



MAKE UP / #18



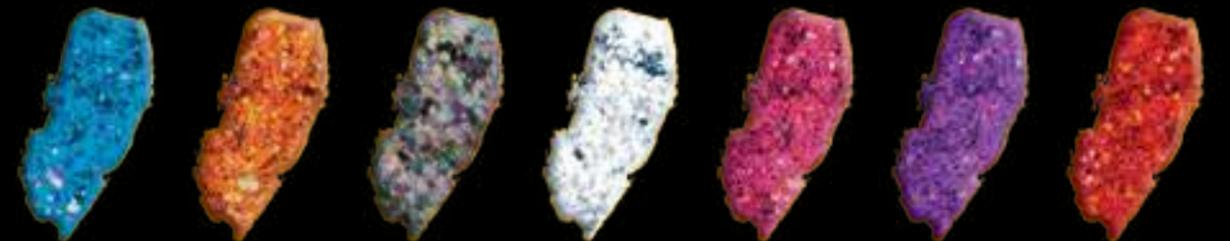
colormake

LIGHTS

Surpreenda-se com a nova linha de Glitter

- Produto com alta fixação e a prova d'água
- Alta Cobertura com uma única aplicação
- Variadas partículas no mesmo produto

A escolha perfeita para o seu Carnaval



Azul Laranja Multicolor Prata Rosa Roxo Vermelho

Ouro





www.inoar.com

[f](#) [@](#) [▶](#) [t](#) inoarbrasil

RESULTADOS COMPROVADOS EM FÓRMULAS BOTÂNICAS E VEGANAS.

Desenvolvida com ativos botânicos purificantes e tecnologia para devolver à pele elementos essenciais para sua vitalidade, a linha Dermocosméticos Inoar passou por estudos clínicos que comprovaram sua eficiência ao suavizar sinais, reduzir celulite e medidas e melhorar a qualidade da pele em até 80%.



O melhor: nenhum desses estudos foi realizado em animais. Da mesma forma, não há ingredientes de origem animal em nenhuma de nossas composições. Assim, você cuida da beleza, sem agressões à vida.



INOAR

INSPIRADA EM VOCÊ



Natal, Ano Novo, Aniversário de 3 (lindos, maravilhosos, incríveis e suados) anos da HM. Como não celebrar? Como não encher o coração e a alma de alegria e orgulho? Como não deixar escapar um sorriso e uma sensação de gratidão a cada novo dia? Estamos de olho no mercado, nas mudanças, nos altos e baixos, na crise, nos medos e nas inseguranças, mas seguimos, sim, certos de que as coisas vão se encaixar, crescer e prosperar para todos. Tudo muda, tudo se renova. Alterações podem doer um pouco no começo, mas quem sabe o que nos espera adiante? Quem sabe o que – ou quem – encontraremos no caminho? Por isso, por nossas crenças e valores, por nosso histórico no mundo da beleza, comemoramos! E anunciamos a chegada de gente do maior quilate no nosso time: Sandra Tacla e David do Carmo, nossos novos colunistas. Sandra querida falará de tudo o que permeia o universo da arte (o que é a maquiagem senão arte?) e da comunicação e David trará um bem-humorado painel de pluralidade de gêneros, gostos e afins. De todos nós – David, Deise, Diego, Diogo, Ennio, Giuliana, Jefferson, Karina, Maria Cecília, Martinha, Nicole, Sandra, Shâmia, Zezinho, Wilson – para todos vocês: FELIZ ANO BOM!

A. Stevanato *Deise Gomes*

colormake
ECO

O ENCONTRO
DA NATUREZA
COM A BELEZA.



Lançamento
Glitter Biodegradável produzido com extrato de bambu



f @colormakeoficial Colormake Oficial
colormake.com.br • +55 11 3854 2200



ANO II / #18
Janeiro / Fevereiro 2019

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 18: 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



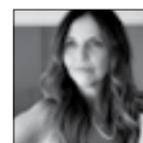
CARMEN CAGNONI
Editora



RICHARD KLEVENHUSEN
Colunista



MARTA ROVELLA
Colunista



SANDRA TACLA
Colunista



DAVID DO CARMO
Colunista



DIEGO MORENO
Tratamento de imagens

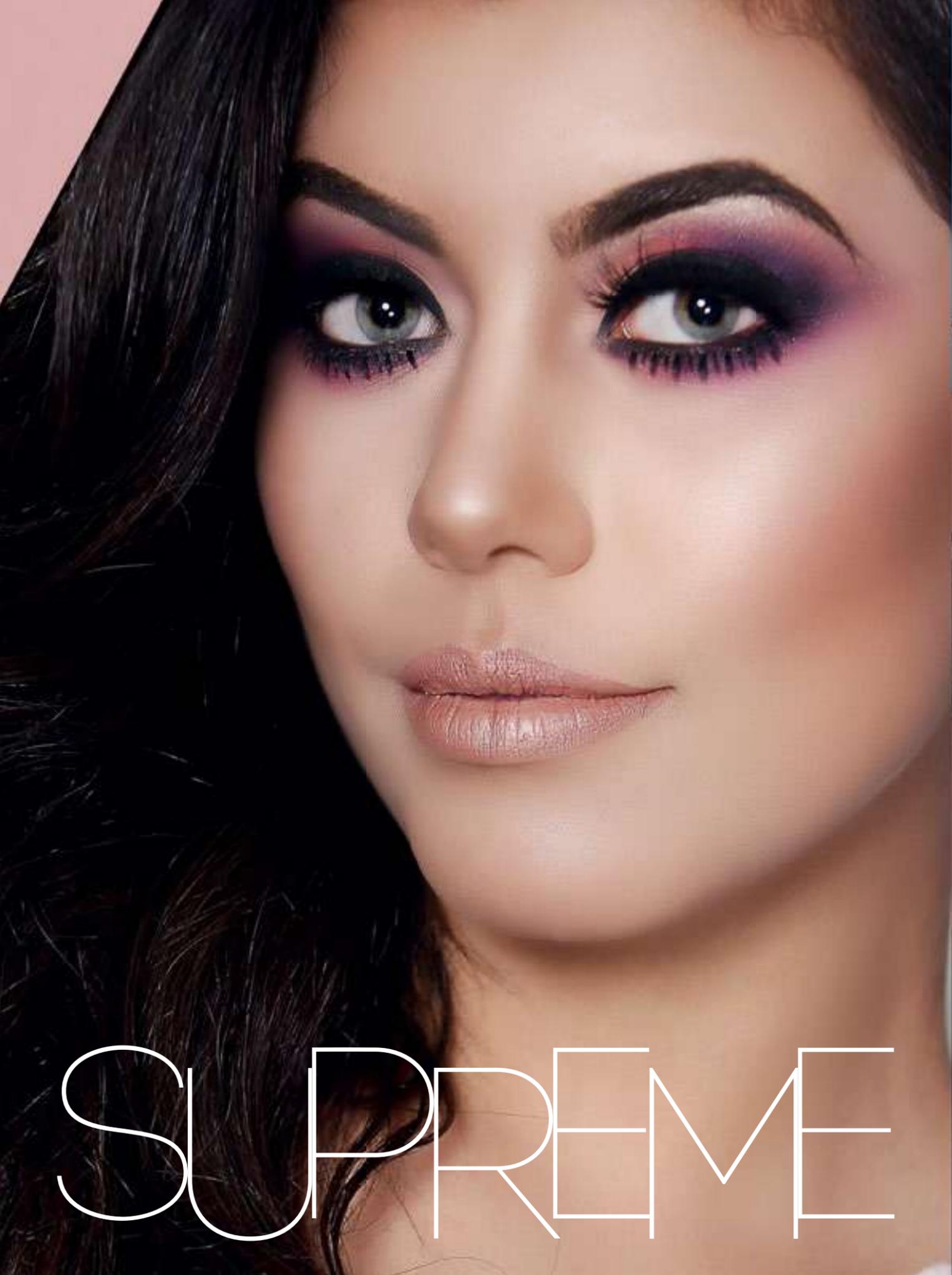


SUMÁRIO

Fotos: Andrea Dematte
Stylist: Cesar Cortinove
Beleza: Renato Mardonis (AMUSE)
com produtos Mac Cosmetics, Kiss NY e NYX
Assistente de beleza e Unhas: Ricardo Leal
Modelo: Regina Krilow (Mega Model Brasil)

12	BEAUTY FOR MAKE Produtos, acessórios e outras coisinhas
16	BEAUTY PARFUM Luxo em gotas
18	BEAUTY INTERVIEW Beleza na Web: a estrela sobe
28	BEAUTY ASK SPECIAL Alguém pediu glitter?
32	CONEXÃO BEAUTY EDITOR Produtos, técnicas, inspirações by Maria Cecília Prado
34	BEAUTY MANIACS Duda Molinos, o desbravador
52	BEAUTY COVER Edu Hyde

58	BEAUTY EXCLUSIVE Papo franco com Nick Posley
64	BEAUTY TRENDS Espanjas multifuncionais, as darlings
72	BEAUTY EDUCATION As escolas para maquiadores
86	BEAUTY ART Seção inspiração by Sandra Tacla
88	BEAUTY RAINBOW Seção #nogender by David do Carmo
90	BEAUTY TRAVEL Las Vegas sem censura
94	BEAUTY COLLECTIONS



SUPREME





Mimi Choi



Danny Defreitas

MASTERCLASS KRYOLAN

A marca de maquiagem alemã, queridinha dos maquiadores – em especial dos que trabalham com caracterização –, realizou no mês de novembro a primeira edição de sua MasterClass Internacional aqui no Brasil. Para tal, foi trazido um super time de profissionais do segmento para a promoção de cursos, palestras e apresentações. Entre os principais nomes, estavam a canadense Mimi Choi, reconhecida pelas técnicas pioneiras na maquiagem ilusionista no mundo; Danny Defreitas, que tem entre suas clientes nomes como Rita Ora, Sofia Richie e Karlie Kloss; Dayse Teixeira, chefe de caracterização da TV Globo; Paul Merchant, head de make da Kryolan mundial; Lucas Vieira, o beauty stylist de Bruna Marquezine, Deborah Secco, Giovanna Ewbank, Sophie Charlotte; Henrique Mello, Make-up Artist, autor de mais de 500 capas e editoriais de moda e beleza nas principais revistas do país, além de cinco peças teatrais, três novelas e alguns especiais da TV Globo como supervisor de caracterização; Beto França, Make-up Artist, Educador e Caracterizador, especializado em Air Brush, visagismo e efeitos especiais, entre outros. O evento aconteceu no Sheraton WTC Hotel, em São Paulo e, durante dois dias, foram abordados temas como tendências do mercado, camuflagem, caracterização e efeitos especiais, visagismo, red carpet, noivas, influenciadoras de beleza, cores e texturas, make glam.



CLIMAX MASCARA, NARS
 Máscara inovadora, que promete volume máximo e alongamento idem em uma fórmula leve, sem pesar ou endurecer os fios. A Climax Mascara constrói camadas facilmente sem acumular produto ou borrar, dando aos cílios um visual alongado e uma sensação confortável. Além da fórmula especial, o resultado é obtido graças ao pincel encorpado, com cerdas em comprimentos variados intercalados, cobrindo cada fio com o pigmento, da raiz às pontas. No tom Explicit Black (preto acetinado).
www.narscosmetics.com / SAC 0800 148023 sacbrasil@narscosmetics.com



VOYAGE 2 DA THEBALM, THE BEAUTY BOX
 A The Beauty Box, multimarca de beleza premium, traz para o Brasil a edição limitada da nova paleta da theBalm. Versátil, conta com nove sombras, dois blushes, bronzer, iluminador e dois cremes curingas com cor para lábios e bochechas. Sua multifuncionalidade permite criar os mais diversos looks para todo tipo de roteiro, desde o mais exótico a um passeio elegante.
www.thebeautybox.com.br / SAC 0800 7299070 / sacdaabeauty@thebeautybox.com.br



UV LIP COLOR SPLASH, SHISEIDO
 Com fator de proteção 30, o hidratante labial chega em quatro cores que hidratam e não deixam os lábios com aspecto esbranquiçado. Trata-se de um hidratante repleto de frescor, com cor translúcida e proteção UV generosa. O aplicador desenvolvido especialmente pela Shiseido se adapta a todos os formatos e tamanho de lábios.
www.shiseido.com.br / SAC 0800148023

WATER LIP SATIN, CLARINS

"Batom" cujo diferencial maior é fórmula à prova de transferência e de longa duração (resiste a até 300 beijos!). Composta por mais de 77% de água, a fórmula se funde instantaneamente com os lábios, deixando um acabamento imperceptível semelhante a uma tatuagem. Leve, desliza, dando a maravilhosa sensação de "segunda pele" sem efeito de secagem. Com suas fibras sensíveis e flexíveis, o pincel absorve a quantidade ideal de cor e envolve perfeitamente a forma dos lábios para garantir uma aplicação ultra fácil. SAC 0800 704 3440



9 SHADES - MARIANA SAAD, OCÉANE

Após o grande sucesso das coleções de acessórios para maquiagem, chegou a vez da querida Mari Saad (@marisaad) desenvolver uma paleta de sombras junto com a Océane. São 9 tons de alta pigmentação e fixação, com textura aveludada: 5 opacos (Pumpkin, Dark Brown, Wine, Soft Brown e Black) e 4 cintilantes (Dust, Crystal, Cranberry e Gold). atendimento@oceane.com.br / SAC (11) 3716-1664

FACE MIST, THE BODY SHOP

A fim de complementar a maquiagem, a marca inglesa 100% vegana de cosméticos naturais traz para o Brasil quatro fragrâncias de Face Mists que refrescam, ajudam a manter a pele saudável e aplicados sobre ela, deixam a maquiagem mais viva. A versão Coco hidrata, acalma e suaviza a pele sensível; a de morango amacia; a de menta combate a oleosidade excessiva e matifica e a de rosas, ilumina e dá viço. www.thebodyshop.com.br



COLEÇÃO RETRÔ MANIA, NATURA FACES

A marca apresenta os novos batons da coleção em cinco cores vibrantes e acabamento cremoso: Coral Pop, Red Spirit, Time to Nude, Vinho Vibezz e Wannabe Pink. Além dos batons, Natura Faces lança o blush para completar o portfólio da marca. Com acabamento natural e textura leve, ele chega em dois tons, Rose You e Shine Bronzer, que combinam com qualquer tom de pele. www.natura.com.br



BEAUTY NAILS



IMPRESS, KISS NEW YORK

Coleção de unhas autocolantes em parceria com a influenciadora Bruna Tavares. Composta por unhas mate, metal e "filha única": **Darling Nude e Chic Mermaid**: formada pelas cores Nude Rosê & Branco com linhas de Glitter, na unha "filha única", e Azul & Espelhado, também na "filha única". **Malve Matte**: na tonalidade Nude Escuro e com acabamento mate. **Ouro Rosa**: o kit com o famoso tom Rose Gold tem 24 unhas (12 tamanhos diferentes). SAC: (11) 2369-4004

BLUSH COLOR'S, MAVALA

Coleção composta por seis cores monocromáticas e em tons poéticos de pastel, delicados e clarinhos. Para aquelas que gostam dos tons mais escuros e intensos, a marca preparou tons de fúcsia e vinho. A linha de Mini Colors Mavala é consagrada por não ter nenhum ingrediente de origem animal e metais pesados em sua formulação, entre outros ingredientes prejudiciais à saúde. sac@excellenceimp.com.br / SAC 0800-163434 / 55 11 4133-5060



COLEÇÃO DEIXA BRILHAR, PASSINATI

A marca se inspirou no glamour das festas de final de ano e nos brilhos dos fogos de artifícios para desenvolver esta edição limitada, com cinco cores intensas e pigmentos especiais. As cores são: **Estrela Guia**: azul acinzentado metálico com microglitter **Mistura Fina**: cereja metálico com microglitter **Pote de Ouro**: ouro metálico acetinado com glow dourado **Jóia Rara**: vermelho aberto com glow dourado **Luz Radiante**: dourado metálico com mix de microglitter furtaacor www.nati.com.br / SAC (11) 3230-9606 / sac@passinati.com.br



MARC JACOBS FRAGRANCES APRESENTA NOVA FRAGRÂNCIA FEMININA "DAISY LOVE"

Marc Jacobs International e Marc Jacobs Fragrances, uma divisão da Coty Inc, apresentam uma nova linha de fragrâncias dentro da franquia Daisy Marc Jacobs, Daisy Love Marc Jacobs. Daisy Love Marc Jacobs, a primeira fragrância gourmand radiante, é inegavelmente feminina com uma composição jovem, mas sofisticada, com notas de amoras cristalizadas, pétalas de margaridas e uma mistura quente de almíscares de cashmere e tronco. A fragrância foi criada pelo mestre perfumista e

colaborador de longa data da Marc JacobsFragrances, Alberto Morillas, da Casa de Fragrâncias Firmenich. "No ano passado, focamos no crescimento da Franquia Daisy para ser uma grande empresa do setor", disse Simona Cattaneo, CMO da COTY Luxury. "Agora, enquanto continuamos crescendo nossa parceria com Kaia Gerber, é o momento de trazer uma nova fragrância para a linha Daisy. Isso se encaixa muito bem em nossa estratégia à medida que expandimos nossa pegada digital e colocamos um foco aprimorado no marketing de influenciadores."

NOMADE, CHLOÉ

Poderoso chipre floral, uma mistura de força e suavidade, graças a nota intensa de musgo de carvalho, coberta pela deliciosa doçura da ameixa Mirabel. A partir desse frescor, um toque floral de fréssia. Estes ingredientes naturais, reunidos pelo perfumista Quentin Bisch.



ETERNITY AIR, CALVIN KLEIN

Criando uma linha nova e fresca, as fragrâncias para homens e mulheres ETERNITY AIR CALVIN KLEIN compartilham uma estrutura similar criada com base em contrastes.

ETERNITY AIR CALVIN KLEIN para mulheres. Uma interpretação feminina moderna de uma fragrância floral tradicional com toques frutais e sensuais. **Notas de saída:** óleo de grapefruit, groselha preta absoluta, acorde céu celeste. **Notas de coração:** peônia, lírio do vale, acorde de pera. **Notas de fundo:** óleo de madeira de cedro, âmbar cinzento, almíscar de pele. **ETERNITY AIR CALVIN KLEIN para homens.** A sofisticada e característica linha fougère se redefine com um novo frescor aromático frutal e corpo sensual. **Notas de saída:** óleo de mandarina, óleo de bagas de zimbro, acorde céu celeste. **Notas de coração:** óleo de lavanda, maçã verde, folhas de violeta. **Notas de fundo:** óleo de patchouli, musgo irlandês, âmbar cinzento

CAIU NA REDE, É *Beleza - na Web*

18

A apaixonado. Determinado. Movido a um propósito. Depois de duas horas de entrevista, esses foram os adjetivos que me inspiraram para definir **ALEXANDRE SERODIO**, criador e CEO da **Beleza na Web**. Ao longo da nossa conversa, fui me surpreendendo com a forma apaixonada com que o empresário fala do poder transformador e de empoderamento que a beleza provoca nas mulheres. Senti sua determinação ao explicar que não poupa esforços para cumprir a missão/obrigação do e-commerce, que é satisfazer os desejos e as aspirações de beleza femininas. E o vi se emocionar em mais de um momento. Um, ao contar sobre a campanha de comemoração de aniversário do site, que celebrava a relação de confiança entre clientes e profissionais, entre a Beleza na Web e as consumidoras. Outro, ao falar dos desafios de ser empreendedor no Brasil e do inconformismo que sente ao ouvir colegas dizerem que vão imigrar porque aqui não dá mais. “Temos um compromisso com o país, nós é que temos que fazer dar certo. Olha quantos postos de trabalhos criamos, quanta oportunidade. Isso não é só um negócio. É um propósito”, disse Alexandre. Não se trata apenas de gerir um business, mas de criar a melhor condição possível para unir marcas, profissionais e apaixonadas por beleza. Com cerca de 6 milhões de visitas mensais, mais de 270 marcas e 15 mil itens à venda, a Beleza na Web é, hoje, o e-commerce líder no Brasil nesse segmento. Conversamos com Alexandre sobre o que fez a marca chegar tão longe e o desafio de se manter como número 1.



“A gente queria mostrar no que a Beleza na Web acredita: que beleza é relacionamento de confiança, de compromisso, de respeito. E a mulher empoderada e confiante transforma o mundo. E é isso o que a gente quer proporcionar para nossa consumidora”

20

HM / Na sua opinião, o que diferencia a Beleza na Web dos outros e-commerce de beleza? O que a faz ser líder no Brasil nesse segmento?

ALEXANDRE SERODIO / Consigo apontar quatro diferenças fundamentais entre a Beleza na Web e os demais players do segmento. O primeiro deles é a preocupação com a cliente. Tudo o que a gente faz aqui é pela e para a cliente, seja ela consumidora final ou profissional do setor. Desde o day one, lá em 2008, nosso maior desafio sempre foi satisfazer os desejos e as aspirações de beleza das mulheres. E o que significa isso? Criar a melhor oportunidade de compra, a um preço justo e com informação e curadoria profissionais. E como o desejo de beleza é único para cada pessoa, nosso desafio contínuo é desenhar um sistema que atenda a esse desejo, proporcionando uma experiência cada vez mais personalizada. Com isso, vem nosso segundo diferencial, a tecnologia. Eu sempre gostei muito dessa área, estudei e continuo estudando, pesquisando, aprimorando. Nossa grande vantagem foi a capacidade de desenhar um modelo de navegação, por meio de uma interface, no qual a gente consegue coletar dados que nos direcionam ao desejo da consumidora para, então, conseguir oferecer as melhores e mais pertinentes opções de produ-

tos, naquele momento de compra. Nossa obrigação é tentarmos ser o mais acertivos nesse trabalho de orientar a aquisição de um produto. E como a tecnologia sempre muda, sempre evolui, a gente está sempre se atualizando e buscando aprimoramento. Isso é fundamental. O terceiro ponto relevante é a valorização do profissional de beleza (cabeleireiro, maquiador...). A gente acredita que quanto mais a nossa cliente for ao salão ou consultar um dermatologista ou um maquiador, mais ela vai estar apta e desejosa para consumir os melhores produtos na nossa plataforma. O conselho de um profissional de beleza é essencial. Não estou desmerecendo as blogueiras e influenciadoras, mas é que não podemos deixar de lembrar que um profissional estudou — e estuda — muito tempo sobre o assunto. Ele está o dia inteiro trabalhando, fazendo pesquisas nessa área. Também não podemos esquecer que essa é uma área muito técnica, específica. E isso leva tempo de aprendizado. E todo esse tempo agrega conhecimento, além do talento próprio de cada um. Para nós, valorizar esse profissional, trazendo esse conhecimento e expertise para nossa plataforma, é valorizar, também, a experiência da consumidora no nosso site. Mais uma vez, desde o primeiro dia da Beleza na Web, a preocupação com o conteúdo e a informação séria sempre foram muito grandes, tanto que sempre geramos nosso próprio conteúdo, consultando os melhores profissionais de beleza. Por fim, acredito que o quarto diferencial é que a Beleza na Web tem um dono. Essa cultura de ownership do time faz muita diferença. Não é fácil trabalhar aqui, mas é muito bom. É intenso e desafiador.

Você falou que desde o primeiro dia da Beleza na Web, o conteúdo esteve presente. Por que você considera isso tão importante para o negócio?

O conteúdo é fundamental. Ele proporciona conhecimento. E conhecimento gera desejo. Ao acertar nas escolhas dos produtos, a consumidora se sente segura na plataforma, e isso se reverte em fidelidade. E para a mulher acertar na escolha, precisamos muni-la com informação consistente, dada por profissionais competentes e amarrada por uma tecnologia inteligente e eficiente. Assim, sem perceber, durante a navegação no site ela vai encontrar o que realmente precisa. Dentro da jornada diária da cliente, ela passa por



vários momentos, com diferentes necessidades ou vontade. Cabe a gente despertar o desejo para algo que ela nem sabe que queria. Para isso, precisamos de conteúdo bom e consistente e uma tecnologia inteligente que consiga atrair a atenção. Hoje contamos com uma rede de experts supercompetentes para ajudar nessa geração de conteúdo. E isso é maravilhoso, pois eles entenderam que a Beleza na Web não compete com o trabalho deles. Pelo contrário, somamos força. Unidos somos mais fortes! Mas é importante ressaltar que o melhor conteúdo, sem uma tecnologia de ponta, não adianta muita coisa. O que precisamos é levar a informação certa, na hora certa, para a pessoa certa. Temos que personalizar ao máximo a experiência de navegação e de compra na consumidora. Não posso ficar falando de cabelo crespo para uma mulher de cabelo liso. Eu perco ela de cara. Hoje a gente consegue personalizar a experiência de navegação com tecnologia própria, tudo desenvolvido aqui.

Com toda essa tecnologia, vocês devem conseguir mapear bem os hábitos de consumo da consumidora. Como isso funciona?

Logo que colocamos a Beleza na Web no ar, para poder comprar nossos produtos a consumidora precisava responder um questionário com 10 perguntas sobre hábitos de beleza, como por exemplo, quantas vezes lavava o cabelo, se o cabelo era fino ou grosso, se a pele era oleosa ou seca... A gente coletava todas as informações para poder direcionar e indicar os produtos que tinham a ver com ela. Com a entrada de investidores, que cobram um retorno mais rápido, tivemos que tirar um pouco disso. Agora estamos voltando a essa pesquisa, mas usando tecnologia de inteligência, com inúmeros filtros de pesquisa. Por exemplo, na compra de produtos para cabelo, a consumidora pode pesquisar por tipo de cabelo, espessura do fio, desejo de beleza... Essa estrutura de categorização super detalhada está presente em tudo: nos produtos, no conteúdo e até na consumi-

dora. E a gente consegue amarrar tudo isso, ver os pontos de intersecção e personalizar a navegação, graças a nossa equipe de tecnologia, que trabalha sem parar, com toda determinação, para criar sistemas e programas para melhorar a navegação, a inteligência e a rapidez do e-commerce — somos o mais rápido do País. Já ganhamos vários prêmios, como o de melhor tecnologia pela Oracle. Não por acaso, fazemos o e-commerce de outras marcas também, como da M.A.C (a plataforma é global, mas o e-commerce é nosso), Clinique, La Mer, Jo Malone, Oceane, Wella, Samshbox. Toda parte de logística, operacional, SAC, entrega estão sob nossos cuidados.

Como você descreveria a consumidora da Beleza na Web? Qual o perfil da mulher que navega e compra no site?

Eu não conheço mulher que não queira ficar mais bonita, mais estilosa, levando em conta os padrões individuais e pessoais de cada uma sobre beleza. E a gente atende a esse desejo tanto da mulher que mora na Vieira Souto (bairro de classe alta do Rio de Janeiro) quanto da menina da periferia. Da mulher madura à que está entrando no mercado de trabalho. Nossa consumidora é aquela que quer ficar mais bonita, que quer se sentir empoderada, confiante. Nosso mix de produtos contempla essa diversidade de perfis: de Vult à Dior. De Body Shop à Lancôme. Além do interesse por beleza, nossa consumidora tem uma interface digital. A gente não faz mídia offline. A gente só esta online. Nossa loja física é toda conectada ao digital.

Falando nisso, por que abrir uma loja física?

A indústria sempre pressionou muito a gente para ter uma loja física, sobretudo a de perfumaria. Eles têm essa cultura, de que é preciso expor a marca de um jeito específico e tal... Vai entender. Mas eu sempre mantive a posição de que só abriria uma loja quando achasse pertinente. Isso porque nossa visão de negócio é digital: somos uma plataforma que conecta marcas, clientes e profissionais num experiência individual e única, criando o maior canal



digital da categoria. Quando decidimos abrir a loja física, como vimos que já estava acontecendo em outros grandes mercados, como o chinês, falamos: ‘nossa loja tem que ser um “device”’. A gente mede tudo por device: quanto estamos vendendo pelo site, quanto pelo aplicativo, quanto pelo desktop... E a loja é um outro dispositivo, a única diferença é que na loja a consumidora já pode levar o produto na hora pra casa. Mas também se ela não quiser levar, a gente entrega. Quem manda é ela. Não pode ter “isso não dá”. Tem que dar. Uma das brigas na loja era sobre como iríamos marcar o preço dos produtos. Eu disse que não ia marcar preço. Aí me perguntavam: “Mas e quando a cliente quiser saber o preço?”, eu respondia que ela iria olhar no celular. Todo mundo tem celular! Ou checaria no leitor de código... A loja é toda automatizada. Se comprar uma coisa e ganhar outra no site, ganha igual na loja física. Tudo é exatamente igual porque é mais fácil e me parece mais lógico. O nosso estoque também é todo integrado. Se necessário, a gente usa o estoque da loja pra enviar produto pra cliente... É um depósito urbano. Dessa forma, a loja tem se mostrado um sucesso. Ela se paga. Em parte, também, porque oferecemos experiências para a consumidora na loja. Temos muitas parcerias com marcas. Tivemos o Studio W lá, agora vai ser o Kamura... E sim, temos, planos de abrir mais lojas físicas, num futuro. Temos um monte de coisas planejadas, mas precisamos fazer o que dá.

Quando se analisa loja física e e-commerce, a Sephora assusta?

Não. A concorrência é muito boa porque faz você acordar mais cedo. Faz você melhorar, se reinventar. É importante ter concorrente. Em mercados onde há monopólio, o serviço vira uma porcaria para o cliente. Além disso, você aprende muito com a concorrência. Mas é verdade que esse mercado é muito difícil. A gente é líder do canal online hoje. Mas pode ser que um dia eles, ou outra marca, superem a gente. E aí nós vamos ter de correr atrás. É assim. Mas acho que ter um dono, como já disse antes, é uma vantagem da Beleza na Web.

Como vocês estão se preparando para falar com a Geração Z, que nasceu a partir de 1995 e é a primeira a não conhecer o mundo sem internet?

Se você for pensar na evolução da humanidade, quanto mais interação de comunicação na sociedade, mais evoluída ela fica. Você aumenta o valor do comércio se incrementa a troca de informações entre os parceiros comerciais. A internet é boa porque permite que a informação vá e volte. A maior prova da força dela é o fato de os meios de comunicação tradicionais estarem perdendo a relevância. Na hora do comercial na tevê, o que as pessoas fazem? Vão no celular ver o que os amigos estão falando ou comentando nas redes sociais. Sobretudo para essa geração mais nova, o que as pessoas mais próximas pensam e falam têm mais importância do que um canal de televisão, por exemplo. O maior risco, para mim, é as pessoas, de qualquer geração, perderem a emoção por causa do digital. A emoção passar a ser muito rasa ou visceral demais, em vez de uma emoção genuína, que tenha significado. Veja essa onda de haters, críticas do mal... Isso não gera vínculo, não gera troca, não cria relacionamento. E construção de marca pede relação com o consumidor.

Como a Beleza na Web cria relação emocional com a consumidora?

Em primeiro lugar, sendo sincero com ela. A gente vive beleza aqui. Essa é minha vida. Não tem separação de ‘isso é trabalho, isso é família.’ Minha esposa trabalha aqui. Os colaboradores são amigos... É tudo junto e misturado. Foi para mostrar isso que fizemos uma campanha de aniversário diferente. Eu não queria algo pra vender nada, eu estava mais preocupado em falar e comemorar o que a gente é de verdade, na essência. Fomos buscar o que melhor nos representava: a relação de confiança que existe entre o profissional e sua cliente. Porque é isso o que a gente também busca construir com a nossa consumidora. Pensando nisso, convidamos profissionais para falar da relação deles com a cliente. Gravamos o depoimento de vários cabeleireiros e maquiadores. Em 15 dias, a gente impactou 5 milhões de pessoas,



com conteúdo autêntico, próprio e espontâneo. Isso é marketing? Não! Isso é propósito. A gente queria mostrar no que a Beleza na Web acredita: que beleza é relacionamento de confiança, de compromisso, de respeito. E a mulher empoderada e confiante transforma o mundo. E é isso o que a gente quer proporcionar para nossa consumidora.

Analisando a atual situação econômica, política e social do nosso país, você acha que vale a pena continuar investindo no Brasil?

Empreender no Brasil é quase uma irresponsabilidade... Tá difícil, e acho que o Brasil vai ser sempre difícil, mas vai sempre ser bom também. Desde que você suporte a dificuldade, que consiga se reinventar, se refazer, se adaptar e ter resiliência. Buscando sempre fazer melhor. Acho que é preciso ter foco no longo prazo e não dar o passo maior do que a perna. Nesse começo de ano tivemos que tirar o pé do crescimento porque não existe mais capital pra investir. Então temos que liberar nosso próprio capital para conseguir sustentar os investimentos que já tínhamos feito. E a gente vinha crescendo muito todo ano — e manter esse ritmo é complicado, se auto-sustentando. A penetração do digital ainda é muito pequena, e é nossa obrigação e desafio fazer ela aumentar. Se a

gente, que é líder de mercado, não trabalhar para isso crescer, quem vai ajudar? Por isso, inclusive, fazemos os sites de outras marcas também. Aumentar a penetração do digital, criar cada vez mais empregos, fazer a economia andar. Nós temos isso como propósito. Gosto muito de uma frase de John F. Kennedy, que diz: “Pergunte o que você pode fazer pelo seu país e não o que seu país pode fazer por você”. Infelizmente, a maioria dos brasileiros passou muito tempo pensando no que o país poderia fazer por eles. E os políticos sempre sugaram todo capital do empresariado para enriquecimento próprio. Mas eu acredito que a gente está passando por uma transformação. Essas eleições mostraram isso. Eu vejo com muito bons olhos o Brasil passar por toda essa mudança. Essa crise aumentou a consciência do brasileiro. Muita gente vira pra mim e fala que quer ganhar um pouco de dinheiro para ir morar fora. Fico louco com isso! Sabe, a gente tem uma responsabilidade social, olha quanto emprego a gente gera, quantas famílias a gente alimenta. Aí você vem e só pensa em você? Tem que pensar no próximo também. Se você tem a capacidade de entregar algo para a sociedade, de um jeito ou de outro a sociedade vai entregar pra você também. Mas é preciso ser insistente. O empreendedorismo muda o país. Estou muito otimista.

Hair Brasil

profissional

18ª Feira Internacional de Beleza,
Cabelos e Estética

13-16
ABRIL

2019
EXPO CENTER NORTE
SÃO PAULO

Garanta já
SEU INGRESSO!

HAIRBRASIL.COM



Ou utilize o
QR code

By: MARCO ANTONIO DE BIAGGI | Clube Vip HAIR BRASIL
make: NEY GARCIA | stylist: IRICA BENOZZATI | foto: CHRISTIAN PARENTE



MODELO E FOTO: NIU

GLITTER, COLORMAKE. A linha (super completa) conta com inúmeras opções de cores e tamanhos. Perfeita para quem trabalha com caracterização.



Glitter all over again?

A resposta é um radiante sim! E ela não tem nada a ver com um revival dos anos 1980. Vem impulsionada por um mix de situações, entre elas as festas de fim de ano e a proximidade do Carnaval, quando até as mais pacatas querem brilhar; os lançamentos das marcas (vários deles aqui!) e o desfile ultraglitterinado de **Pat McGrath** (@patmcgrathreal) para Valentino na última Paris Fashion Week. “Adicione aí o fato de que as pessoas estão se aventurando cada vez mais na maquiagem artística, e não estou falando de Halloween”, diz o maquiador **Theo Carias** (@theocarias1), que atualmente vive entre Florença, Milão e São Paulo

1 Não é contraditório que o glitter reapareça num momento em que tanto se valoriza a beleza natural?

De jeito algum. Como a moda está mais democrática do que nunca e as pessoas se sentindo livres e estimuladas a experimentar e brincar com a maquiagem, a tendência vai deixando de existir para dar lugar ao “hoje eu quero isso”. Junte aí a chegada das festas, do verão, das férias e o povo só quer saber de brilhar.

2 Como calibrar o glitter para não cruzar a tríplice fronteira entre o fashion, o fantasioso e o teenager?

Regra geral, quanto mais fina a partícula de brilho for, mais chique e delicado será o resultado. Mesmo assim, é preciso dosar muitíssimo bem a quantidade, porque mesmo esse glitter fininho pode ficar over se você carregar a mão. Para ter ideia, uso microglitter em noivas, geralmente no ponto de luz, em cima da sombra ou abaixo da sobrancelha; fica suave, sedutor na medida certa e dá um lindo efeito na foto e no vídeo. Mas, se ele for aplicado em forma de delineador pode se transformar num look para debutante.

3 Como garantir que o brilho colocado na pálpebra não vá parar na bochecha?

A dica mais importante é evitar cola para cílios. Como ela seca rápido, acaba deixando bolinhas ou placas de cola na pele; fica um horror. Sombra cremosa ou primer para olhos já dão conta do recado. Depois é só passar o pincel no glitter, bater nele para que as partículas de brilho caiam no local desejado, sem encostar na pele ou tocá-la com o dedo para não marcar ou deixar digitais, e finalizar com um jato de spray fixador de maquiagem.

4 Dá para dizer que o pigmento cintilante é um genérico do glitter?

Ele não é nem um similar. O pigmento é muito, muito, muito fino e quando bate a luz, ele chapa; o glitter não, porque você consegue enxergar a partícula dele, por menor que ela seja.

5 Qual o truque para acertar na escolha da cor?

Acho que vale aquela regrinha básica: se você quer um look sofisticado, aposte no tom sobre tom, por exemplo, sombra lilás com glitter rosa, sombra marrom ou bege com glitter dourado, sombra verde musgo com glitter verde; já se a intenção é se divertir, brinque com as cores e até com os tamanhos do glitter.



GLITTER, VULT. Oferece seis opções de cores: prata, dourado, bronze, rosa, verde e azul.

SINGLE EYESHADOW, NARS. A linha hardwired sheens traz tons intensos e turbinados com glitter, conferindo um brilho ainda dramático às sombras.



INTENSE SUPER GLITTER, O BOTICÁRIO. É finíssimo e tem textura superleve.



GLITTER ESPECIAL FINO, CATHARINE HILL. Sunset, atlantis e flag chegaram para completar a linha, que agora conta com dez tons vibrantes.



EVERLASTING GLIMMER VEIL, KAT VON D. Carregado de glitter e confortável, o batom também pode ser usado como delineador, sombra e até blush.



ULTIMATE GLITTERY, SD MAKE-UP. Promete ótima fixação.



URBAN DECAY MOONDUST MONO EYESHADOW, MAKE UP FOR EVER. Com partículas microfinas de glitter e pigmentação intensa, a textura parece cremosa, mas ela fixa como pó e cria um efeito ultra radiante.



URBAN DECAY HEAVY METAL, MAKE UP FOR EVER. Depois que esse delineador seca (e ele seca rápido), sua cor reluzente não altera e as partículas permanecem onde foram colocadas.

PIGMENTO MINI, MAC. Em versão travel, o pó solto colorido altamente concentrado é misturado com glitter ultrafino, permitindo criar uma camada sutil ou um efeito intenso sem formar vincos ou acumular produto.



GLITTER, DAILUS COLOR. Destaque para a embalagem, prática para carregar e fácil de usar.



DAZZLESHADOW, MAC. A fórmula cremosa da sombra cria uma superfície reflexiva multidimensional, valorizando ainda mais o brilho desordenado do glitter.



#OndeEncontrar
 COLORMAKE (11) 3628-9595
 CATHARINE HILL (11) 5070-1062, www.catharinehill.com.br, @catharinehilloficial
 DAILUS COLOR (11) 2227-3333, www.dailus.com.br, @dailus
 KAT VON D 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, @makeupforeveroficial
 NARS 0800-148023, www.narscosmetics.com, @narsissist
 O BOTICÁRIO 0800-413011, www.oboticario.com.br, @oboticario
 SD MAKE-UP (85) 3077-2877, www.sdmakeup.com.br, @sdmakeupoficial
 VULT (11) 4736-8890, www.vult.com.br, @vult_cosmetica

© LUI FERRAZ



Tudo pelo social

O maquiador Alex Cardoso divide suas dicas para um make de festa com pegada atual.



Make Up For Ever pincel 108, sephora.com.br, @makeupforeverofficial; **Klass Vough** pincel OX 20, (11) 3208 3047, klassvough.com, @klassvough; **Macrilan** pincel A10, macrilan.com.br, @macrilanoficial



Pele perfeita e luminosa sem abrir mão da leveza é a assinatura de Alex, como mostra a foto à esquerda. Na maquiagem de **Kristine Leahy**, a sombra luminosa e colorida moderniza o look de festa. © XXXXXXXX E CORTESIA DA TELEVISION ACADEMY



Vult Base Alta Cobertura, (11) 4736 8890, vult.com.br, @vultcosmetica

MAC Cosmetics Pigments, (11) 3716 1661, maccosmetics.com.br, @maccosmeticsbrasil



Kat Von D Ink Liner Waterproof, 0800 170506, www.sephora.com.br, @katvondbeauty



© DIVULGAÇÃO

Klasmé Makeup Setting Spray, www.klasme.com, @klasmecosmetics



Ele iniciou sua carreira no universo da moda, assinando desfiles, editoriais e campanhas publicitárias. Mas depois de ser, anos atrás, convidado para integrar a equipe de um salão, acabou desenvolvendo um trabalho em maquiagem social que virou referência na área. Alex Cardoso (@alex-cardoso), que hoje se divide entre os atendimentos no 1838 (@1838jardimamerica), em São Paulo, e as aulas de beleza na escola Beauty 4 Share (@beauty_4_share), conversou comigo sobre as técnicas e o estilo que encantam suas clientes quando elas chegam pedindo um make de festa arrasador. Aqui, os highlights de nossa troca de ideias.

MAC Cosmetics Hyper Real Glow Flash + Awe, (11) 3716 1661, maccosmetics.com.br, @maccosmeticsbrasil



MARIA CECÍLIA PRADO PARA HM EM REVISTA: Qual a diferença entre a maquiagem de festa de hoje e aquela que se praticava há oito anos, quando você começou a atuar em salão?

ALEX CARDOSO: Na época, notava que boa parte dos profissionais seguia padrões específicos. Usar base com alta cobertura e fazer olho com esfumado se estendendo para fora da pálpebra, por exemplo, era quase uma obrigação. Fui observando e, aos poucos, levando técnicas aprendidas no universo da moda para os looks das clientes. Acho que isso acabou se tornando um diferencial e fazendo com que eu tivesse sucesso nesse mercado. Em paralelo, outros profissionais também começaram a ser mais criativos – algo muito estimulado pelas ótimas escolas de maquiagem que surgiram ao longo da última década. Hoje, a produção de festa está diferente e bem mais bacana.

MCP/HM: Que técnicas são essas?

AC: Uma das principais é preparar muito bem a pele. Uso mais cosméticos nessa etapa do que no make propriamente dito. Começo com bruma hidratante, depois passo um hidratante, entro com um sérum com ácido hialurônico (componente que traz viço e qualidade de imediato) e só então acrescento primer,

corretivo e base. Em geral, depois que faço o preparo e uma primeira correção, as clientes já ficam encantadas. Percebem que, quando há frescor e luminosidade, a pele precisa, na realidade, de pouquíssimo produto.

MCP/HM: E daí para frente, no que investe?

AC: Gosto de visual com glow, com transparência. De bases fluidas e com acabamento leve – a ideia é ter pele com textura de pele, não com aspecto de maquiada em excesso. De efeitos no olho que tragam cor ou brilho, mas com uma certa transparência – é uma boa ideia, por exemplo, utilizar iluminador dourado, rosado ou acobreado no lugar das sombras tradicionais. A partir desses elementos, vou agregando outros detalhes e personalizando o visual.

MCP/HM: E as clientes que sentam na sua cadeira, andam querendo o que?

AC: Elas estão abertas a experimentar nuances mais luminosas nos olhos e a trocar o esfumado exageradamente alongado pela marcação um pouco mais contida, mais elegante. Delineador continua sendo um sucesso, e permite muitas variações – inclusive a de agregar cor de uma maneira delicada, mais pontual. E cílios poderosos são um must.

MCP/HM: Quais são os maiores desafios para quem trabalha com maquiagem social?

AC: O primeiro é convencer suas clientes de que a maquiagem não deve ser para transformar, e sim para embelezar, para enfatizar o que ela já tem de melhor. O segundo desafio é desenvolver traços autorais. Hoje basta entrar no Instagram e fazer uma pesquisa rápida que a gente já encontra inúmeras ideias interessantes de look, muitos deles simples de ser reproduzir. Mas você precisa desenvolver o seu jeito de chegar a um bom resultado, ter a sua assinatura.

MCP/HM: Como?

AC: No início da carreira, eu fazia um exercício: tentar adivinhar quem tinha assinado a beleza de um editorial antes de checar os créditos. Quase sempre acertava. No caso do Duda Molinos, a pista era o uso belíssimo de cores. Do Daniel Hernandez, a limpeza e o frescor do conjunto. Do Max Weber, um cabelo com poder. Entendi a importância de se imprimir uma identidade, ainda que de forma sutil, ao trabalho, e fui criando a minha, que é entregar uma pele incrível, seja com mais, seja com menos cobertura. O bom profissional descobre quais são os seus pontos fortes e faz deles o seu cartão de visitas. ❌



Make Up For Ever Skin Booster



© GUSTAVO ARAIS

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

O pioneiro DUDA MOLINOS

— Ele foi o primeiro a trabalhar exclusivamente nos sets de foto e gravação, nos anos 80. Participou do Phytoervas Fashion, embrião dos SPFW, nos anos 90. Teve sua própria linha de maquiagem nos anos 2000. Descubra mais sobre a história desse gênio



Duda Molinos (@dudamolinos) foi o precursor do movimento que tirou os maquiadores e cabeleireiros dos salões para levá-los aos backstages dos desfiles, às gravações publicitárias e aos editoriais das revistas. E por isso é tido como mestre. Mas, mesmo cheio de talento e genialidade, o menino gaúcho que estudava Artes, em Porto Alegre, no início dos anos 80, não imaginava o que o aguardava...

ANOS 80 - QUANDO TUDO COMEÇOU

Eduardo Molinos já trabalhava aos 16 anos, mas não como maquiador ou cabeleireiro. “Eu estudava Artes, em Porto Alegre, e tentava me descobrir profissionalmente”, lembra. “A primeira tentativa foi fazendo a cenografia da ópera *Lo Schiavo* [O Escravo, em italiano], como assistente do diretor de cenografia, que era amigo do meu irmão. Quando o espetáculo acabou, disseram que meu desenho se adequaria bem em uma agência de publicidade (que na época não existiam computadores). Estagiei como paste up, mas não curti o ambiente. Então, trabalhei como vendedor na loja de roupas de um amigo. E tive meu primeiro contato com moda, entendi que havia uma indústria”. Em mais um intervalo entre trabalhos temporários, Duda fez amizade com jovens que frequentavam o salão underground Scalp. “O dono percebeu que eu não saía mais de lá e resolveu me dar uma aula de corte.” No dia seguinte, quando toda a equipe saiu para almoçar, chegaram dois clientes, uma mulher e um rapaz de 18 anos, a mesma idade de Duda. “Walter [o dono] sugeriu que eu cortasse o cabelo do rapaz, que queria um hit dos anos 80: aquele arrepiado em cima e mais comprido atrás. E eu topei.” Duda lembra que souou, se desesperou... E o moço, uma espécie de influenciador da

época, não só gostou (e continuou cliente) como passou a indicar amigos e amigas. “Eu comecei a trabalhar e logo virei a estrela do salão pequeno, de seis cadeiras. Em pouco tempo, tinha a minha própria. Ganhava dinheiro e passei a cortar o cabelo da alta sociedade gaúcha, mães e filhas.” Duda trouxe o fluxo dessas pessoas endinheiradas e chamou a atenção do melhor e mais tradicional salão da cidade, o Scissors. “O dono, amigo de Costanza Pascolato e Regina Guerreiro, quis me levar para lá. Eu disse que iria se ele, em seis meses, me levasse para São Paulo”. E eles foram, os dois. Aos 18, 19 anos, Duda ainda tinha pouca técnica, mas era extremamente criativo e disponível. “Na época, quando havia uma foto de um editorial, a modelo ia se arrumar no salão e depois retocava a própria maquiagem sozinha no set. Como eu não tinha mais nada para fazer, ficava lá, sem reclamar e ganhando pouco”, lembra. Foi o começo de uma era de muito trabalho em filmes publicitários, editoriais e catálogos. “Tanto que me perdi na contabilidade e acabei inventando a profissão de agente. Sugeri a uma amiga, a Angela, que cuidasse de mim e de alguns outros profissionais que estavam começando. Nasceu a Angel, que depois se tornou a First.”

ANOS 90 - NA PASSARELA

Em 1993, quando Paulo Borges criava o Phytoervas Fashion, que seria a sementinha do SPFW dos anos 2000, Duda estava lá. E ajudou a ajudar a construir a moda brasileira, coordenando a beleza de praticamente todos desfiles que aconteciam em um galpão no bairro da Vila Olímpia, em São Paulo. Assinou também os fashion shows dos grandes estilistas que estiveram no Brasil, como Vivienne Westwood, Clements Ribeiro, Paco Rabanne, Jean Paul Gautier, Christian Dior, Christian Lacroix e





Pierre Cardin. “Ainda nos anos 90, passei um ano trabalhando em Nova York, o que foi ótimo para ampliar meu leque de referências. Participei de desfiles, conheci fotógrafos, modelos. Mas o inverno chegou e eu decidi voltar para o Brasil, trabalhando ainda mais.” Até que em 1999 recebeu uma ligação da rede Globo para ter um quadro no programa de uma nova apresentadora, Ana Maria Braga. “Fiz um teste e gostei. A equipe tinha Gloria Kalil, Claudia Matarazzo, Carlos Heitor Cony. E eu tinha um quadro duas ou três vezes por semana. O programa tinha uma força enorme!”

ANOS 2000 - EMPRESÁRIO DA MAQUIAGEM

Tanta exposição rendeu um convite de escrever um livro pela editora Senac: Maquiagem DUDA MOLINOS (que continua sendo editado e vendido até hoje). “Como só podia divulgar o livro na Globo, eles me deixavam falar dele no programa. Tive uma divulgação incrível.” Pouco depois, Duda saiu da emissora mas continuou rodeado de famosos ao fazer a coluna de transformação da revista Quem Acontece, na qual maquiava um ator ou atriz para ele parecer outro personagem famoso. “Foi o primeiro grande boom do culto às celebridades. Passei a ser desejado por elas e a fazer muitos trabalhos”. Em 2006, em uma Feira de Negócios, foi convidado a ter sua linha de make pela Vult. Os produtos da Duda Molinos Make Up Studio eram premium. Não à toa a marca fez muito sucesso até 2014.

ANOS 2010 - VOO SOLO

Em 2015, abriu seu lab.dudamolinos (@labdudamolinos), no bairro de Higienópolis, em São Paulo,

para manter sua marca viva. Um espaço que além de salão de beleza, abriga palestras, consultorias e workshops, em dois pavimentos que somam 500 m2. “Hoje é tudo muito fugaz, da velocidade que a gente checa o feed de Instagram. Este é o meio de comunicação já que não há quase mais revistas. Venho de uma escola de preciosismo e tento adaptar essa nova realidade sem me violentar ou subverter meus princípios. Estamos na era da simplificação e de makes muito iguais, quase carimbadas, que qualquer garota de 16 anos consegue reproduzir. Ainda assim, é preciso criar uma plataforma com qualidade”, finaliza o mestre.

Ação de autoestima

Durante o Outubro Rosa, o Lab de Duda Molinos promoveu uma Oficina de Maquiagem para pacientes em tratamento de câncer. A ação é uma parceria dele, do Instituto Quimioterapia e Beleza, o Programa De Bem com Você – A Beleza contra o Câncer e do Instituto ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos). E a oficina, gratuita, tem o objetivo de melhorar a autoestima de mulheres com câncer, fundamental para o sucesso do tratamento. “Cuidar da beleza e da autoestima de quem está passando por um momento tão delicado é essencial”, diz Duda. As participantes foram presenteadas com um nécessaire de maquiagem para continuar aplicando as técnicas ensinadas em casa.











/ #BeautyManiacs

Duda Molinos







RESULTADOS COMPROVADOS EM FÓRMULAS BOTÂNICAS E VEGANAS.

Desenvolvida com ativos botânicos purificantes e tecnologia para devolver à pele elementos essenciais para sua vitalidade, a linha Dermocosméticos Inoar passou por estudos clínicos que comprovaram sua eficiência ao suavizar sinais, reduzir celulite e medidas e melhorar a qualidade da pele em até 80%.



O melhor: nenhum desses estudos foi realizado em animais. Da mesma forma, não há ingredientes de origem animal em nenhuma de nossas composições. Assim, você cuida da beleza, sem agressões à vida.



www.inoar.com

[f](#) [@](#) [▶](#) [t](#) inoarbrasil

INOAR

INSPIRADA EM VOCÊ

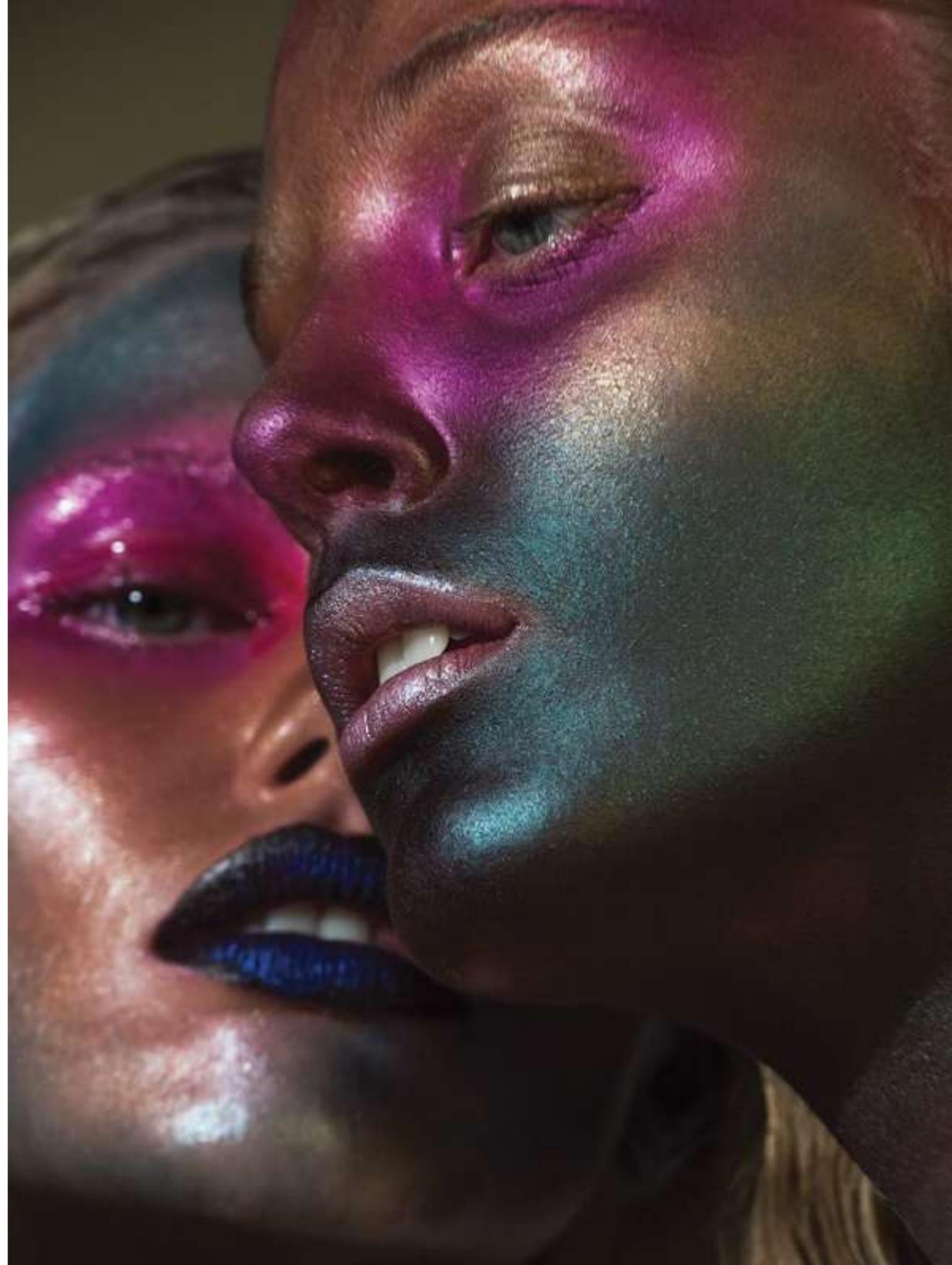


Edu Hyde (@eduhyde)

APRESENTA

COVER #18

Deise Garcia



“

Eu confesso que não tenho medo de errar e acho que isto, de certa forma, me dá segurança na hora de desenvolver uma maquiagem. Tenho o dom de desenhar e da pintura desde que me entendo por gente, então, erros e acertos fazem parte da vida.”

O QUE TE INSPIRA PARA CRIAR? O universo em si, a natureza, as viagens que faço. Todas as experiências me estimulam, vou muito em exposições e sou fascinado pelo universo da arte e seus autores.

E PARA ESTE SHOOTING, QUAL FOI SEU PONTO DE PARTIDA? Ele teve um pouco de inspiração do Gustavo Klimt, um artista que gosto bastante e que pinta muito as mulheres em suas telas. Deixei a minha intuição fluir juntamente a luz. A expressão das meninas contribuiu muito também.

COMO VOCÊ SELECIONA SUAS IDEIAS? COMO SABER O QUE VAI DAR CERTO E O QUE NUNCA VAI ROLAR? Eu confesso que não tenho medo de errar e acho que isto, de certa forma, me dá segurança na hora de desenvolver uma maquiagem. Tenho o dom de desenhar e da pintura desde que me entendo por gente, então, erros e acertos fazem parte da vida. Costumo falar que nós, maquiadores, somos meio alquimistas, por isso acho que tudo é permitido: elementos, composições, experimentos, tudo vale!

UM SONHO A REALIZAR... Ter meu próprio livro e uma escola de beleza. Quero muito!

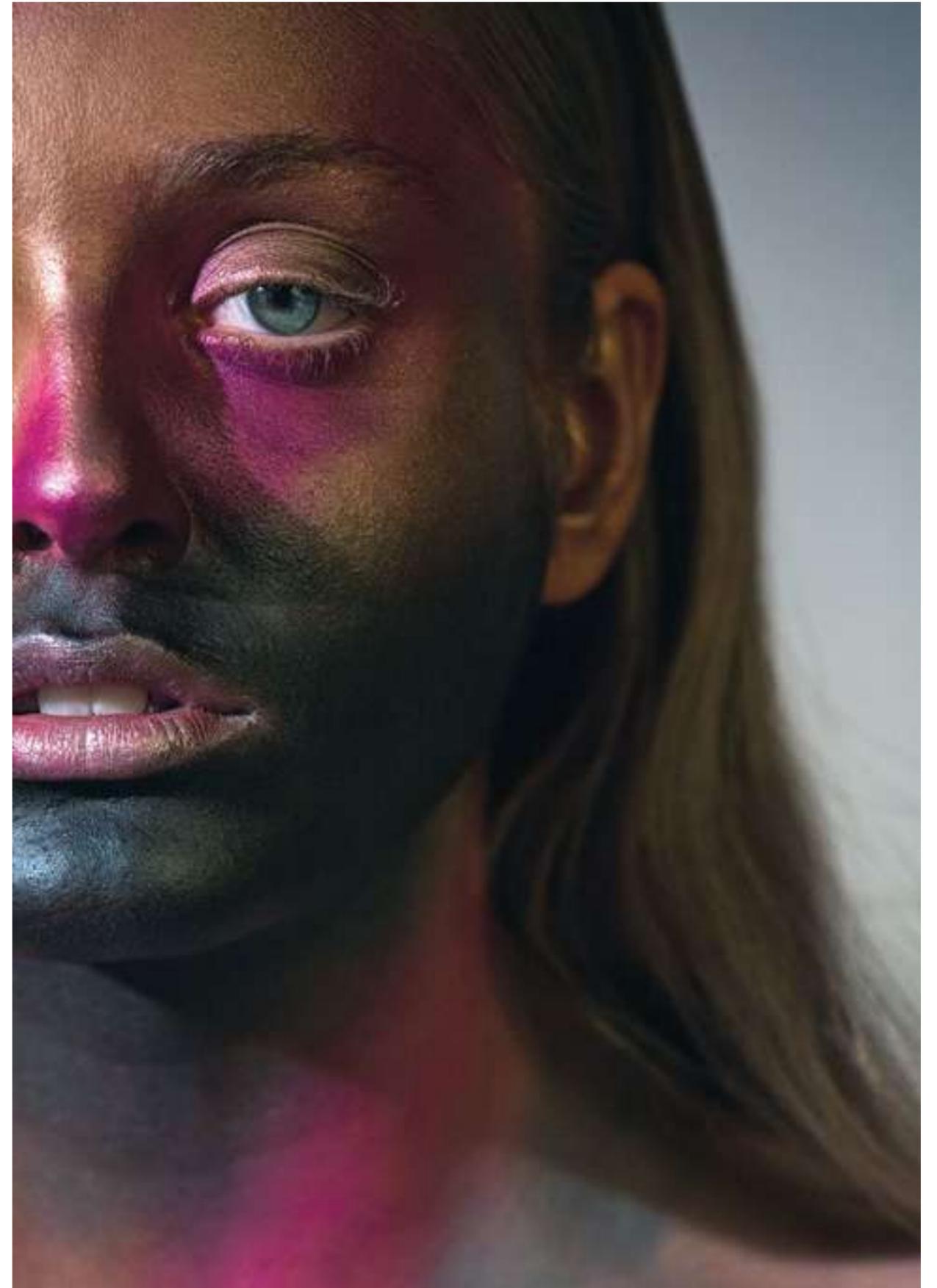
UM ARREPENDIMENTO PARA USAR COMO APRENDIZADO... Na época da faculdade (cursei moda na Belas Artes SP) eu e 2 colegas fizemos um trabalho, que era desenvolver coleção para pequenas empresas. Foi bom, mas durou pouco porque não fomos precavidos e fizemos tudo sem contrato, apenas acordo verbal. Com isso, tive prejuízos que comprometeram um semestre dos meus estudos. A mãe de uma grande amiga me orientou e me deu um lição para a vida: documente tudo!

UMA REFERÊNCIA (PODE SER PESSOA, LUGAR, PEÇA DE ARTE...) Chico Xavier

5 COISAS SOBRE VOCÊ QUE NINGUÉM SABE E QUE VOCÊ ENTREGA AGORA PARA A HM EM REVISTA...

1. Eu tenho o sonho de assinar uma coleção de roupas.
2. Quero ter 2 filhos, um casal.
3. Pretendo viver minha velhice como dono de uma pousada em alguma praia da minha Bahia.
4. Se conseguir estudar de novo, farei gastronomia.
5. Desejo abrir um restaurante... sou como todo geminiano: quer fazer e FAZ mil coisas!







Nick Posley: *segredos de um educador*

O maquiador americano que se destacou ensinando suas técnicas a outros especialistas fala sobre carreira e a importância de se investir em autoaprimoramento



Um dom natural e uma série de oportunidades sucessivas acabaram definindo a trajetória do make-up artist Nick Posley. Mas, apesar de o acaso ter dado uma certa mãozinha na sua carreira, não é nele que o expert confia ao tomar suas decisões profissionais. “Ser um maquiador de destaque exige persistência e muito trabalho, além de uma preocupação constante em se aperfeiçoar”, defende o artista americano, referência entre outros maquiadores pela execução primorosa ao maquiar a pele e ao trazer a tona a beleza de cada mulher. Em sua passagem por São Paulo em meados de novembro passado, Nick conversou com a HM sobre seu percurso, suas experiências na área e sobre o que aconselha a quem pensa em fazer da maquiagem o seu projeto de vida. A seguir, os highlights da entrevista.

HM / Antes de ser maquiador, você era artista gráfico, não era? Como aconteceu a transição entre uma especialidade e outra?

NICK POSLEY / Sim, minha área de atuação inicial era a de belas artes. Dividia essa paixão com meu irmão, Gerald Posley, e com meu melhor amigo, Allen Addington – nós três crescemos juntos e nos tornamos artistas autodidatas mais ou menos na mesma época. Minha especialidade eram os desenhos, em especial os feitos a lápis. Mas, depois de um tempo, Alan deixou as artes de lado para se tornar cabeleireiro e eu me vi convivendo com ele em um novo ambiente, o dos salões. Me encantava o processo de transformação que ele realizava em suas clientes e também o fato de elas saírem com uma postura mais forte, mais confiante, de sua cadeira. Ele operava uma verdadeira magia em sua autoestima! Aquele processo passou a me atrair e fiquei obcecado pela relação entre as artes, a moda e a beleza. Me dedicar a isso era uma questão de tempo.

Chegou a considerar ser cabeleireiro, como Alan?

Nunca achei que esse era o caminho reservado para mim, apesar de admirar e respeitar muito os hair stylists. Eu queria fazer alguma outra coisa, e foi o próprio Alan quem abriu meus olhos para a possibilidade de investir em maquiagem. “Em seus desenhos, vislumbro um cuidado com os detalhes e uma habilidade de harmonizar as cores que tem tudo a ver com make-up”, ele me disse. E, para me estimular, me deu de presente sombras, pós e pincéis. Comecei a

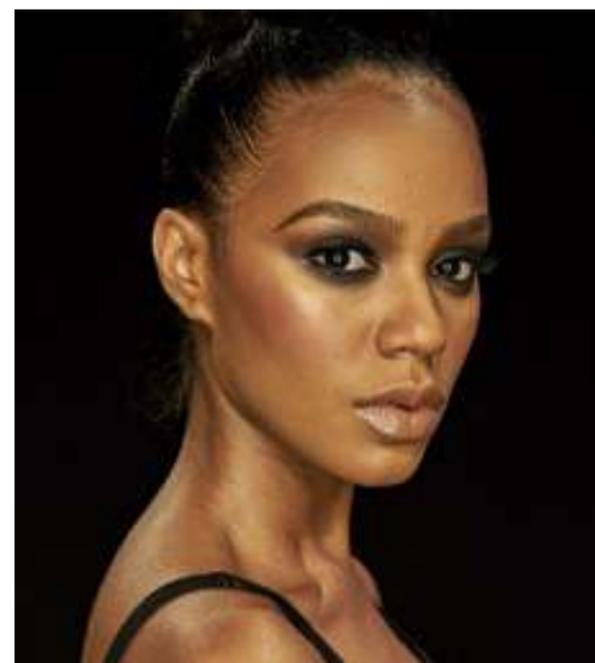
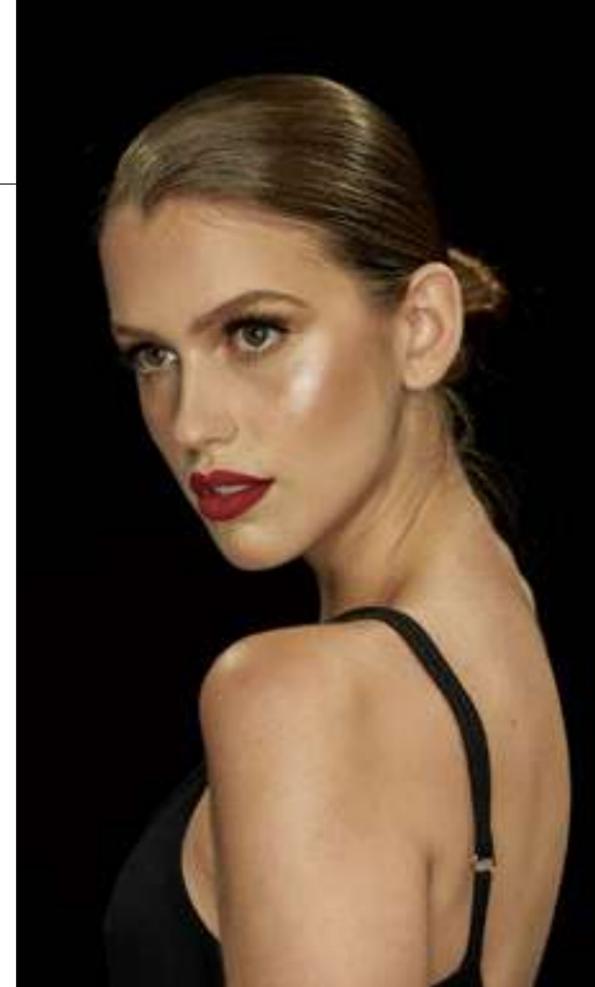
praticar em minha mãe e em todas as mulheres que estivessem por perto. Minhas pinceladas passaram a ser em canvas vivos e acabei me apaixonando definitivamente por esse processo.

Há quanto tempo você maquia profissionalmente?

Vinte anos, mais ou menos. No começo, fazia maquiagem social, muitas noivas, alguns editoriais... As pessoas começaram a me conhecer por meio das indicações boca a boca e fui crescendo a partir disso. Em 2009 resolvi enfrentar o desafio de me mudar de Chicago, onde vivia e era artista MAC Cosmetics, para Nova York. A meta era reescrever a minha história nessa cidade. Cheguei com a mochila nas costas e muita vontade. Fui maquiador em grandes lojas por quase um ano – em estandes da própria MAC e de outras marcas reconhecidas, como a Shu Uemura –, enquanto começava a formar uma nova clientela, e depois passei a trabalhar só como freelancer.

Não gostou da experiência?

Pelo contrário, gostei muito. A oportunidade de maquiagem mulheres de todas as idades, com estilo pessoal, cor e tipo de pele os mais variados, é valiosíssima, uma verdadeira escola de beleza. Cheguei até a ser convidado para me tornar treinador de algumas dessas grifes. Mas, naquele momento, já percebia que fazer marketing para grandes empresas não era o meu propósito. Eu queria criar minha própria marca, ter o meu percurso particular.



“A maquiagem tem um quê de encantamento, mas abusar dos feitiços anula a humanidade da pessoa que você está maquiando. Preserve sempre a personalidade, aquilo que cada mulher tem de especial”

62

Foi nessa época que começou a pensar em dar aula?

Posso falar a verdade? Eu não tinha uma ideia muito clara de que dar aulas de maquiagem era o meu futuro. Esse caminho foi se apresentando naturalmente. Quando cortei o vínculo com as grandes lojas e comecei a fazer mais freelancers – em publicidade, em editoriais – e a ter minha nova clientela particular, começou a surgir a demanda para que eu ensinasse minhas técnicas. Durante os shootings, colegas me perguntavam se eu dava workshops. E clientes me pediam que dividisse dicas com elas. Os outros perceberam primeiro que eu tinha talento para ensinar. Eu mesmo só fui entender isso um pouco depois.

Como é a sua agenda hoje em dia?

Ainda faço editoriais e publicidade e atendo clientes privadamente, mas grande parte da minha agenda é preenchida com cursos e workshops. Dou aulas no meu estúdio próprio, em Nova York, em todo o território americano e em vários destinos internacionais. Esta é minha segunda vinda ao Brasil, por exemplo [Nick já esteve aqui em 2014, para dar treinamento com os equipamentos de airbrush Temptu Air]. Ensinar é uma experiência riquíssima para mim, então venho me dedicando bastante à essa atividade.

O que os profissionais de beleza mais querem aprender com Nick Posley?

Minhas técnicas de construir uma pele perfeita. Minha atenção com detalhes, que faz toda a diferença no resultado final. Como chegar à fusão perfeita entre produtos e texturas e como customizar cores – sou reconhecido por maquiar bem todas as nuances e todos os tipos de pele. E, por fim, os segredos para criar uma maquiagem atemporal.

E quais são eles?

O principal é se apropriar das trends sem criar uma maquiagem obrigatoriamente trendy. As sombras violetas estão na moda? Pense em como aquilo pode ser incorporado ao visual de uma maneira orgânica e elegante – a partir de uma camada translúcida da cor, por exemplo. Se você pensar e agir dessa forma, sem ser refém das tendências, vai elaborar looks que serão incríveis mesmo daqui a cinco ou dez anos.

Alguma outra dica prática para imprimir qualidade no que se faz?

Não abusar dos truques na hora de produzir a sua cliente. A maquiagem tem um quê de encantamento, mas abusar dos feitiços anula a humanidade da pessoa que você está maquiando. Preserve sempre a personalidade, aquilo que cada mulher tem de especial. Aliar a sua magia à essência de cada cliente é o que vai fazer de você um profissional diferenciado.

Algumas coisas no seu percurso aconteceram por sorte, por uma pitada do acaso. Mas o que pode ser previsto e realizado com consciência no desenvolvimento da carreira do maquiador?

Tive um pouco de sorte, sim, mas trabalho duríssimo para me manter no topo. Minha ambição sempre foi me tornar um avatar no meu campo de atuação – queria ser reconhecido pela qualidade do que faço. E investi muito para conquistar esse posto. Fiz assistên-



cias para grandes mestres, como Sam Fine [maquiador que é referência em beleza morena e negra – Tyra Banks, Macy Gray e Halle Berry são algumas de suas clientes]. Treinei muito. E invisto em aprendizado até hoje. Não é porque dou cursos que deixo de frequentá-los. Acabei de voltar de uma semana intensiva de aprendizado em Portland, um meeting organizado pela educadora Erica Carr. Dei o meu workshop e depois frequentei as aulas de várias colegas. Isso é importantíssimo, não deve ficar de lado jamais!

Por que motivo?

Maquiadores que se acomodam perdem espaço no mercado. Tudo o que não evolui acaba morrendo com o passar do tempo. Quando você se alimenta de informação, ao contrário, só cresce. Mesmo quem está no auge pode ter insights incríveis vendo outro maquiador em ação. E ainda pode receber dicas que não têm relação com a maquiagem em si, mas sim com a condução da carreira. Ouvir alguém falando sobre seus próprios erros pode alertar sobre armadilhas que eventualmente venha a enfrentar mais a frente.

Algum outro conselho antes de encerrarmos nossa conversa?

Tenho dois. O primeiro é entender quais são os seus principais talentos e se cercar de pessoas que os enxerguem e que acreditem neles. O segundo é nunca deixar de investir no contato pessoal, na relação que você desenvolve com clientes e com outros experts. Trocar cartões de visita e aparecer nas mídias sociais é ótimo, mas nada substitui o boca a boca. Quem gosta daquilo que você faz vai acabar divulgando a sua expertise – e de uma forma muito mais eficiente.



63



BOB ESPONJA

Elas são lindinhas, coloridas, charmosas, tecnológicas e podem fazer TODA a diferença na hora de maquiar. Desde que você saiba exatamente como e quando usar ... Na dúvida? Informações preciosas aqui!





Elas são hit nas redes sociais e realmente fazem diferença na maquiagem. As esponjas são ótimas para aplicação de base, corretivo, na hora de fazer contorno... Cada modelo tem sua função. E o que é melhor: podem ser usadas em qualquer tipo de pele, jovem ou madura. “Esponjas ajudam tanto as peles oleosas, para evitar que a maquiagem fique pesada, quanto as secas, porque não fazem microesfoliação, uma vez que a forma de aplicação é dando batidinhas”, fala a maquiadora e visagista Julia Velasco (@juliavelasco-beauty), de São Paulo. “No geral, elas são indicadas na aplicação de produtos cremosos e líquidos. Mas podem ser usadas também para passar pó translúcido embaixo dos olhos, por exemplo”, diz Julia.

O QUE SÓ A ESPONJA FAZ

“O principal benefício é que a esponja deixa a maquiagem com a textura mais natural e você consegue realmente depositar a base na pele de uma forma que o produto não apareça” diz o beauty artist Alex Cardoso (@alexcardoso), de São Paulo. “O maquiador é capaz de garantir alta cobertura para base em imperfeições da pele, como manchas e cicatrizes. Basta ir depositando com a esponja para ter alta cobertura”, continua ele. Para Julia, a grande vantagem é tirar o excesso de produto na medida. “Ela deixa a pigmentação e elimina o ex-

cesso que poderia deixar o look carregado com o passar do tempo”, explica a visagista. “Se for usá-la para passar a base, por exemplo, coloque o produto antes nas costas da mão, para só então molhar na esponja. Passar o produto diretamente sobre o acessório gera desperdício!”, complementa.

CADA UMA, CADA UMA

A grande vantagem da esponja – e o que você deve procurar – é maciez e alta absorção. Aí, ela tira somente o excesso de óleo do produto. “O ideal é preferir esponjas macias às duras”, indica a maquiadora. O lado ruim? Elas precisam ser rigorosamente higienizadas. “Como ela absorve o produto, deve ser muito bem limpa e trocada regularmente para não acumular bactérias e causar problemas de pele.”

GUIA DE FORMATOS E FUNÇÕES

- ▶ Esponja em disco é ideal para aplicar base. Umedeça para uma cobertura mais suave.
- ▶ Esponjas em 3D são excelentes para aplicar produtos cremosos e líquidos. São ótimas para esfumar e fazer o produto “assentar” na pele.
- ▶ Esponjas de silicone são ótimas para aplicação de produtos líquidos ou cremosos como bases, corretivos, blushes e iluminadores.
- ▶ Esponjas em gota são feitas para facilitar a aplicação de produtos cremosos e líquidos em cantinhos de difícil acesso.





COMO USAR DIREITINHO

As esponjas são feitas com material hidrófilo, que absorve bastante água. “Dá pra usar de duas formas: seca e molhada. Mas o ideal é usar molhada, porque como ela absorve água na hora que umedece, e então absorve menos produto de maquiagem. Assim você consegue economizar o produto e dar uma cobertura natural para a maquiagem, seja ela uma leve ou alta cobertura”, fala Alex. O formato “coxinha” ou “gota”, que é o mais tradicional, é ótimo para depositar produto em todas as áreas do rosto. “A parte fininha, que é o bico da esponja, alcança áreas menores como o canto interno dos olhos, olheiras e lateral do nariz. Já a parte de baixo, a base, serve para trabalhar áreas maiores e depositar quantidade maior de produto”, indica o beauty artist.

QUANDO ELA FAZ TODA A DIFERENÇA

Ela faz muita diferença para quando você precisa dar alta cobertura para cobrir uma mancha. “Isso porque você consegue depositar bastante produto sem deixar resquícios. Se fizer com um pincel, sempre vai imprimir as cerdas do pincel. Com a esponja isso não acontece, deixando a pele com aspecto natural”, diz Alex. Já Julia usa o acessório para eliminar os excessos. “Aplico os produtos cremosos com o pincel para garantir cobertura perfeita e depois tiro o excesso com a esponja úmida apenas pressionando. Faço isso em todas as etapas de produtos líquidos ou cremosos que aplico, com destaque para aplicação de base em pele seca e eliminar excesso do corretivo das olheiras e linhas finas, para não craquelar”, fala Julia.

FAXINA GERAL

“A higienização dos pincéis e das esponjas que auxiliam na aplicação da maquiagem é fundamental para a saúde da pele, pois estas ferramentas acumulam resíduos ao longo do tempo, como restos dos produtos e poeira”, explica a dermatologista Thais Pepe, membro da Sociedade Brasileira de Dermatologia e da Academia Americana de Dermatologia, de São Paulo. “Contaminados, estes instrumentos, além de alterarem textura e cor da maquiagem, podem causar alergias, irritações e dermatites na pele. E também contribuirão para a formação de cravos e espinhas.” O ideal é sempre limpar as esponjas após o uso ou, pelo menos, a cada duas semanas se o uso é exclusivamente pessoal. Você vai precisar de shampoo de pH neutro, ou sabonete bactericida e água corrente. Esfregue até ver todo o excesso de produto saindo. E, na hora de guardar, escolha um local limpo e fechado, para não acumular pó ou entrar em contato com objetos sujos como celular e carteira. “Mas tomar cuidado para não armazená-la úmida, para não mofo”, alerta Julia. De quando em quando, você vai precisar trocar a esponja. “É bacana trocar é quando você ver que ela começa a esfarelar, que a criar fissuras e rachar”, finaliza Alex.



As esponjas nossas de cada dia



ESPONJAS BLENDING COM CABO, RK BY KISS.

Ótimas para quem não quer deixar resíduos nas mãos, as esponjas com cabo estão disponíveis nas versões Redonda, perfeita para aplicação de produtos na maçã do rosto, e Miracle, ótima para a finalização de contornos da face e coberturas de imperfeições.



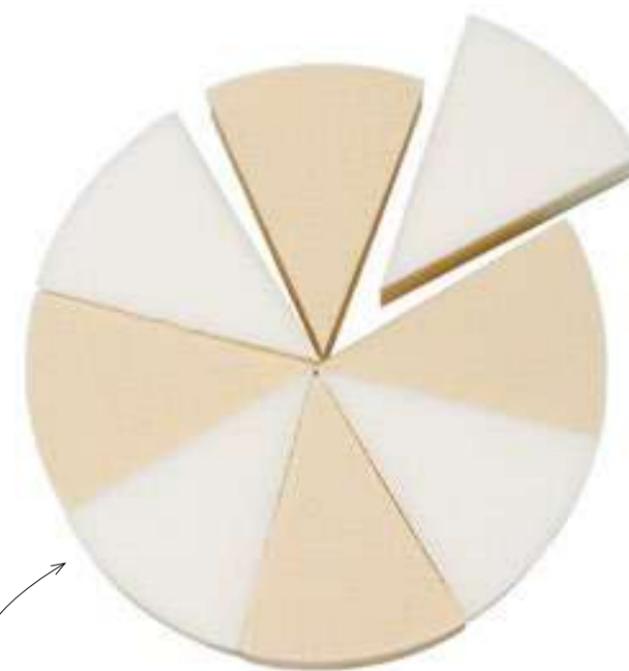
BLACK SPONGE, KLASMÊ.

100% livre de látex, textura extra macia e formato anatômico, garante acabamento perfeito.



PRO PERFORMANCE SPONGE, MAC.

Esponja projetada para permitir a aplicação precisa e a mistura de fórmulas líquidas ou cremosas em áreas do rosto de difícil acesso. Não contém látex.



ESPONJA DEDIGNER 555, BELLIZ.

Formato triangular que permite alcançar o canto dos olhos e nariz. Ideal para aplicação e remoção de maquiagens a base d'água.



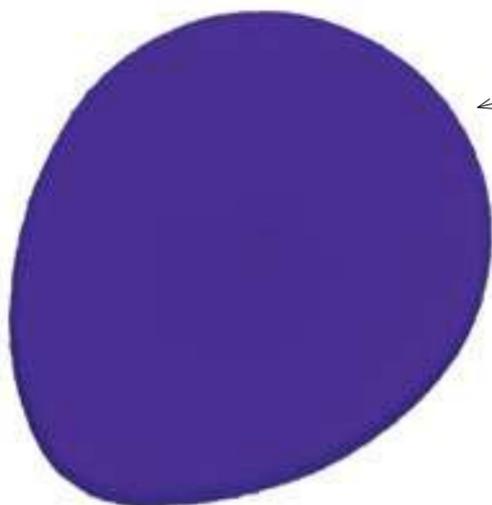
KIT DROP BLEND, OCÉANE.

Três esponjas de maquiagem de tamanhos diferentes, feitas de espuma flexível e livre de latex. Para aplicar maquiagem sem deixar marcas e não desperdiçar produto.



PINCEL ESPONJA CORRETIVA, DAILUS COLOR.

Para aplicação de make líquida e cremosa como bases, corretivos, blushes e iluminadores.



ESPONJA DROP 1838, RICCA.

Ideal para maquiagem a base de óleo, silicone ou água.



SPONGE, LAURA MERCIER.

Aplica qualquer produto de textura cremosa e líquida, principalmente bases. Deixa um acabamento perfeito e é hipoalergênica.



ESPONJA DE SILICONE, MARCO BONI.

Para aplicação de make líquida e cremosa como bases, corretivos, blushes e iluminadores.

#OndeEncontrar

DAILUS, (11) 2227-3333, sac@dailus.com.br, @dailus
 LAURA MERCIER, 0800148023, @lauramercier
 OCÉANE, (11) 3716-1664, e-mail: atendimento@oceane.com.br, @oceane
 MAC 08008921695, www.maccosmetics.com.br, @MACCOSMETICSBRASIL
 KLASMÊ, sac@klasme.com, www.klasme.com, @klasmecosmetics
 RK BY KISS, 0800148023, @rubykissescosmetics
 MARCO BONI, 0800 772 44 33, sac@marcoboni.com.br,
 www.marcoboni.com.br, @marcobonioficial
 BELLIZ, 0800-770-3200, @bellizcompany
 RICCA, 0800-770-3200, @mundoricca

MAQUIADOR PROFISSIONAL

Para quem pretende se profissionalizar na arte das cores e pincéis existem diversas escolas espalhadas pelo país. A escolha depende dos recursos financeiros, disponibilidade de tempo e, claro, o objetivo que deseja atingir. Há cursos livres, de capacitação, graduação e especialização. Aqui, alguns dos melhores!

CARMEN CAGNONI / DIVULGAÇÃO

Não há exigência de determinada formação para ingresso na profissão, portanto, o aprendizado rápido, com certificação, já permite trabalhar em salões de beleza ou no atendimento em residências e empresas, mas vale ressaltar a boa formação como base de um ótimo trabalho. “Ela dá segurança graças à confiança no aprendizado sólido, com horas de prática e uma rede de ajuda. O profissional informado e bem formado irá se apresentar melhor, também entregará um trabalho de mais qualidade, pois desenvolveu olhar apurado e entendimento dos produtos e seus efeitos. Ele também saberá comprar melhor, entender de fórmulas, tornando-se um profissional de beleza mais completo, com convicção e repertório”, defende Vanessa Rozan, umas das beauty artists mais qualificadas do país e sócia-fundadora do Liceu de Maquiagem, em São Paulo.

Ciente da importância da capacitação, como escolher um bom local de aprendizado? “Pesquise bem antes de se matricular. Converse com pessoas que trabalham na área. Cursos rápidos não fazem milagres: é preciso prática para aperfeiçoar a técnica.

Uma vez aprendida e treinada, aí sim valem os cursos curtos, de atualização. Faça a conta do valor da hora/aula e compare as grades curriculares”, ensina Vanessa. E para quem reside em cidades pequenas, nas quais não há opções, de acordo com a equipe de Cursos/Marketing da Catharine Hill, “o mercado de trabalho a cada dia está mais exigente, por isso é importante selecionar atentamente para qualificar-se e obter o sucesso que almeja. Uma opção é pesquisar se as escolas renomadas oferecem curso de formação à distância (EAD) ou presenciais de finais de semana, por exemplo, que possam se encaixar no estilo de vida de cada um, obtendo o suporte necessário para o investimento trazer resultados”. É importante entender, também, que todo curso gera um certificado dependendo da carga horária e do conteúdo - os chamados livres conferem documento de participação naquele determinado curso (segundo a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo, os cursos livres não conferem títulos, isto é, os órgãos que regulamentam profissões não reconhecem os cursos livres como habilitação para tal). A seguir, listamos algumas instituições de renome e qualidade para lhe ajudar na escolha. Bom aprendizado!





SENAC

São Paulo (SP) e diversas cidades do Brasil
(600 unidades escolares)

CURSO LIVRE MAQUIADOR

► **Proposta:** capacitar profissionais para criar e re-
alizar maquiagens de embelezamento para eventos
sociais, fotos, passarela, televisão e cinema, criando
uma composição estética harmônica por meio de
técnicas e produtos adequados, além de princípios de
visagismo e conceitos de arte, moda, estilo e beleza.

► **Carga horária:** 160 horas.

► **Pré-requisitos:** idade mínima: 16 anos e ensino
fundamental 2 incompleto.

► **Certificação:** qualificação profissional de maqui-
ador, com validade nacional.

Segundo Tatiana Putti, coordenadora da área de
moda do Senac São Paulo, os professores são atu-
antes no mercado de beleza profissional. “Possuímos
uma infraestrutura adequada que permite aos alunos
aplicarem as práticas educacionais necessárias para
desenvolver as competências propostas nos cursos.
O conteúdo é completo, abordando de biosseguran-
ça, precificação, tendências, visagismo até as técnicas
para maquiagem. A metodologia de ensino trabalha pro-
jetos e possibilita a aproximação da escola ao merca-
do de trabalho.” O Senac SP oferece, também, cursos
de Maquiador Cênico (carga horária: 160 horas; idade
mínima 18 anos; ensino fundamental 2 incompleto)
e Maquiagem para Imagem em Alta Definição (carga
horária 30 horas, é preciso ter experiência profissio-
nal na área de beleza; idade mínima 18 anos e estar
cursando – ou ter finalizado – o ensino médio).

► **Informações sobre novas turmas:**

www.sp.senac.br ou www.senac.br para acessar
a unidade de sua cidade (pode haver diferenças
nos cursos de cada unidade).



© KELLY FERNANDA MELO



LICEU DE MAQUIAGEM

São Paulo (SP)

CURSO FORMAÇÃO PARA MAQUIADOR PROFISSIONAL

► **Proposta:** na grade curricular, teoria das cores,
tipos cromáticos, ciência da pele, técnicas de luz e
sombra, formato de rosto e olhos, história da maqui-
agem, criatividade, moda, maquiagem social e maqui-
agem para fotografia e HDTV. As aulas são ministradas
por grandes nomes do cenário nacional, como Vane-
ssa Rozan, Vito Mariella e professores e assistentes
formados pelo Liceu. Os alunos são orientados a le-
varem seu próprio material, porém o curso prevê em
seu investimento o uso de produtos e equipamentos
para as aulas, como bases, pós, pincéis etc.

► **Carga horária:** 124 horas, com duração de 4 meses
(turmas pró-noturno, diurno e modular).

► **Pré-requisitos:** já atuar na área.

► **Certificação:** maquiador profissional.

Para Vanessa Rozan, sócia-fundadora e professora do
Liceu, “somos o primeiro modelo de escola de beleza
no Brasil que alinha profissionais altamente qualifi-
cados e inseridos no mercado de moda, em constante
atualização de tendências e novas técnicas. Ao mes-
mo tempo, o Liceu funciona como salão de beleza, o
que nos garante um aprendizado constante sobre o
que desejam os clientes. Nossa escola formou a maior
parte dos atuais maquiadores e treinadores em des-
taque nas grandes marcas de maquiagem, elevando o
nível da categoria e preparando profissionais melho-
res para o mercado de beleza. Somos considerados
uma das melhores instituições de ensino de beleza do
país porque amamos o que fazemos, somos experts
em beleza e em descobrir a beleza do outro. Treina-
mos e formamos profissionais para atuar no mercado
com aquilo que mais amam fazer: maquiagem”.

► **Informações sobre novas turmas:**

liceudemaquiagem.com.br; @liceudemaquiagem





76

CATHARINE HILL

São Paulo (capital e interior) e pontos de venda do Brasil

CURSO PROFISSIONALIZANTE DE MAQUIAGEM

► **Proposta:** voltado aos profissionais que buscam inicialização na área da maquiagem social. Com teoria centralizada e aulas práticas abrangendo todas as etapas da maquiagem, ensina técnicas atuais e usuais para uma pele perfeita. Aborda mercado de trabalho, oportunidades dentro do mercado, tendências e fontes da moda, colorimetria para maquiagem, temperatura das cores, cuidados com a pele, polimentos e acabamento, técnica de esfumados horizontal com delineado de acabamento grosso esfumado, finalizações e fixação da maquiagem etc.

► **Carga horária:** 32 horas (5 dias).

► **Pré-requisitos:** 15 anos e ensino fundamental completo.

► **Certificação:** maquiagem profissional.

A escola oferece outras opções específicas, como Especialização em Olhos (32 horas), A Arte de

Maquiar Noivas (21 horas), Especialização para Maquiagem Fotográfica (32 horas), Especialização Avançada (32 horas), além de Penteados para Maquiadores, módulos I e II (7 horas). Há também especializações máster em Pele Madura, Pele Negra, Delineados, Blending, Contornos, Efeitos Especiais e Desenvolvimento de Croqui Face Chart, todos com duração de 7 horas. “Para escolher o melhor curso é muito importante que o profissional tenha definido o seu objetivo de aprendizado a fim de alinhar suas expectativas ao conteúdo. Entender o curso, conversar com um profissional da área e visitar os centros acadêmicos ajudam também na hora da decisão. Uma escola renomada na área influencia muito no aprendizado e nas oportunidades de mercado. O ideal é sempre aliar a escolha do curso com as possibilidades profissionais do mercado para construir um plano de carreira satisfatório”, recomenda a equipe de Cursos/Marketing da Catharine Hill.

► **Informações sobre novas turmas:** portal.catharinehill.com.br; @catharinehilloficial



INSTITUTO EMBELLEZE

Diversas cidades do Brasil (são mais de 300 unidades)

CURSO MAQUIAGEM PROFISSIONAL

► **Proposta:** para quem pretende ingressar na carreira, ou já atua na área e deseja aumentar sua carteira de serviços, oferece metodologia de ensino e de exposição de conteúdo que agilizam o aprendizado. Na grade curricular, maquiagem e culturas, a história da maquiagem, o conceito maquiagem, mercado de atuação, o profissional maquiador, postura física, como conquistar os primeiros clientes, introdução ao visagismo, além de todas as técnicas para trabalhar a pele, conhecer os cosméticos e as várias criações, como social, noivas, passarela, fotografia em preto e branco e em alta definição, homens etc.

► **Carga horária:** 88 horas de duração (5 meses e meio).

► **Pré-requisitos:** ensino fundamental completo; 14 anos no mínimo.

► **Certificação:** certificado de formação profissional reconhecido em todo território nacional.

Bruna Peresin, analista de produtos do Instituto Embelleze, ressalta que os professores são extremamente capacitados e reconhecidos no mercado. Dessa forma, conseguem, além de ensinar, atuar na área seja em salões de beleza ou em atendimento a domicílio. “O Instituto Embelleze não forma somente profissionais na área da beleza, mas também transforma vidas. Temos diversos alunos que encontraram no setor a vocação profissional, o sonho de ter o negócio próprio, a oportunidade de retornar ao mercado de trabalho. A sala de aula vai muito além do que somente transmitir uma técnica, nós proporcionamos a realização de sonhos por meio da carreira de sucesso. Foi dessa maneira que atingimos o número de 350 unidades e 2 milhões de alunos formados em todo o Brasil”, qualifica. Há previsão de lançamento, em 2019, do curso de Maquiagem Avançada no qual o aluno poderá especializar-se em maquiagem HD, com o uso do airbrush, e maquiagem artística e efeitos especiais, para circo, teatro, cinema e TV.

► **Informações sobre novas turmas:** www.institutoembelleze.com/porta; @iembellezeoficial



77



78

ESCOLA MADRE

São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ)

CURSO MAQUIAGEM PROFISSIONAL INICIANTE - FIRST STEPS

► **Proposta:** visa quem deseja iniciar na carreira ou conhecer mais profundamente as técnicas básicas da elaboração e execução de uma maquiagem perfeita. Aborda desde a estrutura e os cuidados da pele até as principais técnicas e produtos disponíveis para se tornar um maquiador criativo e eficiente, enfatizando desde a estrutura e os cuidados com a pele até as principais técnicas e produtos disponíveis. O time de educadores conta com experts reconhecidos na área, como Jo Portalupi, Ket Heliara, Dani Castro, Bel Luscher, Camila Irala, Cíntia Fonseca, Letícia Pimentel, Priscila Luna e Kamila Hee. Além deles, Letícia Dare e Thiago, fotógrafos, ministram uma aula especial de maquiagem para fotografia. No currículo completo há aulas sobre

pincéis, colorimetria e primers, luz e sombra, pele madura, entre outras. O valor do curso inclui todo material necessário para as aulas, além de treinos a parte e master classes.

► **Carga horária:** 45 horas

► **Pré-requisitos:** idade 16 anos.

► **Certificação:** maquiador profissional.

A escola foi criada por Simone Barcelos, especialista em maquiagem e pós-graduada em Cosmetologia Aplicada à Estética. Hoje, ela coordena os cursos e é treinadora de beleza da The Beauty Box, além de integrar o time de consultores do evento Senac Moda e Informação e ser palestrante da Hair Brasil. A Madre oferece outros cursos para quem já atua no setor, como Maquiagem Avançada, Cosmetologia para Maquiadores (focado em desenvolvimento de produtos); Especialista em Delineador, Especialista em Pele Iluminada, Especialista em Olhos Esfumados.

► **Informações sobre novas turmas:**
www.escolamadre.com; @escolamadre



INSTITUTO PAYOT

São Paulo (SP)

CURSO MAQUIAGEM PROFISSIONAL

► **Proposta:** refinar a percepção e a criatividade, desenvolvendo uma visão detalhista de valorização do rosto através de noções de visagismo. Aborda cuidados essenciais com a pele, cosmetologia direcionada, harmonia de cores, estética das sobrancelhas e cílios, maquiagem específica para diversas faixas etárias, maquiagem étnica, camuflagem, foto, vídeo, social, noiva, noivos, daminhas e debutantes.

► **Carga horária:** 96 horas – de 2 meses e meio (aulas todos os dias) à 4 meses (aula uma vez por semana).

► **Pré-requisitos:** idade mínima 16 anos e ensino fundamental.

► **Certificação:** Ao final do curso, o aluno terá o certificado profissionalizante de maquiagem.

Mais do que uma fábrica de cosméticos de reconhecida credibilidade nacional, a Payot, paralelamente à sua ampla linha de produtos, mantém, desde 1953, a Escola Payot para formar profissionais, habilitados a ingressar no competitivo mercado de trabalho, atualmente em pleno desenvolvimento.

► **Informações sobre novas turmas:**
www.payotprofissional.com.br; @payotescola



79



BEAUTY4SHARE

São Paulo (SP)

CURSO MAKEUP PRO 1 - CURSO DE MAQUIAGEM PROFISSIONAL BÁSICO

► **Proposta:** curso extensivo com todas as técnicas básicas fundamentais, desde preparação da pele e maquiagem social até fotografia e passarela. Conta com um time de superprofissionais, como Ju Rakoza, Beto França e Daniel Hernandez, entre outros. A escola oferece todos os produtos para os alunos usarem e testarem diferentes marcas durante as aulas para que, futuramente, comprem seu material de forma assertiva.

► **Carga horária:** 51 horas.

► **Pré-requisitos:** 18 anos.

► **Certificação:** profissional maquiador nível intermediário.

A escola dispõe de outros cursos avançados, destinados a quem já fez algum básico ou atua na área, como Makeup Pro 2 – Curso de Maquiagem Profissional Avançado. Neste programa, maquiagem para pele negra e para pele oriental, visagismo, colorimetria, airbrush, maquiagem HD e vídeo, geometria facial, maquiagem para noivas e maquiador e redes sociais. Nas aulas de maquiagem para negras e orientais, os alunos deverão levar as modelos, respectivamente. Há outros cursos específicos, como, por exemplo, Pele 360 (conhecimento profundo sobre a pele), Beleza para Noivas com Alex Cardoso, e Mentoria de Maquiagem, destinado a ajudar na prospecção da carreira, com plano de ações para tirar as ideias do papel e se tornar um profissional reconhecido no mercado.

► **Informações sobre novas turmas:** www.beauty4share.com.br; @beauty_4_share



CENTRO DE FORMAÇÃO DE PROFISSIONAIS DA BELEZA LADY & LORD

Curitiba (PR)

CURSO MAQUIAGEM PROFISSIONAL

► **Proposta:** dirigido a quem pretende ingressar na área, com conteúdo abrangente que vai desde a história da maquiagem, até os conceitos e técnicas, como as de correção ou para valorizar olhos pequenos, profundos, caídos etc. Também engloba fotografia, debutante, social, pele madura, olho preto, orientais, negras e ruivas.

► **Carga horária:** 38 horas, sendo 30 horas práticas e 8 horas on-line.

► **Pré-requisitos:** 16 anos.

► **Certificação:** maquiagem profissional.

► **Informações sobre novas turmas:** www.escolaladyelord.com.br



INSTITUTO L'ORÉAL

São Paulo e Campinas (SP), Rio de Janeiro e Volta Redonda (RJ), Curitiba (PR), Belo Horizonte (MG) e Recife (PE)

CURSO MAQUIAGEM PROFISSIONAL

► **Proposta:** em parceria com a marca NYX e Rafael Senna, o curso é composto por três módulos, divididos em 13 capítulos que promovem toda a estrutura necessária para a formação de um profissional make-up. É voltado para profissionais de beleza que desejam se desenvolver na área e também ampliar as suas ofertas de serviços de beleza. O conteúdo abrange desde biossegurança, cosmetologia, história da maquiagem, materiais e ferramentas, mercado de trabalho, moda e tendência, bem como noções de visagismo, harmonia das cores, pele negra, pele madura, maquiagem para homens, noivas, caracterização e artística, passarela & shooting e dá dicas de como criar a sua imagem no mercado digital.

► **Carga horária:** 160 horas.

► **Pré-requisitos:** ter 16 anos, no mínimo, e ensino fundamental com comprovação.

► **Certificação:** certificado de maquiador profissional - 160 horas [permite ter o registro profissional junto à Delegacia Regional do Trabalho (DRT) e atuar como maquiador de espetáculo e caracterizador de personagem de espetáculo (lei 6533)]

“Estamos sempre trabalhando em função dos nossos alunos, promovendo modernização, renovação e toda inovação do mercado, fazendo parcerias como o objetivo de entregar o melhor ensino do mercado. Trabalhamos com as grandes marcas do grupo e somos focados em treinar nosso time. Nunca nos cansamos de pensar em melhorias. O mercado está mudando constantemente e com certeza estamos antenados e inseridos nessas transformações. Somos agentes que fazem acontecer”, constata Marcelo Laureano, gerente do Instituto L'Oréal.

► **Informações sobre novas turmas:** www.institutoreal.com.br; @institutoreal





APERFEIÇOAMENTO COM BEAUTY ARTISTS

Boa parte dos profissionais renomados monta cursos ocasionais para treinar quem está começando na profissão ou deseja se aprimorar. Em geral, são grupos pequenos e as informações são divulgadas pelas redes sociais. Separamos três opções que têm muita demanda e que fazem o maior sucesso entre os maquiadores.



UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI

São Paulo, SP

CURSO ESTÉTICA E COSMÉTICA COM ÊNFASE EM MAQUIAGEM PROFISSIONAL

► **Proposta:** formar tecnólogos na área. É o único curso superior em maquiagem profissional do mundo já reconhecido pelo MEC (Ministério da Educação e Cultura) com nota máxima. Conta com disciplinas de fundamentação teórica básica, como morfologia humana, agressão e defesa, pele e anexos, fundamentos de dermatologia, como também disciplinas de aprofundamento prático, como estética para foto e passarela, estética em maquiagem artística, bodypainting e airbrush, efeitos especiais em maquiagem.

► **Carga horária:** 5 semestres.

► **Pré-requisitos:** conclusão do ensino médio.

► **Certificação:** tecnólogo em estética e cosmética com ênfase em maquiagem profissional.

Ter um certificado de curso superior na área permite, além de uma ampla capacitação, a possibilidade de especializações, como mestrado. “O aluno estuda as diversas técnicas existentes no mercado, tanto na maquiagem social, como para cinema e teatro. Como o curso está inserido na área da saúde, permite aprofundar conhecimentos, como entender os riscos de não higienizar um pincel corretamente ou os melhores ativos para maquiagem para pele acneica. O profissional estará preparado para buscar todas as ferramentas possíveis para ser um bom maquiador associado à segurança do cliente”, explica Adriana Teixeira dos Reis, coordenadora do curso. A procura pela profissionalização tem aumentando e a universidade abre, em 2019, mais uma turma (integral, duas vezes por semana), além das já oferecidas nos períodos matutino e noturno.

► **Informações sobre novas turmas** (vestibular): www.portal.anhembi.br

RAFAELLA CREPALDI

Lead Makeup Artist da NARS, realiza master classes sobre diversos temas, como maquiagem avançada.

“Como eu estou sempre em busca de referências e viajando para estudar mais sobre a área, seja nos treinamentos da NARS ou durante as temporadas de Fashion Week internacional, as master classes que ministro costumam ter assuntos variados, sempre embasados por esses movimentos e pelo próprio interesse do público. Assuntos como ‘aprenda a construir smokey eye’ ou

‘aprenda a usar cores de acordo com as tendências da NYFW’ são temas com muita procura. O cronograma de coleções que a NARS traz ao Brasil também está sempre alinhado com o que estamos vendo, então nós também aproveitamos os momentos de entrada das linhas de Summer, Spring, Fall e Holiday para mostrarmos como usar esses produtos nessas produções, já atualizando o público sobre as novidades. Cada aula costuma durar uma média de 45 minutos a uma hora, e costumam acontecer principalmente nas lojas Sephora de São Paulo, mas também realizamos algumas edições em estados como Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre. Muito além das tendências que mostro, acredito que uma das características mais legais dessas aulas são os métodos de aplicação dos produtos, seja de pele, construção da maquiagem, técnicas para esfumar os olhos, como usar e combinar texturas diferentes, além do próprio DNA e da filosofia de maquiagem criada por François Nars, que é extremamente interessante para quem está começando na área. Outro tipo de master que costumo dar é nas escolas de maquiagem e, nesse caso, consigo introduzir com mais calma a filosofia da NARS. O foco passa a ser a técnica de aplicação dos produtos, a versatilidade de cada um e as dicas mais práticas para pessoas que já estão no mercado. Nesse tipo de aula, a duração é maior, até duas horas, com uma janela grande para perguntas e interação. Como sempre construo um visual de maquiagem, é uma boa oportunidade para que os profissionais observem meu método de trabalho e até como desenvolvo as ideias na hora de pensar o look”, detalha Rafaella.

► **Informações sobre agenda de apresentações:** www.narscosmetics.com; @rafaellacrepaldi



JR MENDES

Beauty artist da M.A.C Cosmetics, Junior Mendes realiza várias master classes por todo o Brasil.

Referência nacional em maquiagem para noivas, ele entrega, ao vivo, sua sabedoria, dicas e truques, explorando cores, texturas e tendências. "Compartilho minhas técnicas e segredos de maquiagem usando meus produtos favoritos da M.A.C.", explica Junior. Nas master classes, tanto práticas como teóricas, o artista passa dicas de maquiagem para noivas clássicas, tanto para casamentos à noite quanto para os diurnos. Nas apresentações práticas, todos os maquiadores participantes devem levar uma modelo para produção em tempo real durante a aula. No fim do evento, todos recebem certificados assinados pela M.A.C e por Jr Mendes e participam do sorteio de kits da marca. As master classes já ocorreram em Recife (PE), Fortaleza (CE), São Paulo (SP), Curitiba (PR), Porto Alegre (RS), Londrina (PR), Belém (PA) e Manaus (AM) e no Rio de Janeiro (RJ).

► **Informações sobre a agenda de apresentações:**

lojas físicas M.A.C Cosmetics; www.maccosmetics.com.br; @maccosmeticsbrasil

Curso de Influenciadores da Beleza com Juliana Rakoza e equipe Beauty4Share

Destinado a quem deseja trabalhar como influenciador na área de moda e beleza, fornece uma visão completa sobre o gerenciamento de carreira, ferramentas e métricas para criar o seu próprio conteúdo e se destacar de forma criativa. O objetivo é dar voz aos profissionais de beleza na internet através das técnicas em mídias sociais e também capacitar quem nunca trabalhou antes, mas deseja ganhar dinheiro com internet neste mercado. A carga horária é de 45 horas e exige TCC (Trabalho de Conclusão de Curso). No conteúdo, como aumentar a audiência através do marketing digital, como explorar ao máximo todas as plataformas digitais e aumentar o engajamento, posicionamento no mercado de influenciadores, conteúdo de beleza para a internet, como monetizar o trabalho, entre outros temas relevantes da atualidade e da realidade do profissional da beleza.

► **Informações sobre novas turmas:**

www.beauty4share.com.br



colormake.
SHINE



Lançamento
Diamante 3D

 @colormakeoficial

 @colormakeoficial

 Colormake Oficial

colormake.com.br +55 11 3854 2200



Queridos,

É com muita emoção que entro para o time de colaboradores da HM! A partir desta edição, vou garimpar o que há de mais interessante no mundo da beleza, sob o ponto de vista da minha experiência em PR e conhecimentos de marcas. Além disso, também darei dicas de comunicação e imagem para os profissionais do ramo. Espero que vocês aproveitem essa oportunidade tanto quanto eu!

Com carinho,
Sandra Tacla

Profissional de Relações Públicas, com mais de 30 anos de experiência no mercado de comunicação empresarial. Há 14 anos, fundou a Tacla Consultoria de Comunicação com o objetivo de prestar serviço diferenciado de PR para o segmento de beleza. Hoje, sua empresa se posiciona com destaque no mercado atendendo importantes marcas de maquiagem, cosméticos e fragrâncias.



Spa em casa

A arte de cuidar de si mesma, dos outros e da natureza. Sempre atenta às tendências internacionais de beleza, a Jeunesse desenvolveu uma coleção inteira de cuidados faciais cruelty free e rica em componentes naturais que são a cara da brasileira - literalmente -, já que a maior parte dos ingredientes pode ser encontrada em solo nacional! Semente de Pracaxi da Amazônia e argila vermelha são alguns deles. Os seis produtos (água micelar, esfoliante facial, hidratante, sérum, tratamento para os olhos e tratamento noturno) podem ser usados em todos os tipos de pele, já que são hipoalergênicos, dermatologicamente testados e livre de parabenos, álcool, sulfatos, corantes ou formaldeído. Com o objetivo de uniformizar o tom da tez, suavizar o inchaço, devolver luminosidade e a firmeza à pele, a linha Spa Botanicals vai ser sua queridinha para uma maquiagem perfeita.

Brincadeira de criança adulto

A arte de descobrir a criança dentro de você. A Estrela Beauty - marca de play makeup e acessórios desenvolvidos especialmente para crianças - promete fazer barulho entre os pequenos e os beauty artists. Desenvolvido com a expertise em brinquedos do grupo Estrela - que desde 1937 desenvolve produtos que estimulam as crianças a viverem mundos de sonhos e fantasias - o portfólio de Estrela Beauty está recheado de produtos divertidos que amolecem o coração de qualquer um, em qualquer idade. A linha de maquiagem da marca - que conta com batons, gloss, blush, sombras, gel antisséptico, sombra para cabelos e esmaltes - é de alta qualidade e tem muita pigmentação. E o melhor: os produtos são dermatológica e clinicamente testados, hipoalergênicos, livres de fragrância e testes em animais. Ou seja, prometem não irritar a pele sensível das crianças! Fica a dica para profissionais que trabalham com esse público e têm dificuldade para encontrar um cosmético que dê o resultado desejado, sem incomodar as pequenas ou os papais de plantão. Vale a pena o investimento!



Fica a dica da Sandra!

No trabalho de PR de uma marca de maquiagem, o beauty artist é peça essencial, já que um de seus papéis é comunicar sobre a qualidade dos produtos. Por isso, é importantíssimo que esse profissional se qualifique. Mais do que buscar ter uma boa formação, é importante que ele também conheça profundamente a empresa da qual está falando, sua história, o nome dos produtos, a cartela de cores... Ter conhecimento em outras áreas também é um diferencial. Arte, decoração e moda, por exemplo, estão sempre ditando tendências que são absorvidas pelo mercado da beleza. Por isso, estar antenado com o que acontece nas principais metrópoles, como Nova York, Paris, Londres, Japão e Milão, faz com que o beauty artist esteja sempre por dentro das novidades do mundo da beauté. Se atentar a esses pequenos detalhes parece perda de tempo, mas são eles que vão passar ainda mais confiança ao público. Lembre-se que seu nome também é uma marca e precisa ter uma boa imagem perante o mercado e o mundo corporativo.



Amores,

A partir desta edição, terei aqui um espaço para celebrarmos juntos todos os movimentos pró-diversidade de gênero, cultura, gosto, estilo de vida. Um brinde a um mundo de harmonia, aceitação e valorização das diferenças.

Um beijo,
David

David do Carmo é jornalista especializado em beleza, bem-estar e moda, assessor de imprensa, dono da assessoria David do Carmo Comunicação e ativista por um mundo mais feliz.



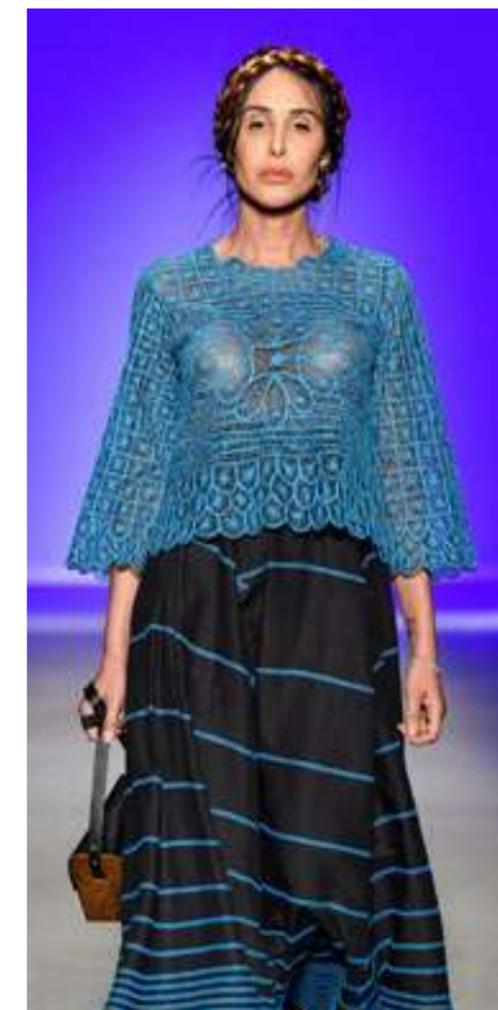
Eterno sedutor

Depois de Gerard Butler, Anthony Joshua, Jonathan Rhys Meyers e Theo James, agora é a vez do ator irlandês Jamie Dornan, eternamente lembrado por seu excitante e sedutor personagem Christian Grey, na saga “50 Tons de Cinza”, protagonizar com todo seu charme a nova campanha do perfume The Scent for Him, de Hugo Boss. A nova campanha, lançada recentemente lá fora, deverá chegar ao Brasil somente em meados de 2019. Mas para quem é fã declarado do ator e já está sentindo calorão para vê-lo atuando novamente, pode conferir agora mesmo nas telonas dos cinemas em Robin Hood - A Origem. No filme, Dornan interpreta Will Scarlett, meio-irmão de Robin Hood.



Tudo pela paz

Com o objetivo de abordar a questão da intolerância excessiva que vivemos nos dias de hoje, o estilista Ronaldo Fraga, famoso por realizar desfiles polêmicos e políticos, brilhou ao colocar na passarela do seu mais recente desfile na SPFW, pessoas de diferentes raças, etnias, idades e gêneros, como a trans Léa T., Bruno Alencar e Vagner Molina, que mesmo não sendo modelos, tiveram o desafio de protagonizar o beijo gay que abriu o desfile. Há quem ainda tenha se chocado? Sim! Mas na verdade a intenção era essa, usar o beijo para acender o holofote em cima do preconceito galopante que acontece aqui no Brasil, onde negros, travestis, trans e gays morrem diariamente sem proteção alguma e sem um pingão de oportunidades. Um viva gigante ao estilista que com sua sensibilidade, sempre toca nas feridas mais profundas da sociedade, propondo reflexões e urgência nas mudanças.



Batalha épica

Já está disponível no Netflix os cinco episódios da primeira temporada de SUPER DRAGS, série de animação adulta, 100% brasileira, que traz as aventuras de três jovens, Patrick, Donny e Ramon que de dia trabalham em uma loja de departamento, onde lidam com clientes irritantes e um chefe exigente. À noite, eles liberam suas divas internas para se tornarem em Lemon Chiffon, Safira Cian e Scarlet Carmesim: três fabulosas super drags escolhidas para salvar o mundo do crime e da caretece, reunindo a comunidade LGBTQ+ e espalhando muita purpurina. Com dublagens de Silvetty Montilla, Pablo Vittar entre tantas outras, é inevitável comparar Super Drags com o desenho animado “As meninas Super Poderosas”. A animação será exibida em mais de 190 países, levando humor e representatividades LGBTQ+ para o mundo. Já assistiu? Não? Corre pra ver.



LAS VEGAS: ROLETA DE EMOÇÕES

Você não precisa necessariamente jogar. Muito ao contrário: são passeios, shoppings, shows, restaurantes estrelados sempre à disposição. Olhando ao redor boa parte é fake: Torre Eiffel, gôndolas de Veneza e até as esfinges de Gizé. Mesmo assim, esse universo paralelo é divertido, um constante parque de diversões a céu aberto. HM sugere uma incursão onde você pode ser o que quiser, sempre lembrando o slogan da cidade: “o que acontece em Vegas, não sai de Vegas”. Para começar, a avenida principal, é bom lembrar, bem no meio do deserto de Nevada, recebeu o sugestivo nome de Strip. Os cassinos ainda ocupam espaços nobres, mas é possível ficar uma semana inteira longe dos caça-níqueis, se você desejar. Os hotéis oferecem dezenas de atrações para quem não joga: a subida à Torre Eiffel – do Paris Las Vegas; o passeio de gôndola – no Venetian; a montanha russa – do New York New York, entre outros.

COMPRAS E DIVERSÃO. Não fuja das compras, uma vez que os shoppings vão estar sempre no caminho. Visite o Downtown Park, com lojas funcionando curiosamente em contêineres e, claro, um mega-parque de diversões anexo. Confira o luxo do Crystals, no complexo CityCenter. Vale uma escapada também ao comércio especializado em eletrônicos: Fry’s Electronics é uma boa opção. No quesito diversão, quem vai para Las Vegas tem à disposição espetáculos exclusivos do Cirque du Soleil, além do Blue Man Group, do ilusionista David Copperfield, shows de Elton John, Céline Dion e até uma específica House

of Blues. A promessa é atender todos os padrões e gostos. Ao ar livre é possível curtir a High Roller, uma das maiores rodas gigantes de observação do mundo. E também dois espetáculos gratuitos: a fonte luminosa do Hotel Bellagio e o vulcão que entra em erupção em frente ao Hotel Mirage (com performances toda noite). Outro ponto imperdível é a Bonnie Springs, uma cidade cenográfica construída para reviver o Velho Oeste. E muito mais passeios: Vale da Morte, Hoover Dam e Vale do Fogo. Carnaval de rua? É na Fremont St, em Downtown Vegas, uma rua com telão imenso que exhibe clipes e efeitos especiais.

GASTRONOMIA. As principais as redes de restaurantes e fast food estão presentes em Vegas. Os buffets dos grandes hotéis são imensos, a preços convidativos (principalmente no almoço de segunda a quinta-feira). Não é preciso reservar. Entre na fila e coma à vontade. Mas, se estiver procurando alta gastronomia, também não existem decepções. Vários restaurantes mais famosos dos Estados Unidos e França têm filiais em Las Vegas. Para citar só dois: Joel Robuchon, do L’Atelier, no MGM e Wolfgang Puck, do CUT, no Palazzo. Nesses casos convém reservar.

JOGATINA. De volta aos cassinos, não perca a experiência de apostar. Seja pela experiência imortalizada por centenas de filmes, seja pela real possibilidade de ganhar dólares extras. Um bom lugar para terminar a noite é no bairro boêmio de Fremont East. Se estiver no meio de uma paixão fulminante, case-se. Isso mesmo. Faz parte da tradição, mas sempre com o clone de Elvis Presley coordenando a cerimônia. Mais fake impossível. E, talvez, imperdível.

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

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

5.500 FUNCIONÁRIOS
EM 650 AGÊNCIAS DE VIAGENS
EM 80 PAÍSES

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

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

Fingertips

Fotos: Andrea Dematte
Stylist: Cesar Cortinove
Beleza: Renato Mardonis (AMUSE)
com produtos Mac Cosmetics, Kiss NY e NYX
Assistente de beleza e Unhas: Ricardo Leal
Modelo: Regina Krilow (Mega Model Brasil)

Vestido Rodrigo Rosner para Maison Alexadrine







Cinto usado como faixa NERIAGE



Top tule LUISA FARANI

M / BeautyCollections

Fingertips
Renato Mardonis



Top ADIDAS

DARK IN

Fotos: Ariana Lima e
Gabriel Bertancel - E3 Fotografia
Modelo: Camila Lopes
Beleza: Gil Scawia
Adereços: Apolônio





Quilombo do Futuro

Criação e concepção: Atelier Bruno Oliveira
Make: Claudinei Hidalgo
Hair: Gil Oliveira
Fotos: Alex Pires







A dream in New York



Fotografa: Leticia Ueda (@leueda.photo)
Modelos: Ashley Delima (@ashleydelima) e Carolla (@katycarolla)
Cabelos e Makes: Alvaro Dallafina (@alvarodallafina)
Vestido azul: Tidy Rigor (@tidyoficial)
Vestidos dourados / preto e branco: Alisson Fernandez (@alissonfernandez)



A dream in New York
Alvaro Dallafna

