se tornou o produto queridinho dos maquiadores graças à sua fórmula de longa duração, que não precisa de retoque durante o dia, e ao seu pigmento intensamente preto. Um ano depois, Monsieur Big está de volta com uma super novidade: Uma fórmula à prova d'água que aguenta todos os desafios do dia, incluindo a água, a umidade e o suor, sem deixar de lado o conforto. SAC 0800 701 7323 / @lancomeoficial @lancomebrasil



FLAWLESS FUSION ULTRA-LONGWEAR CONCEALER, LAURA MERCIER.

Baseado no conceito "Flawless Face", esse corretivo é a combinação perfeita entre boa cobertura e resultado natural. Desenvolvido com uma textura leve que corrige e hidrata, mas permanece quase imperceptível, promete fixação por mais de 12 horas sem craquelar. Além disso, promove efeito blur que difunde bem a luz e suaviza linhas e imperfeições. Livre de óleo, é indicado para todos os tipos de pele. Disponível em 12 tons. sephora.com.br



HELLO HAPPY, BENEFIT COSMETICS.
Base de cobertura leve a média, com FPS 15 PA, uniformiza o tom da pele e disfarça as imperfeições graças ao seu efeito blur. Fácil de espalhar, garante acabamento natural e mate. Disponível em 12 cores.
@benefit | sephora.com.br | @sephorabr



BASE UMA NUDE ME.
Com a combinação ideal entre a expertise em maquiagem e a nova Tecnologia Oxygen, que permite melhor respiração da pele, mais energia e vitalidade, a maquiagem Natura Una apresenta a primeira linha de Base Sérum da marca. Com oito tons, a nova coleção garante acabamento perfeitamente natural em cobertura leve ou alta. Um dos principais diferenciais da Base Sérum é a textura ultrafina, o segredo para o efeito natural à pele mesmo quando aplicada em camadas. Sua fórmula ultraleve proporciona sensação de conforto por 24h, sem craquelar e marcar poros e linhas de expressão, além de cobrir total as imperfeições. Natura.net.com | @NaturaBrasil MaquiagemNatura



DILUIDOR DE MAQUIAGEM, COLOMAKE.
Recupera a consistência ideal em cosméticos que ressecaram. Com efeito ativador da cor, proporciona um tom mais vibrante, além do efeito de longa duração para as maquiagens (waterproof). Com um toque aveludado, tem alto rendimento, proporciona consistência uniforme e facilita a aplicação ou esfumado. Pode ser utilizado em pó compacto, sombra, clown e demais produtos.
contato@colormake.com.br

TINTED GEL CREAM FPS30 E ILLUMINATOR, SHISEIDO.

Complementando a linha Syncro Skin, chegam o iluminador e o hidratante com cor. O Syncro Skin Tinted Gel Cream FPS30 (em 5 tons) traz proteção solar, ação antipoluição, além de oferecer uma hidratação instantânea por quatro horas. Sua cor é translúcida e apresenta oito horas de duração – para removê-la, basta lavar a pele com água. O Syncro Skin Illuminator FPS30 (em dois tons) é formulado com cápsulas à base de água, provenientes das puras nascentes das montanhas de Kirishima, no Japão, criando hidratação por quatro horas e luminosidade por oito horas. sac@shiseido.com.br



BEAUTY NAILS



NATI COLA NA VILLAR.
A nova coleção – primavera/verão 2018/2019 – da marca foi criada em parceria com o nail designer carioca e youtuber Ana Paula Villar. São 5 itens: 4 cores com acabamentos cremosos – vinho, pink, azul esverdeado, rosa vintage – e uma base de fortalecimento para recuperação de unhas danificadas. Todos são 5 free, têm secagem rápida e longa duração e agradável fragrância de deo-colônia. SAC NATI (11) 3230-9606 | sac@nati.com.br | @naticosmetica

GLITTER ON!

Entra e sai temporada e os esmaltes com glitter nunca saem de moda. Com cores vibrantes e cheias de charme, a coleção Maria Pomposa apresenta 6 novidades: Rosa Gloss (super glitter rosa flúor), Diamante (super glitter prateado), Estrela do Mar (super glitter dourado holográfico), Novo Dourado (metálico rosê), Varinha Mágica (super glitter pantone 2018) e Lua de Cristal (super glitter holográfico branco). Todos têm pincel SUPER FLAT, inédito no Brasil, com 600 fios e formato anatômico, proporcionando uma esmaltação perfeita. Também trazem esferas metálicas que conservam o esmalte, permitindo que seu conteúdo seja aproveitado até a última pincelada, sem interferência na qualidade. SAC (11) 2746-7942 - sac@mohda.com.br | www.mohda.com.br | @esmaltemohda.



ESTILO PRÓPRIO!

NATI ELIANA se inspirou no estilo particular e peculiar de cada mulher para desenvolver a nova coleção de esmaltes para a primavera-verão 2018/2019, Meu Estilo. Suas cores vivas e super brilhantes, remetem ao jeito próprio que as mulheres utilizam como ferramenta de expressão e valorização. São 5 tons: Eterna Diva (vermelho bombeiro cremoso), Luz Própria (nude pêssego cremoso), Cheia de Graça (coral cremoso), Linda Mulher (pink cremoso), Iluminada (microglitter nude holográfico). SAC NATI (11) 3230-9606 | sac@nati.com.br | @naticosmetica





TIFFANY EM GOTAS

Tiffany & Co., a principal casa de joias e design dos Estados Unidos e mais importante do mundo, está na vanguarda da cultura contemporânea desde a sua criação. O pequeno estabelecimento de produtos de luxo, fundado em Nova York, em 1837, por Charles Lewis Tiffany, rapidamente se tornou um sucesso na alta sociedade valorizado por seu estilo marcado, a sua qualidade superior e os seus designs inovadores, porém atemporais.

A paixão de Tiffany por diamantes fez com que ele adquirisse o «Diamante da Tiffany», um raro e brilhante diamante amarelo de 128,54 quilates, descoberto em 1877, seguida pela aquisição de quase um terço das joias da Coroa Francesa em 1887. Essas aquisições renderam a Tiffany o título de “Rei dos Diamantes” e estabeleceu uma tradição de excelência que permanece relevante até hoje. Ao longo dos seus 180 anos de história, a Tiffany & Co. não parou de aperfeiçoar seus projetos seduzindo seus fãs em todos os momentos. Hoje, celebridades e criadores de tendência de todo o mundo desfrutam da Tiffany, e sua icônica caixa azul é imediatamente reconhecida como um símbolo de estilo e sofisticação. Agora é a vez de uma nova fragrância, criada pela renomada perfumista Daniela Andrier, da Givaudan. Floral almiscarada, ela começa com notas de tangerina verdes vibrantes. No coração, uma preciosa flor Iris é o ingrediente estrela. O toque final da fragrância é inesperado e atemporal graças a uma combinação essencial de almíscares suaves e patchouli que acrescentam sensualidade à pele.

tiffany.com.br



Ideal L'Intense, Guerlain

O mestre em perfumaria Thierry Wasser e a perfumista Delphine Jelk incorporam o homem contemporâneo e incrivelmente sexy com esta nova Eau de Parfum. A pimenta chilli empresta todo seu poder e magnetismo surpreendente. Chilli, o mais ardido dos temperos, ressalta o lado encorpado da amêndoa para uma intensidade integral. Uma mistura de notas esfumaçadas com couro e patchouli se harmonizam para criar essa encantadora nova variante. Os tons de baunilha ressaltam esse oriental amadeirado e picante com extrema elegância.

sephora.com.br

O novo passo de Sarah

Sarah Chofakian, diretora-criativa e fundadora da marca que leva seu nome, acaba de lançar o primeiro perfume exclusivo da marca, que também carrega sua assinatura.

Inspirado em suas criações femininas de sapatos e acessórios em couro, o aroma foi desenvolvido para traduzir a essência da mulher Sarah Chofakian. Com notas de figos e toques delicados e profundos do óleo essencial de vetiver, a fragrância também apresenta notas cítricas, em perfeita sinergia com as notas de figos sicilianos, em corpo de lavandas e flores - a combinação resulta em um perfume leve e fresco. O frasco inspirado em embalagens de perfume vintage é romântico e delicado - dispensa às tradicionais caixas, e é apresentado como uma joia, em um saquinho de camurça chamoix, feito à mão delicadamente, assim como os sapatos tão admirados da marca.

sarahchofakian.com.br





Bella, Nina Ricci

Um vibrante floral ácido, composto pelos perfumistas Sonia Constant e Louise Turner, traz o inusitado ruibarbo, de sutil sabor frutado, ligeiramente agridoce. Esta nota torna-se ainda mais irresistível por um novo e ousado sabor de tangerina verde, bem como uma carícia de baunilha, que acrescenta toda a sua suavidade ao acorde. Toda a riqueza das rosas é usada em uma combinação de óleo de rosa turca e rosa absoluto. Enquanto um difunde a fragrância fresca de pétalas recém-colhidas, o outro exala notas mais calorosamente opulentas do coração da flor. No fundo, a frésia proporciona este acorde floral com a sua luminosidade e frescor, enquanto almíscares brancos suaves e tranquilizantes criam a sensação de cashmere usada na pele.

@ninaricci parfums SAC 0800 704 3440



Passion Cristal Royal, Marina de Bourbon

Sensual e provocante, o perfume é o resultado de uma mistura ousada de notas exóticas. A maçã e a bergamota despertam os sentidos. Em seu coração, o aroma é composto por jasmim, amêndoa e tuberosa que promovem uma elegância atemporal à fragrância. Já as notas de fundo são intensificadas pelo delicioso pralinê e a sensualidade da baunilha e do sândalo.

sac@excellenceimp.com.br

0800-163434 / (11) 4133-5060

A MASTERCLASS DO ANO NICKY POSLEY

19 DE NOVEMBRO

Das 8:00 às 17:30

TEATRO FREI CANECA
SÃO PAULO



Nicky Posley, o grande mestre em contorno e esfumados de Nova York, vem ao Brasil para uma masterclass inédita!

Inspiração para muitos maquiadores brasileiros de sucesso, Nicky Posley é o maquiador educador mais concorrido dos Estados Unidos.

Algumas das técnicas que ele apresentará:

- Escolher e criar cores e texturas de base de acordo com diferentes tipos e tons de pele
- Aplicação de produto para maquiagem de longa duração
- Truques de luz e sombra para uma transição perfeita entre os tons do contorno
- Depositar e esfumar sombras para criar profundidade e dar dimensão ao olhar
- Formato e preenchimento da sobrancelha
- Cores vibrantes nos lábios
- Truques de acabamento

LEITORES DA HM EM REVISTA TÊM DESCONTO ESPECIAL!

Use o código HM1910 e ganhe 10% de desconto em qualquer forma de pagamento e plateia. Confira os valores já com desconto:

<p>PLATEIA 03 R\$ 891,00 (à vista, boleto ou crédito) R\$ 222,75 x 04 (crédito, sem juros)</p>	<p>PLATEIA 02 R\$ 1.071,00 (à vista, boleto ou crédito) R\$ 267,75 x 04 (crédito, sem juros)</p>	<p>PLATEIA 01 R\$ 1.161,00 (à vista, boleto ou crédito) R\$ 290,25 x 04 (crédito, sem juros)</p>
--	--	--

Tradução simultânea com fones individuais, certificado impresso

Vendas e mais informações: www.globalbeautyagency.com.br

REALIZAÇÃO:





Pinceladas

Fundada em 2004, a **Klass Vough Make up Accessories** é a prova de que a maquiagem tem um lugar muito especial no cenário da beleza. Praticantes da sempre desafiadora dupla preço acessível + qualidade nas alturas, a marca tem em seu portfólio produtos que encantam gerações de beauty artists. Não à toa, estão presentes nas maletas de nomes de peso da makeup art. Quem nos fala sobre o sucesso da empreitada é **Tatiane Chow**, gerente de marketing



de beleza



HM / Quais os pilares da marca?

TATIANE CHOW / A nossa Missão é trazer para o profissional da beleza todo suporte necessário em acessórios profissionais com qualidade e compromisso. E a nossa Visão de Negócio é sermos reconhecidos como referência entre nossos consumidores como melhor marca de acessórios na área de beleza.

Vocês não economizam em lançamentos. Qual a estratégia por trás de lançamentos em grupo?

Sempre buscamos nos atualizar e verificar qual a necessidade do nosso público. De uns anos para cá, além de profissionais, a Klass Vough, vem crescendo constantemente também com o consumidor final. Quem gosta de maquiagem, precisa ter as melhores instrumentações para obter o resultado que espera. Para chegar nesse mix de produtos que hoje oferecemos no nosso catálogo, buscamos realizar constantes pesquisas de mercado para saber a carência do nosso público. Anualmente visitamos eventos internacionais para identificarmos as tendências do setor, para assim, conseguirmos desenvolver produtos que são positivos e funcionais para o nosso público profissional e consumidor final.

Os produtos de vocês têm altíssima qualidade e preço acessível. Como a conta fecha?

Não é uma tarefa fácil! Chegar numa conta saudável no fim do mês é um desafio de quem trabalha nestes termos. Nossa marca preza a qualidade acima de tudo. Temos orgulho em afirmar que nossos pincéis para maquiagem são os melhores do mercado

Nacional. Muitos maquiadores que acompanham a Klass Vough desde seu início, têm em sua maleta de trabalho pincéis com mais de 10 anos de uso. Para nós é uma satisfação chegar nesse resultado. Buscamos sempre trabalhar constantemente com pesquisa de preço, verificar se a matéria-prima oferecida é de qualidade e tem condições positivas para negociação. Com anos de mercado, você acaba tendo um ciclo de fornecedores parceiros que conhece o seu perfil e assim conseguimos uma negociação positiva para ambos os lados.

Até pouco tempo, maquiagem era vista como algo não essencial. Na opinião da empresa, quais os motivos para a supervalorização da maquiagem e dos acessórios?

Acredito que a maquiagem sempre foi vista como algo importante, mas ao mesmo tempo difícil de se fazer. Com a chegada da internet, houve muito compartilhamento de dicas de como fazer algumas técnicas, e a mídia geral também viu que o público se interessava por esse assunto. Quase todos os dias você tem alguém falando sobre truques de maquiagem, seja na internet, revista ou TV. Com isso o consumidor percebeu que uma maquiagem complementa o seu vestuário diário, tanto para ir trabalhar, para sair e curtir com os amigos ou a família. Por exemplo, se você vai trabalhar e recebe um convite para uma social depois do expediente, é só dar um realce na maquiagem, utilizar uma sombra com cores mais fortes, ou caprichar num batom, e pronto a sua roupa automaticamente também já mudou de posição.



“
Nossa marca preza a qualidade acima de tudo. Temos orgulho em afirmar que nossos pincéis para maquiagem são os melhores do mercado nacional. Muitos maquiadores que acompanham a Klass Vough desde seu início, têm em sua maleta de trabalho pincéis com mais de 10 anos de uso”

24

Até pouco tempo, acessórios de qualidade só eram encontrados fora. Os profissionais dependiam de encomendas. Podemos dizer que agora o mercado já atende à demanda?

Acho que o mercado nacional está ficando mais forte a cada dia, ainda temos que melhorar muita coisa. No Brasil encontramos muita burocracia e taxas altas para matéria-prima importadas. Sofremos com isso, porque nós ainda temos que buscar lá fora, visto que no país o custo de fabricação ainda é muito elevado. Para que o nosso produto final chegue para o consumidor com um preço competitivo de mercado, dependemos de cotações compatíveis que encontramos no mercado exterior.

Vocês não costumam trabalhar ostensivamente a figura de embaixador de marca. Por quê?

Desde o início da fundação da Klass Vough conquistamos parceiros, maquiadores que sempre estiveram com a marca em todos os momentos. O retorno espontâneo para nós sempre foi muito importan-

te, então selecionar um profissional alinhado aos nossos conceitos e princípios, para falar dos nossos produtos e passar o perfil da nossa empresa foi algo que seguramos ao máximo. Para nós a troca com os profissionais, o famoso “boca a boca”, sempre foi a maior construção do nome Klass Vough no mercado da beleza. Esse ano de 2018, efetivamente na Beauty Fair, demos esse primeiro passo, com a maquiadora Clarice Soares, que tem uma história conosco. Ela foi a primeira ganhadora do nosso MMA de maquiagem que aconteceu em 2015 na mesma feira. Estamos iniciando esse projeto, e achamos que agora é o momento de a marca ousar mais no mercado, e estamos bem animados, vem muita coisa boa ainda.

Também vemos pouca mídia da marca. Qual a estratégia de comunicação de vocês?

Nossa filosofia sempre foi a espontaneidade das matérias que participamos. A Klass Vough sempre teve bons destaques com os produtos, vencemos dois prêmios de uma revista do segmento de beleza. Por sermos uma marca Nacional, disputamos sempre os espaços com as marcas internacionais que têm destaque garantido nos grandes veículos, por sua história e posição no mercado. Mas também acompanhamos as mudanças na área da comunicação, e a força que a internet ganhou e vem ganhando a cada dia. Então, estamos sempre fazendo um trabalho de forma mais segmentada, com parcerias e com cautela, respeitando o nosso consumidor e profissionais da área. Para que ele conheça os nossos produtos e se identifique diariamente, sabendo que é um produto de qualidade profissional e, também criado para o uso do consumidor final.

Qual a diferença em atender o consumidor final e o profissional maquiador?

O conhecimento de cada um. O profissional busca além das ferramentas básicas, modelos de pincéis específicos e diferenciados para realizar maquiagens mais trabalhadas, artísticas ou que exijam contornos mais específicos. O mundo da maquiagem está sempre sendo reciclado, então todos os dias temos que buscar novos instrumentos e acessórios que



acompanhem essas mudanças, e que possa contribuir para que ele alcance o sucesso no seu trabalho. Já o público final, quer ter em sua casa aquele pincel que o seu maquiador (a) preferido tem, e tenta se aventurar no mundo da maquiagem. Temos uma fatia que busca os modelos de pincéis mais básicos para fazer o look diário e a outra galera que busca conteúdo e vai adquirir também os outros modelos de pincéis mais elaborados.

O que vocês pensam do maquiador brasileiro?

Nosso mercado tem bons profissionais – muito talentosos e criativos – como a diversidade de raças no Brasil exige. Estamos nos destacando a cada dia como um País celeiro de artistas. Já tínhamos uma turma de amigos parceiros muito séria e boa como: Beto França, Carlos Carrasco, Celso Kamura, Duda Molinos, que contribuíram e passaram seu conhecimento para o mundo, deixando seus nomes imortalizados. Atualmente mesmo com o crescimento avassalador de maquiadores no mercado, é muito importante buscar educação e a profissionalização da área, estamos sempre apoiando e investindo em nossas parcerias junto a escolas como: Anhembi Morumbi, Beauty for Share, Madre, Senac e outras. Atualmente nomes como Alisson Rodrigues, Ana Veiga, Anderson Bueno, André Sartori, Bernardo

Lins, Juliana Racoza, Neto Mendes, Simone Barcelos entre outros, são profissionais sérios que mostram que mesmo já alcançando o seu espaço no mercado, tem como uma das qualidades a busca constante por conhecimento que é fundamental.

O que podemos esperar da marca para o próximo ano?

Seguiremos com o nosso foco que é sempre trazer inovação e qualidade no segmento de acessórios para beleza. Um dos desafios que temos como motivação é a expansão da marca no país. Então, para 2019, a Klass Vough estará com certeza conquistando novos territórios e públicos.

Em um exercício de futurologia, como vocês avaliam a marca daqui a 5 anos?

Continuar como uma empresa séria e de conceito, lançando e produzindo produtos de qualidade e atendendo nosso mercado com maestria e responsabilidade. Visando sempre o melhor para nosso público profissional, consumidor final, a rede de revendedores parceiros e alunos das escolas formadoras da área. Liderança e sucesso decorrem do trabalho sério e bem focado, não baseado somente nos dados quantitativos, mas sim nos dados qualitativos de seus resultados.

25



Delineador branco pega?

Segundo experts, talvez... Mantenha sua maleta equipada com ele, claro, mas ele será usado com moderação, com as girls super trendies. “A cor é impactante demais para a brasileira, que adora novidades, mas ainda é bastante conservadora na maquiagem”, afirma a maquiadora **Nádia Tambasco** (@natambasco), do salão **Marcos Proença** (@marcosproencacabeleireiros). Segundo ela, as mais ousadas podem recorrer a ele em ocasiões inusitadas, como uma festa temática

1 Rihanna arrasou com o delineado branco geométrico no desfile de verão 2019 da Dior assim como Bella Hadid com seu traço finíssimo num evento em Mônaco e Kristen Stewart, em Cannes, com um gatinho cravejado de pérolas assinado pela Chanel. Mesmo com esse histórico você acredita que a moda não pega?

Vamos por partes. Particularmente, eu amo todos esses looks, e ainda quero incluir à lista o traço generoso usado pela atriz Margot Robbie na première do filme *Eu, Tônia*. Mas falando da vida real, em que a brasileira tende a ser mais conservadora na hora de se maquiar, e do fato do produto ‘gritar’ mesmo quando usado para fazer um traço fino, esse visual não funciona para o dia a dia e sim para eventos especiais. Prova disso é que sequer dá para imaginar uma advogada, por exemplo, chegando ao escritório com um delineado branco.

2 Desde 2014 o delineador branco tem dado as caras em um ou outro desfile internacional, mas ele não emplaca. Culpa do lápis nude?

Aposto que sim, e acredito que isso tenha a ver com o fato nude oferecer um resultado muito mais natural à produção. Além disso, enquanto o nude pode ser usado sozinho, o branco derruba o visual se não for combinado com uma pele bem-feita e muita máscara nos cílios.

3 Como a moda é democrática, há quem ame o branco a ponto de apontá-lo como opção ao gatinho preto. Será?

Isso é um baita exagero. Estamos falando de um clássico, que não pode ser substituído, ainda mais por uma cor que não é unanimidade. Porém, como make também é diversão, sugiro que quem queira experimentar o branco comece com interferências sutis, que não causam muito estranhamento, caso do traço estreitíssimo rente ao tradicional delineado preto.

4 Em quais situações você apostaria sem medo no white eyeliner?

Com certeza num clipe, desfile, editorial de moda, evento com celebs, baile a fantasia e qualquer outra ocasião que envolva arte. É que nesses casos as pessoas tendem a aceitar mais facilmente o que é apresentado, mesmo que a proposta fuja ao convencional.

5 Com tantas ressalvas em relação ao delineador branco, por que você o mantém na sua valise?

Pelo mesmo motivo que também tenho uma sombra amarela que nunca usei na vida: a gente nunca sabe quando vai precisar! Como maquiadora profissional, me sinto na obrigação de estar sempre bem preparada, até porque tenho clientes com perfis variados e faço muitos trabalhos fora do salão. Vai que alguém pede, né? ❏



LARGER THAN LIFE LONG WEAR EYELINER, NARS COSMETICS. Destaque para a fórmula cremosa e mesmo assim à prova de borrões, já que dura até 12 horas, e o apontador interno.



DELINEADOR INK LINER WATERPROOF, KAT VON D BEAUTY. O diferencial está no aplicador de feltro: como ele absorve bastante tinta, garante uma aplicação concentrada e uniforme numa só passada.



LAPISEIRA RETRÁTIL PARA OLHOS, VULT. Ideal para quem gosta de traços finos e praticidade na hora do uso, já que dispensa apontador.



MODERN TWIST KAJAL LINER, M.A.C COSMETICS. A textura sedosa, que desliza com suavidade, e a fórmula de longa duração permitem marcar até a sensível e úmida linha d'água.

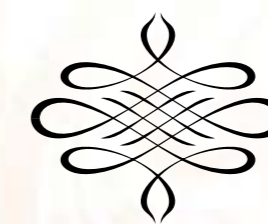
AQUA XL INK LINER, MAKE UP FOR EVER. Em versão líquida, à prova d'água e com a promessa de durar 24 horas, possui alta pigmentação e aplicador preciso.



CLOWN MAKE UP ADJUSTER, CATHARINE HILL. Ganha pela versatilidade de uso, por ser à prova d'água e ter altíssima pigmentação, oferecendo uma das melhores coberturas entre os produtos da marca.

#OndeEncontrar

CATHARINE HILL (11) 5070-1060, www.catharinehill.com.br, @catharinehillofficial
KAT VON D BEAUTY 0800 170506, www.sephora.com.br, @katvondbeauty
M.A.C COSMETICS 0800 8921695, www.maccosmetics.com.br, @maccosmeticsbrasil
MAKE UP FOR EVER 0800 170506, www.sephora.com.br, @makeupforeverofficial
NARS COSMETICS 0800 148023, www.narscosmetics.com, @narscosmetics
VULT (11) 4736-8890, www.vult.com.br, @vult_cosmetica



Assine HM
www.assinehm.com



Nars Radiant Creamy Concealer, 0800 148023, narscosmetics.com / sephora.com.br, @narsissist

Questão de base



© DIVULGAÇÃO

Mais do que nunca, ter pele boa faz toda a diferença no resultado do look. A maquiadora Rafaella Crepaldi, artista Nars, fala sobre o novo momento da maquiagem.

30

Rafaella Crepaldi (@rafaellacrepaldi), maquiadora do salão Na Bahia (@nabahia) e artista e treinadora da Nars (@narsissist) no Brasil, avalia: a preocupação com o skincare está, aos poucos, entrando no radar das brasileiras. E no momento certo, já que o conceito da glass skin – pele impecável, luminosa, bem acabada mas com glow natural – é uma das principais tendências de beleza. “Ainda existe aquela cliente que senta na cadeira e pede cobertura do tipo reboco, que apaga tudo e não deixa ver nada por baixo”, diz a especialista. “Mas percebo, por outro lado,

que há mais mulheres encarando o cuidado com a pele como o passo inicial da maquiagem.”

Foi sobre essa progressiva mudança de hábitos e sobre a importância de se tratar da pele para conseguir o make perfeito que conversei com Rafaella durante esta entrevista.

MARIA CECÍLIA PRADO PARA HM EM REVISTA:

Qual a principal demanda das clientes em relação à pele?

RAFAELLA CREPALDI: Elas chegam ao salão e pedem: “Eu quero uma pele perfeita”. A pele nunca esteve tão em foco quanto hoje! Mas nem todo mundo para e reflete que não dá para colocar toda a responsabilidade na maquiagem na hora de buscar esse resultado. O maquiador pode até melhorar bastante o aspecto final, mas não faz milagres. Tem que haver um comprometimento, por parte da mulher, em cuidar, em garantir a tela para que o resultado da “pintura” seja ideal.

MCP/HM: E o que é esse regime de cuidados ideal, a seu ver?

RC: Minha primeira recomendação é fazer acompanhamento com um dermatologista. As pessoas cometem muitos equívocos, misturam produtos e marcas, usam cosméticos que nem sempre têm a ver com suas necessidades. Resultado? Acne, irritação e até piora na aparência. Com a ajuda de um especialista, é mais fácil enxergar excessos e erros e chegar ao regime de

Shiseido Waso Clear Mega-Hydrating Cream, 0800 148023, shiseido.com.br, @shiseido



Pura leveza nos looks dos desfiles Phillip Lim e Adeam, ambos da temporada primavera verão 2019. Luminosa e fresca, a pele protagoniza estas e outras belezas da estação. © DDIVULGAÇÃO NARS



Nars Natural Radiant Longwear Foundation



Nars Illuminator Orgasm



Shiseido White Lucent Luminizing Infuser



Nars Pure Radiant Tinted Moisturizer SPF 30 / PA +++

© DIVULGAÇÃO

cuidados mais recomendado. Depois, claro, é preciso ser fiel a aquilo que foi indicado. Ter rotina, seguir os passos prescritos... levar a sério o cuidado com a pele.

MCP/HM: E você leva a sério esses preceitos?

RC: Super! Faço uma boa limpeza, passo tônico – produto essencial para complementar a limpeza –, massageio o rosto com óleo de tratamento facial e aplico um hidratante leve. Os óleos, aliás, são um capítulo à parte. As mulheres costumam ter receio desse tipo de cosmético, mas poucos são tão eficientes para trazer frescor imediato. É só escolher uma fórmula específica para o seu caso, usar em dose moderada e não se esquecer de complementar com o hidratante adequado. Para completar esses rituais do dia a dia, às vezes uso uma máscara facial. Ajuda muito a equilibrar e a renovar.

MCP/HM: Ter constância e utilizar os produtos ideais já resolve tudo, então?

RC: Não se pode esquecer do básico: beber muita água e ter uma dieta balanceada. Quando se alia um cardápio equilibrado ao uso de cosméticos adequados, a pele fica pronta para, no melhor dos sentidos, brilhar.

MCP/HM: Qual a melhor forma de maquiagem sem diminuir todo esse glow natural?

RC: O primeiro passo é parar de associar pele perfeita a excesso de cobertura. Nada mais falso do que aque-

la maquiagem na qual você não observa nenhuma textura, a pessoa parece ser feita de plástico! Minha preferência sempre recai sobre bases mais leves, mais luminosas, que trazem um efeito muito mais natural e resplandecente. Mas, mesmo que você queira uma cobertura maior – e às vezes ela é necessária, principalmente quando se tem manchas, rosácea ou melasma –, há técnicas para chegar a ela sem precisar apelar para uma camada grossa de produto. Ir aplicando aos poucos e avaliando o resultado é sempre melhor do que usar muita base de uma vez só, por exemplo. Optar por fórmulas que tenham alta pigmentação mas sejam fininhas, à base de água, é outra boa estratégia. Uma última dica: um toque de iluminação sempre ajuda a realçar o viço conquistado com o skincare.

MCP/HM: E em relação a acne? Dá para ficar com a pele linda mesmo quando se sofre com o problema?

RC: Minha postura, nesse caso, é não tentar disfarçar demais. Acho melhor criar uma cobertura leve em todo o rosto e então entrar com corretivo só nos pontos onde há espinhas. É um desafio, sem dúvida nenhuma, convencer quem está sendo maquiada de que é melhor deixar as espinhas aparecerem um pouco do que tentar escondê-las totalmente. Mas fugir do excesso de produto costuma levar a um resultado sutil e muito mais harmonioso. ❧



© GUSTAVO ARAIAS

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

*The one
and only*
KAKÁ
MORAES

O garoto carioca de 22 anos que se formou primeiro da classe do curso de maquiagem do Senac, nos anos 80, se tornou referência de maquiagem no Brasil. Vem saber mais sobre esse mago dos pinceis



Quem já esteve no estúdio com Kaká Moraes (@kakamoraesoficial) sabe: o homem é um artista. Mestre nas técnicas de make, é também criativo, inovador, perfeccionista. E divertido, bom de papo, alto astral. Não à toa, Galisteu ama desde os anos 90. E Tatá Werneck, também, desde os 2010. O poder de atração de Kaká realmente transpõe as décadas com muita beleza. E ele escolheu a carreira de maquiador sem querer, aos 20 poucos. Inspire-se na história desse top make up artist.

ANOS 80 - ESTREIA DE MUITO TRABALHO

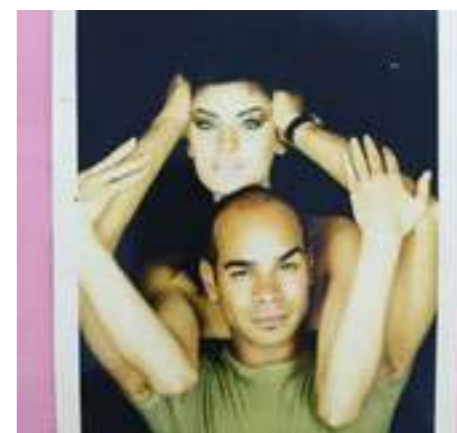
Luis Cláudio da Silva Moraes é carioca. E teve o primeiro contato com os pincéis quando uma tia sugeriu que ele fizesse um curso de Artes. “Aos 14 anos, pintava santos, camisetas, estátuas... Mas jamais imaginaria que me tornaria maquiador”, lembra ele. Depois, aos 16 anos, foi maquiado para o carnaval de rua de Ipanema. “Achei bonito o movimento do maquiador. Mas ainda assim, não sabia que seguiria essa profissão.” Já em São Paulo, formado no 2o grau, Kaká trabalhava no departamento de atendimento ao cliente de um laboratório fotográfico, a Fototica. “Fazia academia e bem na frente havia um Senac. Achei que precisava fazer um curso. Escolhi maquiagem por acaso e logo me apaixonei. Comprei todo o material, me formei como o melhor aluno!”, diz. Ele chegava mais cedo no trabalho e maquiava as secretárias. “Amanhã, vem de cara lavada que eu vou maquiá-lo”, eu dizia.” Logo em seguida, aos 23 anos, Kaká conquistou uma vaga como maquiador num curso de preparação de modelos. “Fiquei amigo de uma vendedora da Payot, que me indicou para um maquiador de salão que agenciava profissionais. Maquiava, às vezes, 30 alunas em um dia. Foi ótimo para conhecer melhor o rosto feminino, descobrir

como fazer uma mulher ficar linda. Treinei muito, em vários formatos de rosto, tons de pele... E mais: via as fotos do book deles, analisava bem e procurava entender o que poderia melhorar na maquiagem. Fiquei nessa agência por 2 anos e meio”. Qual não foi a surpresa de Kaká ao saber que hoje, no curso de make do Senac, ele é uma das referências!

ANOS 90 - TODO GLAMOUR QUE HOVER NESSA VIDA

Até que foi convidado para fazer uma matéria da revista Capricho, no estúdio Abril. E em seguida, veio a Playboy. “Fiz os ensaios de janeiro a dezembro. E conheci os grandes fotógrafos: JR Duran, Bob Wolfenson.” Mas no começo dos 90, a make era leve, quase como a make nada de hoje em dia. “Era difícil elaborar a maquiagem. Ninguém queria cílios, olhão... No máximo uma sombrinha marrom para dar profundidade ao olhar e mais nada.”

Em 1993, foi convidado para trabalhar em Taiwan. Na época, o mercado oriental, superaquecido, levava várias modelos brasileiras para lá. “Fui com um visto de duas semanas, a cara e a coragem. Foram 4 meses de muito trabalho, que me enriqueceram muito. Mas a distância de casa, a comida e a cultura muito diferentes me fizeram voltar.” E, na volta, a revista NOVA (depois Cosmopolitan) entrou na vida de Kaká. E ele se tornou conhecido pelo olho preto esfumado sexy que a gente tanto ama. “Minha primeira foi com a jornalista Sandra Anhemberg, em abril de 1994. Então, foram mais de 20 anos fazendo dupla com o Marco Antonio [de Biaggi]” Além de cuidar da maquiagem, Kaká dava pitaco na produção, sugeria e criava looks. Na sua mão, uma echarpe virava um top extrassexy. “A capa da NOVA tinha olhão, makão, cabelão. Podia fazer mil coisas”, diz Kaká, conhecido também pela pele impecável.



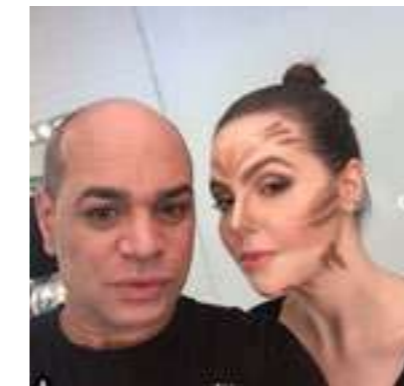
ANOS 2000 - O REI DAS CAPAS DE REVISTA

Kaká não parou mais: somou 98 Playboys, outras tantas NOVA, viajou o mundo todo. “Fui para a África com Fernanda Tavares, para Grécia com Adriane [Galisteu], para a Sicília com Maitê Proença, para Las Vegas com Danielle Winits, para New Orleans com Tiazinha, para Istambul com a Feiticeira. Fui responsável pelas 3 capas mais vendidas da história da Playboy: Galisteu, Tiazinha e Feiticeira.” Kaká também construiu a linha de make de várias marcas, como O Boticário e Avon. “Ganhei um Prêmio Avon e recebi o convite. Fui eu, Marco [Antonio de Biaggi] e Ana Paula Arósio.” Se tornou expert em pele perfeita, iluminada, e no sexy olho esfumado. “Quando trabalhei com linhas de make, pesquisei muito a pele da brasileira, seus tons e particularidades. Foi uma oportunidade de explorar a função e o potencial de cada produto.” Kaká fez desfiles no Phytoervas Fashion (precursor do SPFW).



ANOS 2010 - COLUNAS, PALESTRAS, CURSOS

Ao longo de seus 30 anos de carreira, muitas famosas se apaixonaram por ele. Adriane Galisteu é uma das antigas clientes-amigas-do-coração. “Nos conhecemos ainda na época do Ayrton. Depois ela me chamou para fazer a primeira Playboy e não nos largamos mais. Hoje ela gosta de pele bem natural, iluminada, que rejuvenesce. E cílios postiços.” A mais recente apaixonada foi Tatá Werneck. “A gente se conheceu numa capa de NOVA e ela gamou no olho preto esfumado, de gata, bem marcado, com direito a delineador. Ficamos 5 anos juntos. Acordava com Tatá praticamente todos os dias.” Nos anos 2010, Kaká teve coluna na revista NOVA e estreou sua parceria com o site Beleza na Web, que já dura 7 anos. Continua acumulando prêmios – da Avon, Abril, Personalidade da Década da Beauty Fair em 2014. Hoje, ele é agenciado pela agência Capa e não para. “Desde a época de O Boticário, faço muitas palestras. Falo para profissionais de todo o Brasil. Amo ensinar e poder mostrar o meu trabalho.”





Nars apresenta

COVER #17

38

Deise Garcia

Para a coleção de Summer 2018, a NARS colaborou mais uma vez com seu parceiro de longa data, o estilista **Erdem Moralioglu**. O designer traz seu romance nostálgico e sua narrativa onírica da beleza para a coleção de edição limitada Erdem for NARS Strange Flowers. Ousada, porém atemporal, a coleção é composta por uma paleta inesperada de tons ousados e sóbrios para olhos, lábios e bochechas. A altamente cobiçada coleção de quatro peças é

envolta por uma sofisticada embalagem soft-touch, adornada com uma das três estampas originais desenvolvidas por Erdem para a colaboração. “Foi muito interessante explorar minha estética em colaboração com a NARS e ver quantos elementos diferentes podemos criar usando cores e produtos”, disse Erdem. “Foi fascinante desenvolver novos pigmentos e paletas, assim como criar os próprios cosméticos”. A coleção Erdem for NARS Strange Flowers inclui: Lipstick em 3 novos tons e Eyeshadow Palette – Fleur Fatale. O resultado da sofisticação se vê refletido na foto que ilustra a nossa capa.

Fotógrafo: Billy Ballard
Diretor de Arte: Baron & Baron
Com Erdem Moralioglu
Modelo: Estella Brons
Makeup Artist: Jane Richardson
Hair Stylist: Richard Phillipart
Manicure: Laura Streeter
Floral Design: Simone Gooch - Fjura
Set Design: Jabez Bartlett
Localização: Big Sky Studios, London, Uk
Figurino: Erdem



Quem tem boca... usa LIP BALM

40

Nem cãezinhos, nem diamantes. Dizem por aí que os maiores amigos de uma mulher (e dos maquiadores, of course!!!) são os... lip balms! Isso porque cuidam da pele delicada dos lábios e até deixam a cor do batom mais intensa. A seguir, as muitas utilidades desse prodígio



Lip balm: quem consegue viver sem ele? Diz a lenda, nem as mulheres, nem os maquiadores. Os lip balms ou lip cares são desenvolvidos especificamente para proteger a delicada pele dos lábios, tanto no frio do inverno como no calor ensolarado do verão. “Muitos têm FPS e devolvem a emoliência para o lábio, evitando que rachem”, fala o top make up artist Fernando Torquatto (@eufernandotorquatto), dono do Fernando Torquatto Studio (@fernandotorquattostudio), no Rio de Janeiro. Eles agem nutrindo e protegendo os lábios, para evitar que essa pele tão fininha sofra danos. “O produto é essencial para manter os lábios hidratados ao longo do dia”, diz Robson Assis, maquiador do Werner Coiffeur, no Rio de Janeiro. Não à toa, mulher esperta tem um na bolsa, outro na gaveta do escritório, deixa um terceiro no criado-mudo... E o maquiador, idem. “Não dá para viver sem porque essa região sempre é muito mais ressecada por conta da saliva e da respiração”, analisa Leandro Rodaluge (@leandrorodaluge), maquiador do salão Pedro Galdi (@salaopedrogaldi), em São Paulo. Para piorar, a evaporação da água da área é duas vezes superior se comparada ao restante do rosto. E as fibras de colágeno estão presentes em menor número, o que pode acelerar o processo de envelhecimento. O produto repõe a água perdida deixa os lábios macios, protegidos e condicionados! E não é só como tratamento ou cuidado básico que os bálsamos labiais, como também são chamados, são indispensáveis. “Antes da maquiagem, eles deixam os lábios mais hidratados e viçosos – e mais bonitos para aplicar o batom”, garante Robson.

LIP BALM NA VIDA

Quantas vezes é indicado aplicar lip balm nos lábios? Muitas vezes. De manhã, depois de escovar os dentes, e antes de dormir são momentos obrigatórios. Vale até fazer uma camada mais grossa para turbinar a hidratação durante a noite, simulando uma máscara labial. Mas nesse meio tempo... é preciso passar o produto nos lábios sempre que houver necessidade. Sabe aquela história de que o corpo, quando tem sede, já está desidratado? Pois é. Quando a pele dos lábios está repuxando, passou de longe a hora de aplicar o lip balm. E melhor ainda se ele tiver

agentes hidratantes, como ácido hialurônico, antioxidantes, como a vitamina E, e FPS, pois a pele dessa região vive exposta, é uma das mais finas do nosso corpo, e fica facilmente rachada e envelhecida.

LIP BALM ANTES DA MAQUIAGEM

Os lip balms decididamente viraram os queridinhos de maquiadores. “Eles fazem toda a diferença. O lábio fica mais uniforme, hidratado e visualmente mais bonito. Bônus: a cor dura muito mais”, observa Leandro. O lip balm pode e deve ser usado sempre antes de aplicar o batom, como um primer. Esse é inclusive um truque de passarela para lábios incríveis (não há modelo internacional que não carregue seu lip balm na bolsa). “Antes de começar a maquiagem, aplique o balm e em seguida faça pele e olhos enquanto o lábio absorve a hidratação”, ensina Leandro. Finalmente, em 10 minutos pelo menos, tire o excesso do balm e então aplique o batom com um pincel específico. O resultado? “O lábio fica mais liso e macio, e o batom acaba deslizando e se fixando melhor, tanto na versão líquida como em bala”, observa Torquatto, dizendo que mesmo batons cremosos pedem essa preparação. Afinal, pele mais lisa e hidratada sempre dará um resultado melhor para o look.

“Sem essa base hidratante, o batom tende a ficar ‘craquelado’. A pele ressecada ‘rouba’ água do batom!”, ressalta Robson. E a dica vale inclusive no caso de batons matte, mesmo que eles sejam líquidos. “Aplicar batom opaco em lábios ressecados não dá um resultado bacana, tampouco fica confortável para quem usa. “O lábio começa a soltar pele e o efeito do batom matte fica feio em pouco tempo”, alerta Torquatto. Nesse caso, só tome cuidado redobrado se o balm tiver uma textura muito cremosa, porque ele pode sim mudar a textura do batom se você não eliminar o excesso.

LIP BALM QUE É A MAQUIAGEM

Quando o lip balm tem cor, vira um multifuncional! “Essa cor muito sutil dá uma naturalidade que é muito difícil de conseguir com o batom + fator de hidratação + leve brilho, um mix incrível”, fala Torquatto. É isso mesmo: no dia a dia, o lip balm pode ser a make. “O combo lip balm + corretivo + blush faz milagres e vai superbem para o trabalho, por exemplo!”, observa Robson.



Boca livre

Monte seu kit para lábios sempre macios e make com acabamento perfeito.

PEP-START BLM LABIAL HIDRATANTE, CLINIQUE. Um toque de cor que entrega uma dose poderosa de hidratação. Uma camada entrega cor pura e uma dose imediata de tratamento condicionante, que ajuda a reduzir aparência de linhas finas e secas.



LIP CARE, OCÉANE. São 3 sabores diferentes: Chá Verde com Menta, Cereja e Baunilha, todos com FPS 15. Formulado com semente de girassol e óleo de coco, que nutrem e proporcionam maciez, o produto evita o ressecamento e o envelhecimento precoce dos lábios.

PRÉ-MAQUIAGEM KISS KISS LIP LIFT, GUERLAIN Primer fixador e uniformizador que garante lábios lisos, macios e com contornos definidos, preparados para uma maquiagem de longa duração.



LIP BALM, SD MAKE UP. Com textura cremosa e efeito natural, na versões uva, lichia e mandarina, os lip balms trazem vitamina C e E, antioxidantes. À base de cera, livre de parafinas, óleos minerais, ingredientes de origem animal (vegano), conservantes sintéticos, além de não ser testado em animais (cruelty-free).



ENGLISH MINT & GINGER LIP CARE, JO MALONE LONDON. Enriquecido com manteiga de moringa, cera de rosa e óleo de semente de kukui ajuda a hidratar e proteger os lábios. Uma combinação fresca e apimentada, perfeita para levar na bolsa.



KISS ME BALM, SEPHORA COLLECTION. Cinco cores com tom translúcido. O aplicador em forma de cúpula torna fácil aplicar e reaplicar o batom para lábios hidratados durante todo o dia.



LIP INSURANCE, TOO FACED. Prepara os lábios e segura a cor do batom aumentando sua duração. Uma poderosa dose de péptidos anti-envelhecimento melhora a aparência dos lábios deixando-os mais inteiros e sem vincos.



LIP BALM LIPPY DE MORANGO, THE BODY SHOP. Um balm labial de cor rosada que proporciona hidratação e sensação de lábios suaves e macios.



ABSOLUE LIP BALM, LANCÔME. A fórmula rica e cremosa enriquecida com mel de acácia e óleo de rosa mosqueta hidrata os lábios e ajuda a manter a hidratação.





LIP BUTTER, VULT. Junção de batom e balm, traz formulação rica em manteiga de karité. Dá uma discreta cobertura colorida, tem aroma suave e é encontrado em 6 cores: love (vermelho), happy (laranja), up (vinho), fun (pink) e dream (nude)



VEGAN LIP CARE, SIMPLE ORGANIC. Gloss com um poderoso blending de óleos vegetais + ácido hialurônico. A utilização diária ajuda a luta contra o envelhecimento precoce, redução de rugas e promove a elasticidade da pele. Livre de petrolatos.



BUTTERSTICK LIP TREATMENT, KIEHL'S. Mistura óleo de côco, nutritivo, e manteiga de limão, rica em antioxidantes. A fórmula inclui filtro solar FPS 25 de amplo espectro. Para oferecer até 12 horas de hidratação. Pode ser usado antes do batom.

LIP MOISTURIZING STICK, NUXE. Formulado com um coquetel de óleos vegetais (girassol, macadâmia, argan), extrato de cevada, manteiga de karité, mel e vitamina E, que protegem contra as agressões climáticas e estimulam a regeneração celular.



LIP CONDITIONER (TUBE), MAC. Bálsamo em base emoliente que condiciona os lábios e retém a umidade. Atua como base perfeita para batons e facilita a aplicação de lápis labiais. Usado sozinho, confere um brilho suave aos lábios.



HIDRATANTE LABIAL HYDRATING TINTED LIP BALMS, BENEFIT. Cada balm corresponde a uma cor dos famosos tints da Benefit! Eles têm acabamento translúcido, mas é possível sobrepor camadas para intensificar a cor. A fórmula não é grudenta e hidrata, por ter manteiga de manga e hialuronato de sódio que, além de hidratar, deixa os lábios supermacios.



PROTETOR LABIAL AMORA SHINE, NIVEA. Além de oferecer hidratação profunda para lábios ressecados, o produto também pode ser usado como maquiagem.



BATOM ADDICT LIP GLOW, DIOR. Segredo do backstage de Dior. Combina hidratação por até 24 horas com um toque de cor natural e um brilho sutil aos lábios, se adequando a cada tom de pele.



FRENCH KISS, CAUDALIE. Com polifenóis antioxidantes da semente da uva, hidrata, protege e ilumina os lábios.

#OndeEncontrar

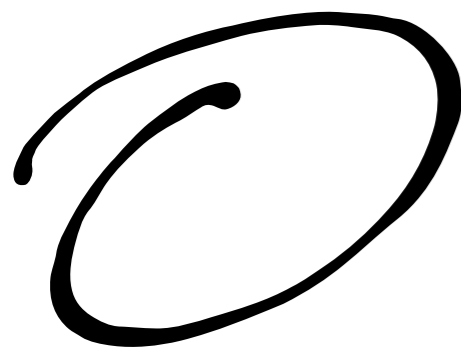
BENEFIT sac@lvmh.com.br, www.sephora.com.br, @benefitbrasil
 CAUDALIE (11) 3032-7564, br.caudalie.com, @caudalie
 CLINIQUE 0800 892 1694, www.clinique.com.br, @cliniquebrasil
 DIOR 0800170506, www.dior.com, @diormakeup
 GUERLAIN 0800-170-508, www.sephora.com.br, @guerlain
 JO MALONE LONDON (11)3031-4178, www.jomalonelondon.com.br, @jomalonelondon
 KIEHL'S 0800 722 8883, www.kiehls.com.br, @kiehlsbrasil
 LANCÔME 0800 701 7323, www.lancome.com.br, @lancomeofficial
 MAC 08008921695, www.maccosmetics.com.br, @MACCOSMETICSBRASIL
 NIVEA 0800 77 64832, www.NIVEA.com.br, @niveabrasil
 NUXE 0800 77 33 450, www.nuxe.com, @nuxebrasil
 OCEANE (11) 3716-1664, atendimento@oceane.com.br, @oceane
 SD MAKE UP (85) 3077-2877, www.sdmakeup.com.br, @sdmakeupofficial
 SEPHORA COLLECTION www.sephora.com.br, @sephorabrasil
 SIMPLE ORGANIC www.simpleorganic.com.br, @simpleorganic
 THE BODY SHOP Sac@TheBodyShop.com.br, www.thebodyshop.com.br/, @thebodyshopbrasil
 TOO FACED 0800-047-4279, www.sephora.com.br, @toofaced
 VULT (11) 4736-8890, vult.com.br, @vult_cosmetica

BELEZA QUE FAZ *sentido*

48

Na contramão do cenário médico do país, onde imperam a pressa e a impessoalidade, uma clínica de Cirurgia Plástica em Uberlândia, MG, vem revolucionando a área e ganhando cada vez mais destaque — e pacientes — com a seguinte premissa: atendimento focado em excelência médica e hospitalidade e acolhimento. Vale a pena conhecer mais sobre a Ferreira Segantini e seus fundadores





Os portões são grandes e suntuosos, o que passa uma sensação de solidez e segurança. Atravessando a porta, uma surpresa: contrastando com a força e o vigor do lado de fora, toda delicadeza e leveza de muitas lavandas, folhagens, árvores frutíferas e até uma fonte, formando um lindo e exuberante jardim. Tanta beleza faz a gente até se esquecer do real motivo de estar ali (era um passeio pelo jardim ou uma consulta médica?). Porque, no nosso imaginário, a recepção de uma clínica médica é quase sempre traduzida em uma sala de paredes brancas com sofás espalhados. Umas mais chiques, outras menos, mas nesse padrão.

Esse ambiente pouco usual a uma clínica é apenas um dos indícios de que a Ferreira Segantini (@ferreirasegantini) não é um lugar comum. Muito mais do que um belo espaço, o que eles entregam é um atendimento diferenciado, em que o paciente é recebido com um oshibori (toalhinha quente japonesa), para higienizar as mãos e já ir relaxando. Uma mesa de café, com bolos, frutas, chás e sucos, está sempre posta, enchendo os olhos e revelando a típica hospitalidade mineira. Pontualidade, ali, não é uma exceção, é a regra: o tempo de cada um é valorizado e respeitado. O paciente chegou antes da hora? Dá para explorar um pouco o espaço, uma linda e acolhedora sala integrada ao jardim, com livros espalhados por mesinhas, um grande quebra-cabeças que convida a testar alguns encaixes e até uma pequena galeria de arte, com exposições de quadros, fotografias ou esculturas.

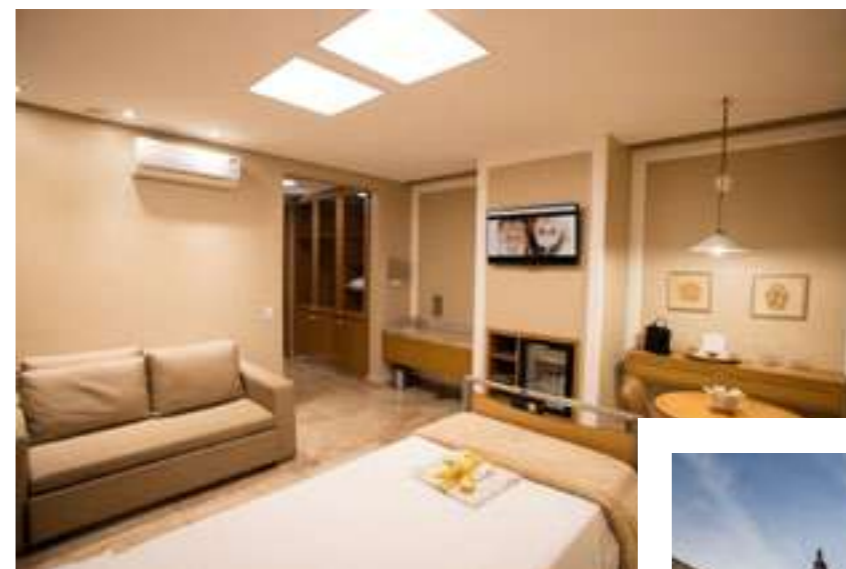
Todos esses mimos, mais do que supérfluos para se cobrar mais, como alguns podem pensar, fazem parte da filosofia de atendimento dos fundadores da clínica, o casal Márcio Ferreira, cirurgião-plás-

tico, e Vanessa Segantini, ginecologista e obstetra. A dra. Vanessa, aliás, abriu mão de clinicar para se dedicar 100% à gestão da clínica, garantindo que o dr. Márcio foque nas cirurgias e que tudo ao redor siga o padrão de hospitalidade e acolhimento que eles fazem questão de ter em todos os momentos do processo: da primeira consulta, passando pela cirurgia em si e o pós-operatório. “Quando o Márcio e eu estávamos fazendo residência, a gente se ressentia muito da forma como os pacientes eram tratados na maioria dos hospitais. Eles não recebiam a devida atenção, quase ninguém os tratava pelo nome. O tempo era escasso e o atendimento acabava sendo corrido e superficial, frio, sem carinho”, conta a dra. Vanessa. “Desde essa época a gente decidiu que iria fazer uma medicina diferente. Que a gente trataria os pacientes como a gente gostaria de ser tratado. Como deveria ser: com respeito, atenção, cuidado, afeto. E é isso o que a gente vem fazendo há 15 anos em nossa clínica.”

A ARTE DA CIÊNCIA COM ACOLHIMENTO

A busca pela excelência no atendimento dos pacientes encontra eco nos procedimentos cirúrgicos. E sim, hospitalidade, acolhimento e afetividade influenciam no bom resultado das cirurgias. “Queremos fazer a beleza surgir do bem-estar, não só do bisturi. Ao se sentir seguro e bem-cuidado, o paciente começa a experimentar uma sensação de relaxamento. Isso diminui o stress, acarreta em menos incidência de pressão alta, no controle de glicose no caso de pacientes com diabetes..., fatores que interferem na hora da cirurgia”, explica a dra. Vanessa.

Além disso, é prática comum da clínica cuidar da pele do paciente antes da cirurgia. “Sabemos que





operar uma pele ressecada, em más-condições, além de tornar a cirurgia menos eficiente, acaba impactando no resultado também. Por isso, sempre que necessário, fazemos tratamentos estéticos pré-cirurgia, para facilitar o procedimento e potencializar a recuperação e os resultados”, conta a dra. Vanessa. Em casos de cirurgia de face, por exemplo, fazem limpeza de pele, esfoliação, hidratação, estimulação de colágeno... E tudo isso sem cobrar a mais. “Nosso objetivo é ter sucesso na cirurgia, e fazer com que o paciente fique satisfeito e feliz. O que tivermos que fazer para alcançar esse objetivo (tratar a pele antes, acalmá-lo com atenção e mimos...), nós faremos. Não é questão de cobrar serviços a mais. É questão de entregar o melhor resultado.”

Por ter essa premissa como base de trabalho, o dr. Márcio não poupa esforços para aprimorar seus procedimentos. Tanto que ele projetou diversos instrumentos e até desenvolveu técnicas para chegar a melhores resultados. “Conheci o senhor Valdemar, especialista em inox, que executava meus desenhos até chegarmos em um instrumento perfeito”, lembra o dr. Márcio. No momento em que criaram a primeira clínica, em 2003, o casal tinha

como objetivo unir medicina com hospitalidade, ciência com acolhimento e técnica com afetividade, como eles enfatizaram no livro que celebra os 15 anos da Ferreira Segantini Cirurgia Plástica.

A BELEZA DOS DETALHES

Ouvir atentamente. Explicar com clareza e sem pressa. Entender e não desprezar as inseguranças. Essas atitudes são praticadas naturalmente por todos os funcionários da clínica, começando pelo dr. Márcio, na hora da consulta. “O Márcio fica 1h, 1h30 com cada paciente. Se precisar mais, ele marca outro dia, por respeito a agenda dos outros pacientes. Mas jamais deixa o paciente sair do consultório com alguma dúvida”, diz a dra. Vanessa.

A atenção e o carinho continuam no pós-operatório. A clínica tem cinco suítes com padrão de hotelaria para que cada paciente fique ao menos 24 horas para que possam ser tratados pela equipe e sob o olhar atento do cirurgião. “Muitos pacientes que chegaram até nós depois de cirurgia em outros lugares relatam que se sentem abandonados depois do procedimento. Em muitos casos, o médico nem aparece mais, apenas enfermeiros. A gente faz

questão de estar presente em todos os momentos da cirurgia, sobretudo no pós”, relata a dra.

Aliás, essa atenção pós-cirurgia não termina com a retirada dos pontos ou curativos. A relação do casal Ferreira Segantini com seus pacientes se estende por muito tempo depois. “Estamos sempre atentos a eles, ao que falam, o que vivem. Nesse sentido, sempre que há alguma oportunidade de mostrarmos nosso afeto, nós o fazemos. Como, por exemplo, mandar um buquê de flores no dia do aniversário ou um cartão de felicitações pela formatura de um filho... Acreditamos na beleza da relação entre as pessoas.”

Depois de conhecer o casal, a clínica e o trabalho tão bonito que eles fazem, me surpreendi por eles nunca terem aberto isso à imprensa nem terem feito algum tipo de publicidade. Quando perguntei o motivo à dra. Vanessa, ela respondeu: “Porque nunca achamos que estávamos fazendo nada demais, nada de diferente. Apenas fazemos o que acreditamos ser certo. Esse é o nosso jeito”. E com esse jeitinho mineiro, discreto, eles vêm realizando um bellissimo trabalho de resgate da humanização da medicina.

Um caso de amor. E de amor pela medicina

Ela, estudante de medicina com especialização em Ginecologia e Obstetria. Ele, estudante de medicina com especialização em Cirurgia Plástica. Vanessa Segantini e Márcio Ferreira se conheceram nos corredores da Universidade Federal de Uberlândia, começaram a namorar e se casaram depois de 3 anos. Olhando a trajetória dos dois, é impossível separar o relacionamento pessoal do profissional. O amor, no caso deles, é igual nos dois setores. Juntos construíram uma linda família, com quatro filhos. E juntos, também, construíram uma clínica em 2003, a Ferreira Segantini Cirurgia Plástica e Ginecologia. Com o crescimento da clínica, a dra. Vanessa tomou a decisão, difícil, de parar de clinicar para gerenciar a empresa, cuidar de cada detalhe para eles atingirem o objetivo que sempre buscaram juntos: a medicina humanizada, com foco em hospitalidade e atendimento. O amor pela medicina, e um pelo outro, tem garantido que eles continuem assim: construindo juntos.

ISLÂNDIA: O PARAÍSO DA AURORA BOREAL



Em primeiro lugar, vale o recado: viajar para a Islândia requer disciplina. Não há voos diretos. Programe-se bem. Uma viagem entre São Paulo e Reykjavik, a capital, pode durar até 36 horas- mas quem se aventura, garante que vale muito a pena. Talvez isso explique os motivos pelos quais o país recebe – ao ano – um volume de turistas que representa o dobro da população (isso mesmo!). Trata-se de um dos menores países do mundo, localizado no Atlântico Norte entre a Europa e a Groenlândia. O turismo por lá, nos últimos tempos, fortaleceu a economia local. E já movimentou oitocentos milhões de euros por ano. Quer apenas mais um motivo para enfrentar a maratona aérea? A Organização das Nações Unidas classificou o país como o terceiro mais desenvolvido do planeta. HM dá os detalhes.

P repare-se para o melhor: a Islândia se tornou uma das nações mais ricas e avançadas em termos de tecnologia. A cultura é baseada nos povos nórdicos, incluindo culinária tradicional, muita poesia e sagas medievais. É um local tranquilo e seguro. Mais do que isso foi considerado o mais pacífico do planeta pelo Institute for Economics and Peace por conta das taxas mínimas de violência. Você verá lugares estonteantes e conhecerá de perto fenômenos naturais e geológicos dos quais nunca ouviu falar antes. E, também apreciará do melhor ângulo a Aurora Boreal, impressionantes gêiseres e a imperdível Lagoa Azul.

A melhor época para visitar o país é no verão: de meados de maio até o início de setembro quando é possível circular por toda a ilha e conhecer os atrativos. Mas, por exemplo, se a sua prioridade for observar os cenários incríveis da Aurora Boreal escolha outra época do ano. Mas aí vale se preparar pois o frio é muito intenso. Não perca a Lagoa Azul, o ponto turístico mais famoso, reconhecida internacionalmente pelos poderes terapêuticos das águas termais. É um lugar apreciado pela maioria dos turistas e muito bem conservado. Visite também o

Parque Nacional de Pingvellir, considerado pela Unesco como patrimônio mundial. Outro lugar que deve estar no seu roteiro é a ilha de Surtsey, que se formou nos anos 1960 por causa de uma erupção vulcânica. Apesar de todas essas belezas naturais, a razão que mais leva pessoas a fazer turismo na Islândia é a Aurora Boreal. O fenômeno acontece devido a uma explosão solar, quando bilhões de partículas são espalhadas no espaço. Algumas delas são direcionadas para os polos magnéticos terrestres e entram na atmosfera. No momento em que são expostos aos gases, surgem as cores vermelha (nitrogênio), azul (hidrogênio) e verde (oxigênio). Uma experiência única e imperdível.

A comida islandesa pode ser meio estranha ao nosso paladar: arenque cru, tubarão fermentado e outras iguarias exóticas. Mas não deixe de conhecer pelo menos um desses pratos, que não são baratos. Portanto, vale a dica: a opção mais em conta é comprar comida nos supermercados, até mesmo nas cidades pequenas, se você optar por uma viagem de carro. Dez dias são suficientes para curtir as paisagens surreais. Suas águas termais, lavas, pedras, gelo, lugares inóspitos e condições extremas em uma área relativamente pequena, porém inesquecível.

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.



JULIA BENEDETTI: *maquiagem é poder*

Ao escolher o nome da filha, Olga Catharine certamente não pensou na força carismática da atriz Julia Roberts, na firmeza e atitude resoluta e persistência da estudiosa de sabores, culinária e escritora Julia Child e nem na paixão e talento natural de Julia Petit com moda e... maquiagem. Mas sua menina, Julia Benedetti, se revelou um mix das qualidades destas três homônimas e, por isso mesmo, merece estampar sua história aqui em HM, que segue abrindo espaço para mulheres de valor





Catharine Hill (@catharinehilloficial) é referência para profissionais de beleza e da moda. Sua linha de make abrange desde produtos sociais, de alta definição, a linha de maquiagem artística e de caracterização. O objetivo é oferecer ao artista possibilidades infinitas em qualquer produção: seja no make de noiva, na maquiagem para cinema, tevê, passarela, editoriais de moda. A marca está inclusive presente em centros de beleza educacionais (a empresa ministra cursos de técnicas de maquiagem), faculdades e agências. Sem falar de grandes produções de teatro e da Broadway, nos Estados Unidos. A marca foi criada por Olga Catharine, há 36 anos. E eis que sua filha, Julia Benedetti, desde muito cedo se interessou pelo trabalho da mãe. Não à toa começou a participar diretamente do corpo diretivo da empresa, no Departamento de Marketing. Isso há mais de 18 anos! Aos poucos foi conhecendo a fundo todos os detalhes da empresa, sua operação e canais. Julia participa diretamente de todas as decisões e do planejamento da empresa. Isso faz toda a diferença para ganhar velocidade e alcançar crescimento sólido e sustentável, bem como o respeito e a parceria de importantes clientes do setor. A seguir, ela dá oito ensinamentos de primeira grandeza que revelam como ela escreveu a própria história de sucesso tornando-se uma das mais bem-sucedidas empresárias do setor.

1 FOCO NAS REDES SOCIAIS

Tenho, dentro do Departamento de Marketing, profissionais especializados em Social Media, além de agências e assessoria de imprensa envolvidas em ações junto ao atendimento deste público. Em nossa nova estratégia, estamos nos aproximando mais a cada dia deste público tão diferenciado e ávido por informações e novidades. O maior trunfo que temos é a tradição de nossos produtos e cursos, assim somos relevantes como conteúdo para influenciadores e todo o universo digital.

2 ESCOLHA DOS PARCEIROS CERTOS

Diariamente, recebo muitos pedidos de parcerias, patrocínios e apoios. Procuo analisar todos os perfis, sempre observando quais características se aproximam de nosso DNA como marca. A atitude também é um dos pontos que analiso diretamente. Levo ainda em consideração o histórico de outras marcas atuantes junto ao perfil e técnicas envolvidas em posts, por exemplo.

3 ATAQUE E DEFESA NUM MERCADO TÃO CONCORRIDO

Minha maior defesa é a velocidade de inovação e capacidade de desenvolver produtos com a mais alta tecnologia e qualidade. Novos concorrentes sempre chegarão ao nosso mercado e, enquanto eu for a referência, é um ótimo sinal.



4 ESTABELECIMENTO DOS OBJETIVOS

Mantenho o foco e a organização para sempre cumprirmos os nossos objetivos. A rápida comunicação entre todas as áreas me auxilia no alcance e nas revisões de planejamento, caso necessário. O importante é ter velocidade para acompanhar estes resultados além de estabelecê-los.

5 POSICIONAMENTO PRECISO

Somos a única marca de prestígio nacional, focada em qualidade profissional. Mas, com certeza o nosso consumidor já entendeu essa diferença e está em busca de produtos inovadores e de alto desempenho quando nos procura em lojas do setor. Não abrimos mão destes atributos, assim nos posicionamos de forma correta.

6 CONTATO DIRETO COM O CONSUMIDOR

Além de posicionar os produtos corretamente no ponto de venda, temos uma loja própria para entender hábitos de consumo e ouvir nossos consumidores. Isso nos ajuda em desenvolvimento de produtos, ações e cursos.

7 A FORÇA DO EM TORNO

Acompanho de perto o desenvolvimento e empenho de todos os colaboradores. Este envolvimento da Diretoria e a correta comunicação das metas e objetivos auxilia no alcance dos melhores resultados. Também conheço o trabalho de nossos ex-alunos e de maquiadores da cena nacional e procuro sempre aprofundar nossas experiências da marca com este público. Finalmente, ninguém constrói um grande negócio sem a presença de parceiros. Por saber disso, a cada dia, pensamos em todos os parceiros do segmento que podem nos auxiliar à construir a nossa marca.

8 ABERTURA PARA O NOVO

Temos processos internos que nos auxiliam à buscar soluções e inovações. Desta forma, sempre estamos atualizados e em linha aos novos cenários. Sempre.



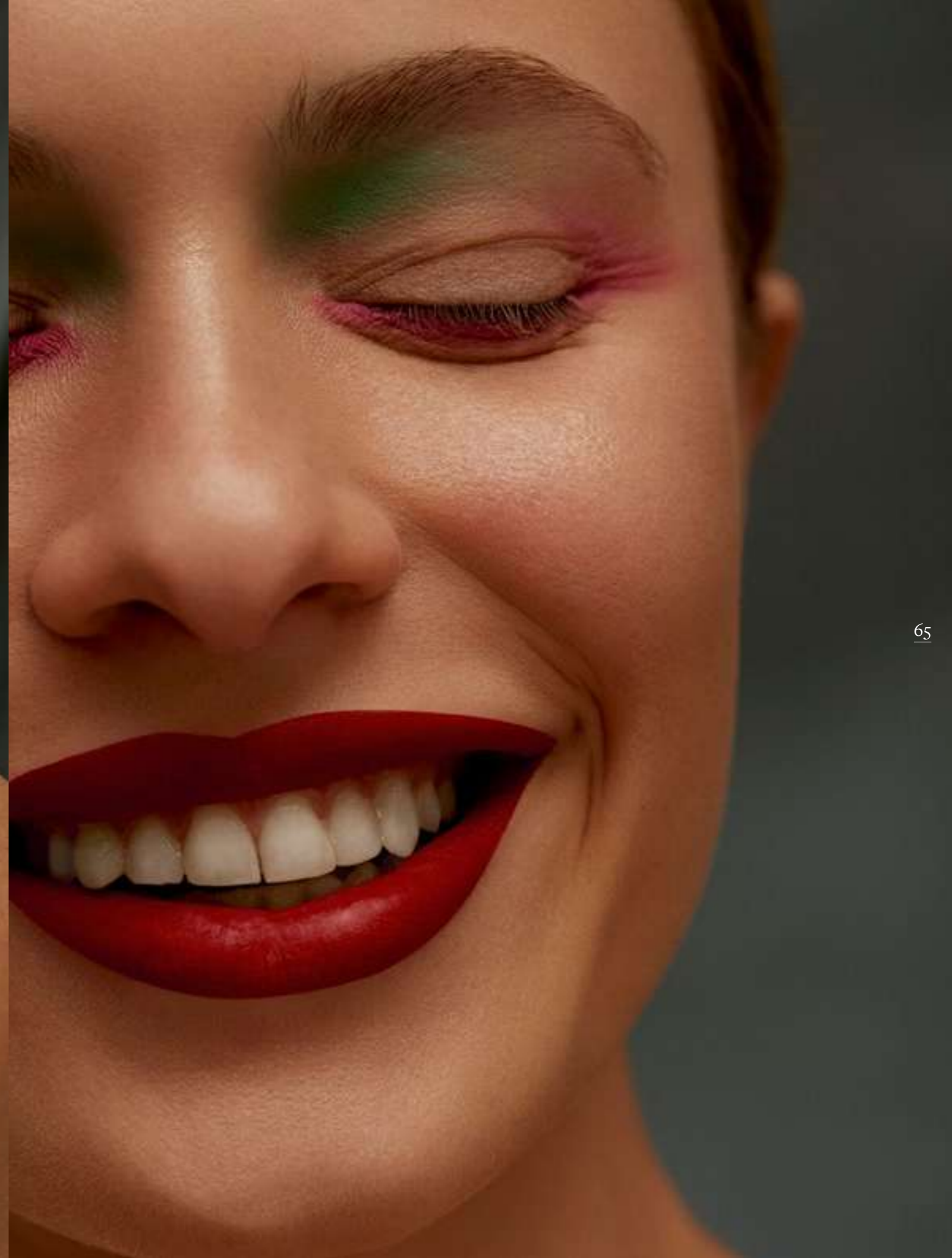
Contorno perfeito

Temos uma academia integrada à nossa equipe, um Centro de Treinamento com cerca de 10 técnicos que atuam com disciplinas em cursos e workshops em aulas diariamente. Com a melhoria de comunicação entre as áreas Cursos e Marketing no dia-a-dia, levantamos constantemente as necessidades do mercado. Estas informações, acompanhadas por pesquisas realizadas junto ao nosso público profissional (maquiadores, técnicos e profissionais da área de beleza) dão origem a novos produtos como a Sculpt Pro, uma paleta desenvolvida para esculpir o rosto com 4 blushes, 4 iluminadores e 4 contornos, todos com uma supertransferência e pigmentação. Desta forma, oferecemos ao mercado grande velocidade de inovação e atendimento às demandas. O desenvolvimento desse produto levou cerca de 6 meses, pois cada cor, das 12, foi testada em aplicação conjunta e individual, garantindo efeitos diversos (de suaves à marcantes). Também validamos o produto junto à nossa área de Qualidade, para garantir maior durabilidade da paleta e todos os diferenciais trazidos (fácil aplicação, transferência, alta pigmentação) que já são marca registrada de nossos produtos. A duração é prolongada e varia conforme o efeito criado. O blush continua tendo papel fundamental nas maquiagens, mas iluminadores e o hábito de fazer o contorno do rosto são ainda mais relevantes, uma vez que são recursos que nasceram principalmente pelo novo consumo trazido pelos tutoriais digitais.

Diversified

Fotografia: Rodrigo De Anda @rodrigo_deanda
Beleza: Will Vieira - Amuse @willvieirabeauty
Modelos: Olalais - Mesa42 @olalais e
Paola Di Mônica - Mesa42 @paoladimonica
Produção executiva: Gabriela Carvalho @ggdecarvalho
Tratamento: Alt Retouch @altretouch







/ #BeautyCollections

Diversified
Will Vieira



Ludic Faces

Makeup artístico: Antônio Crizel
Direção artística: Nilton Barros
Fotos: Juliano Kirinus
Modelo: Thaíssa Barneche



#BeautyCollections

Ludic Faces
Antônio Crizel





#BeautyCollections

Ludic Faces
Antônio Crizel



Mercúrio



Vênus



Marte



Júpiter



Saturno



Urano



Netuno



Plutão

