

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE ARTES E DESIGN  
BACHARELADO EM MODA**

**Lívia Do Bem Bonin**

**Passado e Futuro: maquiagens inspiradas na coleção Schiaparalien**

Juiz de Fora

2024

**Lívia Do Bem Bonin**

**Passado e Futuro:** maquiagens inspiradas na coleção Schiaparalien

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Orientador: Prof. Me. Luiz Fernando Ribeiro da Silva

Juiz de Fora

2024

Do Bem Bonin, Lívia. Passado e Futuro: maquiagens inspiradas na coleção Schiaparalien / Lívia Do Bem Bonin. -- 2025. 125 p.

Orientador: Luiz Fernando Ribeiro da Silva Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Artes e Design, 2025.

1. Trabalho Acadêmico. I. Ribeiro da Silva , Luiz Fernando , orient. II. Título.

**Lívia Do Bem Bonin**

**Passado e Futuro:** maquiagens inspiradas na coleção Schiaparalien

Trabalho de Conclusão de Curso submetido à Comissão Examinadora do Curso de Bacharelado em Moda, do Instituto de Artes e Design, da Universidade Federal de Juiz de Fora, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Moda.

Aprovado em 13 de março de 2025.

**BANCA EXAMINADORA:**

---

Prof. Me. Luiz Fernando Ribeiro da Silva – Orientador  
Universidade Federal de Juiz de Fora

---

Profa. Dra. Gabriela Andrade de Oliveira  
Universidade Federal de Juiz de Fora

---

Profa. Dra. Isabela Monken Velloso  
Universidade Federal de Juiz de Fora

## RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso propõe unir moda e maquiagem para realizar um editorial de beleza com maquiagens artísticas e clássicas, destacando a essencialidade da maquiagem na criação da imagem de moda. O tema de inspiração é a estilista Elsa Schiaparelli, a criadora da Maison francesa Schiaparelli que registrou uma moda inovadora no século XX. Para direcionar o editorial, a coleção da Maison Schiaparelli escolhida é a de Primavera-Verão 2024, desenvolvida pelo estilista Daniel Roseberry, denominada “schiaparialien”. A pesquisa desenvolvida ao longo do trabalho foi realizada com base em um estudo da história da maquiagem até a contemporaneidade, usando como base as autoras Débora Souza, Márcia Cezimbra e Karina Machado, demonstrando que ela vai além de uma ferramenta de beleza, sendo também considerada uma forma de expressão pessoal, social e cultural que evoluiu ao longo dos séculos. Na etapa prática da pesquisa, foi realizado um editorial de beleza, simulado para a edição da revista Elle Beauté, uma publicação especial de beleza da Elle Brasil. Para isso serão apresentadas 6 maquiagens relacionadas com os looks da coleção “schiaparialien”, criados e feitos pela autora, desta forma, promovendo a marca autoral Livia Bonin Makeup.

**Palavras-chave:** Maquiagem. Beleza. Moda. Schiaparelli. Imagem de Moda.

## ABSTRACT

The present paper proposes to unite fashion and makeup to perform a beauty editorial with artistic and classic make-up, highlighting the essentiality of makeup in the creation of the fashion image. The theme of inspiration is designer Elsa Schiaparelli, the creator of the French maison Schiaparelli who recorded an innovative fashion in the twentieth century. To direct the editorial, the chosen Schiaparelli collection is the spring-summer 2024, developed by designer Daniel Roseberry, named “Schiaparelli”. The research developed throughout the work was carried out based on a study of makeup history to contemporaneity, based on authors Débora Souza, Marcia Cezimbra and Karina Machado, demonstrating that it goes beyond a beauty tool, being considered, a form of personal, social and cultural expression that has evolved over the centuries. A beauty editorial was held in the practical stage of the research, simulated for the edition of Elle Beauté magazine, a special publication of beauty of Elle Brasil. For that 6 make-up related to the looks of the collection “Schiaparelli” will be presented, created and done by the author, thus promoting the authorial brand Livia Bonin Makeup.

Keywords: Makeup. Beauty. Fashion. Schiaparelli. Fashion image.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Busto da Rainha Nefertiti do Egito Antigo .....	12
Figura 2 – Painel das atrizes com exemplos de maquiagem das décadas de 1920/1930 .....	15
Figura 3 – Painel das atrizes com exemplos de maquiagem das décadas de 1940. ....	16
Figura 4 – Detalhes da maquiagem da grande estrela Marilyn Monroe em 1950.....	16
Figura 5 – Painel da modelo Twiggy Lawscomo e propaganda brasileira de batons na década de 1960 .....	18
Figura 6 – Painel das variações de estilo e maquiagem na década de 1970.....	20
Figura 7 – Painel das famosas com variações de maquiagem dos anos 1990.....	20
Figura 8 – Painel das novelas da emissora globo na década de 2000 .....	21
Figura 9 – Detalhes da maquiagem da cantora Britney Spears na década de 2000. ....	22
Figura 10 – Detalhes da maquiagem da empresária Kylie Jenner na década de 2010.....	23
Figura 11 – Detalhes da maquiagem da cantora e empresária Rhanna década de 2020.....	25
Figura 12 – Logotipo da marca Lívia Bonin Makeup, 2024 .....	32
Figura 13 – Prancha público-alvo Lívia Bonin Makeup .....	33
Figura 14 – Painel da maquiadora Camila Anac .....	35
Figura 15 – Painel da maquiadora Path McGrath .....	36
Figura 16 – Painel do maquiador Patrick Ta .....	37
Figura 17 – Prancha microtendências de beleza .....	40
Figura 18 – Capas da revista Elle .....	43
Figura 19 – Publicações atuais das revista Elle Brasil, 2024 .....	44
Figura 20 – Prancha público-alvo Elle Beautè .....	46
Figura 21 – Elsa Schiaparelli (1973) .....	48
Figura 22 – Suéter Trompe-oeil (1927).....	49
Figura 23 – Painel de colaborações de Elsa Schiaparelli .....	51
Figura 24 – Painel desfile de alta costura dedicado a Elsa Schiaparelli em 2013.....	52
Figura 25 – Daniel Roseberry (2019).....	52
Figura 26 – Prancha de tema 1 .....	55
Figura 27 – Prancha de tema 2 .....	56
Figura 28 – Croqui de maquiagem 1 .....	57
Figura 29 – Inspiração croqui de maquiagem 1 .....	58
Figura 30 – Croqui de maquiagem 2 .....	59
Figura 31 – Inspiração croqui de maquiagem 2 .....	60
Figura 32 – Croqui de maquiagem 3 .....	61
Figura 33 – Inspiração croqui de maquiagem 3 .....	62

Figura 34 – Croqui de maquiagem 4 .....	63
Figura 35 – Inspiração croqui de maquiagem 4 .....	64
Figura 36 – Croqui de maquiagem 5 .....	65
Figura 37 – Inspiração croqui de maquiagem 5 .....	66
Figura 38 – Croqui de maquiagem 6 .....	67
Figura 39 – Inspiração croqui de maquiagem 6 .....	68
Figura 40 – Croqui de maquiagem 7 .....	69
Figura 41 – Inspiração croqui de maquiagem 7 .....	70
Figura 42 – Croqui de maquiagem 8 .....	71
Figura 43 – Inspiração croqui de maquiagem 8 .....	72
Figura 44 – Croqui de maquiagem 9 .....	73
Figura 45 – Inspiração croqui de maquiagem 9 .....	74
Figura 46 – Croqui de maquiagem 10 .....	75
Figura 47 – Inspiração croqui de maquiagem 10 .....	76
Figura 48 – Croqui de maquiagem 11 .....	77
Figura 49 – Inspiração croqui de maquiagem 11 .....	78
Figura 50 – Croqui de maquiagem 12 .....	79
Figura 51 – Inspiração croqui de maquiagem 12 .....	80
Figura 52 – Croquis de maquiagem selecionados para execução .....	81
Figura 53 – Ficha técnica de maquiagem 1 .....	82
Figura 54 – Ficha técnica de maquiagem 3 .....	83
Figura 55 – Ficha técnica croqui de maquiagem 7 .....	84
Figura 56 – Ficha técnica de maquiagem 8 .....	85
Figura 57 – Ficha técnica de maquiagem 10 .....	86
Figura 58 – Ficha técnica de maquiagem 12 .....	87
Figura 59 – Prancha de poses .....	91
Figura 60 – Prancha de vestuário .....	92
Figura 61 – Prancha de acessórios.....	93
Figura 62 – Prancha de modelos .....	94
Figura 63 – Prancha de beleza.....	95
Figura 64 – Prancha de locação.....	96
Figura 65 – Tabela de custo.....	97
Figura 66 – Maquiagem Robô (Croqui Maquiagem 1).....	99
Figura 67 – Maquiagem Robô (Croqui Maquiagem 1).....	100
Figura 68 – Maquiagem Robô (Croqui Maquiagem 1).....	101
Figura 69 – Maquiagem Renda (Croqui Maquiagem 3).....	102
Figura 70 – Maquiagem Renda (Croqui Maquiagem 3).....	103

Figura 71 – Maquiagem Renda (Croqui Maquiagem 3).....	104
Figura 72 – Maquiagem Assimétrica (Croqui Maquiagem 8) .....	105
Figura 73 – Maquiagem Assimétrica (Croqui Maquiagem 8).....	106
Figura 74 – Maquiagem Assimétrica (Croqui Maquiagem 8).....	107
Figura 75 – Maquiagem Schiaparelli (Croqui Maquiagem 7).....	108
Figura 76 – Maquiagem Schiaparelli (Croqui Maquiagem 7).....	109
Figura 77 – Maquiagem Schiaparelli (Croqui Maquiagem 7).....	110
Figura 78 – Maquiagem Escama (Croqui Maquiagem 12) .....	111
Figura 79 – Maquiagem Escama (Croqui Maquiagem 12) .....	112
Figura 80 – Maquiagem Escama (Croqui Maquiagem 12) .....	113
Figura 81 – Maquiagem Aplicações (Croqui Maquiagem 10).....	114
Figura 82 – Maquiagem Aplicações (Croqui Maquiagem 10).....	115
Figura 83 – Maquiagem Aplicações (Croqui Maquiagem 10).....	116

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>08</b>
<b>2</b>	<b>BREVE HISTÓRICO DA MAQUIAGEM</b> .....	<b>10</b>
2.1	A MAQUIAGEM NA CRIAÇÃO DE IMAGENS DE MODA E DESFILES.....	26
<b>3</b>	<b>MARCA E MERCADO</b> .....	<b>29</b>
3.1	O SEGUIMENTO DE MAQUIAGEM.....	29
3.2	STUDIO: LÍVIA BONIN MAKEUP .....	30
<b>3.2.1</b>	<b>A história por trás da marca Livia Bonin Makeup</b> .....	<b>31</b>
3.3	PÚBLICO-ALVO.....	32
4.3	MARCAS DE REFERÊNCIA .....	34
<b>4.3.1</b>	<b>Camila Anac</b> .....	<b>34</b>
<b>4.3.2</b>	<b>Pat McGrath</b> .....	<b>35</b>
<b>4.3.3</b>	<b>Patrick Ta</b> .....	<b>37</b>
<b>5</b>	<b>PESQUISA DE TENDÊNCIAS</b> .....	<b>38</b>
5.1	MACROTENDÊNCIAS .....	38
5.2	MICROTENDÊNCIAS .....	39
<b>6</b>	<b>DESENVOLVIMENTO DO EDITORIAL</b> .....	<b>41</b>
6.1	PÚBLICO-ALVO .....	41
6.2	TEMA SCHIAPARALIEN .....	47
6.3	CROQUIS DE MAQUIAGEM/INSPIRAÇÃO .....	57
6.4	CROQUIS DE MAQUIAGEM SELECIONADOS PARA EXECUÇÃO .....	81
<b>6.4.1</b>	<b>Ficha técnica de maquiagem 1</b> .....	<b>82</b>
<b>6.4.2</b>	<b>Ficha técnica de maquiagem 3</b> .....	<b>83</b>
<b>6.4.3</b>	<b>Ficha técnica croqui de maquiagem 7</b> .....	<b>84</b>
<b>6.4.4</b>	<b>Ficha técnica de maquiagem 8</b> .....	<b>85</b>
<b>6.4.5</b>	<b>Ficha técnica de maquiagem 10</b> .....	<b>86</b>
<b>6.4.6</b>	<b>Ficha técnica de maquiagem 12</b> .....	<b>87</b>
6.6	EDITORIAL DE BELEZA .....	88
6.7	POSES .....	88
6.8	VESTUÁRIO.....	88
6.9	ACESSÓRIOS .....	88
6.10	MODELOS .....	89
6.11	CABELOS .....	89

6.12	PRANCHA DE LOCAÇÃO/ILUMINAÇÃO.....	89
6.13	CUSTO DO EDITORIAL .....	97
6.14	CRÉDITO DO EDITORIAL .....	98
6.15	FOTOS DO EDITORIAL.....	99
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>117</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>119</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A maquiagem é mais que uma forma de realçar a beleza, pois é marcada por diversas formas de expressões pessoais e culturais que evoluiu ao longo dos séculos. Segundo Débora Souza e Karina Machado (2019), cuidar é uma característica natural do ser humano, seja voltada para os outros, para objetos ou para si próprio. A compreensão de uma pessoa sobre sua própria aparência está relacionada ao grau em que essa imagem corresponde aos conceitos estéticos da cultura em que se insere. Historicamente, a maquiagem desempenhou diversos papéis, como pinturas usadas em rituais de antigas civilizações, formas de identificação social e até mesmo disfarce para proteção contra inimigos.

A primeira parte deste trabalho abordará a evolução da maquiagem ao longo dos anos, até sua forma atual, onde se apresenta como uma ferramenta versátil, abrangendo produtos funcionais em diversas fórmulas cosméticas. Atualmente a maquiagem também começou a ser tratada como uma forma de arte. Dentre as suas principais funções ela tem o papel de realçar a beleza do rosto, destacar alguma parte específica, cobrir imperfeições indesejadas, alinhar e realçar os pelos, além de se fantasiar, dentre outras formas de expressão. E ainda, ajuda a moldar percepções e experiências individuais e coletivas na sociedade moderna.

Além disso, a maquiagem desempenha um papel crucial na construção da imagem de moda, sendo indispensável para os mais diversos tipos de editoriais, podendo ser encontrada em diferentes seções das revistas como beleza, fotografia still, produtos e editoriais de moda. A maquiagem requer diferentes abordagens para se enquadrar em cada produção, ela é um acessório que eleva a qualidade da produção. A maquiagem para revistas e para desfiles de moda exige abordagens distintas segundo Márcia Cezimbra (2017). Em desfiles, devido ao impacto visual e às variações de luz, a maquiagem tende a ser mais intensa e marcante. O tom da maquiagem deve ser ajustado conforme a iluminação da passarela, enquanto a maquiagem para editoriais de revistas deve sempre estar alinhada com o conceito do trabalho.

Dando sequência ao estudo, na segunda parte do trabalho, veremos como a marca de um maquiador deve se posicionar no mercado para inovar e trabalhar no setor da moda. A proposta da autora é utilizar seus conhecimentos adquiridos em sua formação no curso de Bacharelado em Moda e em maquiagem para criar um editorial de beleza que conecte esses dois campos.

Já na parte prática do trabalho, o objetivo é criar maquiagens clássicas e artísticas que reflitam o tema escolhido. Isso inclui a exploração de texturas, cores, formas e aplicações que

harmonizem com o visual do desfile da Maison. As inspirações são os looks do desfile da Maison francesa Schiaparelli de Primavera-Verão 2024, denominada como “schiapalien”. A Maison Schiaparelli (2024) nos informa que a coleção é sobre as ideias que parecem opostas umas às outras, como o passado e o futuro, mas podem se combinar para criar fantasias surpreendentes, objetos compostos de partes familiares que, quando unidos, criam algo inesperado e novo. Neste sentido foram criados 12 croquis de maquiagens inspirados nos looks e 6 deles desenvolvidos. Logo, a marca de maquiagem Livia Bonin Makeup irá produzir um editorial de beleza simulado para a edição da revista Elle Beauté, uma publicação especial de beleza da Elle Brasil para registrar a conclusão do presente trabalho.

Portanto, o trabalho em questão tem caráter prático, no qual a criação da simulação do editorial é totalmente embasada no referencial teórico. Na pesquisa bibliográfica o principal livro a ser utilizado é o da autora Márcia Cezimbra (2017), “Maquiagem, referências e atuação profissional”, além de trabalhos científicos. Logo, o interesse da autora pela criação e desenvolvimento do editorial é o motivo principal que levou a autora a uma reflexão sobre a importância da maquiagem na construção da imagem de moda.

## 2 BREVE HISTÓRICO DA MAQUIAGEM

Atualmente, a maquiagem para diversas mulheres significa bem mais do que apenas um meio de evidenciar a beleza, tornou-se um modo de expressão pessoal, um modo de afirmar estilo e identidade, e ainda, um meio de se sentir confiante e empoderada. No entanto, nem sempre teve essa função, a maquiagem segundo Débora Souza e Karina Machado (2019) desempenhou um papel importante em várias civilizações, devido às crenças em seus poderes místicos e curativos. Muitas das vezes, era usada tanto para camuflar ou enfrentar inimigos em batalhas quanto como uma forma impressionante de adornar o corpo e o rosto.

Embora a maquiagem tenha participado das transformações culturais e sociais ao longo da história, como será descrito a seguir, ainda é um tema pouco explorado e novo nas pesquisas acadêmicas. Mona Magalhães complementa:

Desde os primórdios o ser humano utiliza a pele como suporte de uma expressão plástica (pinturas, escarificações, tatuagens, piercings) e, no caso da maquiagem, com produtos apropriados que, além de evoluírem quantitativa e qualitativamente durante os séculos, permitem a sua remoção por meio de demaquilantes e/ou de um banho mais caprichado. (Magalhães, 2010, p. 88).

As primeiras evidências de maquiagem foram descobertas em cavernas na África do Sul e no sul da França segundo Débora Souza e Karina Machado (2019), datando cerca de 1,5 milhão de anos. Os primeiros humanos, em especial guerreiros e caçadores, usavam um pó avermelhado encontrado nessas cavernas para se disfarçar, intimidarem inimigos e participarem de rituais religiosos primitivos. Durante o período Paleolítico, embora o conceito de beleza como o conhecemos hoje ainda não existisse, havia uma necessidade de se destacar dos outros. Por volta de 20.000 a.C., os seres humanos se preocupavam em se diferenciar, seja por meio de roupas feitas de peles de animais ou adornos de ossos e conchas. Com a descoberta do fogo, houve uma transformação no modo de vida, que levou ao desenvolvimento de novas técnicas artesanais e artísticas.

Ana Carlota Vita (2008) enfatiza que a partir de 4.000 a.C., na Mesopotâmia, já se observavam conceitos definidos de vaidade e beleza. Nessa época, era evidente o uso de maquiagem e outros cuidados com o corpo e os cabelos. A autora afirma: “O ideal de beleza vai sendo mudado aos poucos, conforme a civilização se torna mais avançada. O mais harmônico e mais proporcional começa a ser parâmetro, o bonito passa a ser apreciado, até chegar à perfeição da Grécia antiga” (Vita, 2008, p. 18).

Na Suméria, Babilônia e Assíria, os produtos de beleza eram usados tanto por homens quanto por mulheres. Suas fórmulas eram feitas de materiais retirados da natureza, como frutas, carvão, plantas, terra e até mesmo sulfeto de antimônio, que é considerado tóxico.

Conforme afirmado por Juliana Nôro Dias (2018), entre os sumérios havia um desejo de manter a pele clara e os olhos realçados. Uma das características de beleza entre eles era unir as sobrancelhas no centro da testa utilizando sulfeto de antimônio e kohl, um tipo de pó usado principalmente em países orientais para escurecer as pálpebras e as pestanas. Essa civilização também apreciava tingir as unhas, aplicar blush e usar hena, uma tintura castanha com tonalidade avermelhada, preparada a partir da casca e das folhas secas desse arbusto. A hena era utilizada para tingir cabelos, fazer tatuagens temporárias, colorir as mãos e os pés, e havia ainda um desejo de manter a pele clara e os olhos realçados.

Os babilônios eram conhecidos por sua extravagância. Suas vestes eram bem elaboradas e coloridas e a maquiagem pesada acentuava a área dos olhos. As sobrancelhas eram bem delineadas e barbas e cabelos eram mantidos impecáveis. Souza e Machado acrescentam: “Os guerreiros babilônicos exageravam na maquiagem: no rosto, usavam uma pasta branca feita de cera de abelha com carbonato de chumbo e coloriam as bochechas com tinta avermelhada, feita de frutas silvestres ou pétalas de rosas” (Souza; Machado, 2019, p. 19).

Segundo Dias (2018), os povos assírios eram mais extravagantes que os babilônios. Utilizavam diversos adornos e adereços, tanto em tecidos quanto no corpo, como brincos, colares e pulseiras. Uma diferença notável entre assírios e sumérios é que os assírios depilavam o espaço entre as sobrancelhas em vez de uni-las. O uso de perucas era comum devido às infestações de piolhos. Nessas culturas, onde a estética valorizava a extravagância, era comum pintar as perucas com cores variadas durante as festividades. Os assírios desenvolveram técnicas avançadas de cosmética e perfumaria, permitindo tingir os cabelos e banhar-se com diferentes aromas. Esses conhecimentos foram posteriormente levados para Creta e se expandiram entre outros povos. A ideia de que apenas as mulheres deveriam se preocupar com a aparência se disseminou entre a população apenas após o início da queda do Império Romano.

De acordo com Silvia Salésia Marykelly (2022), os povos do Egito Antigo deram início ao uso de maquiagem com pinturas faciais, feitas com materiais de origem vegetal e animal, como pigmentos extraídos de plantas e raízes fundidos à gordura animal. A maquiagem no Egito Antigo tinha um profundo significado religioso e sobrenatural, não sendo usada apenas por motivos estéticos. Cada cor e forma tinham relevância e representatividade, e a colorimetria (A colorimetria é a ciência que estuda e quantifica as cores, analisando sua percepção, medição e reprodução em diferentes contextos. Segundo Fairchild (2013), essa área se baseia na

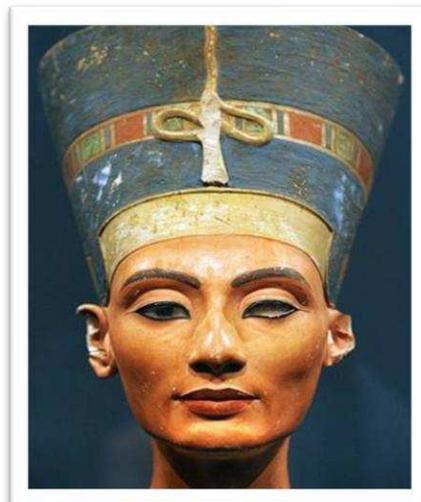
interação entre a luz, os objetos e a visão humana, utilizando modelos matemáticos e padrões para garantir precisão na aplicação das cores em setores como estética, design e indústria.) e suas combinações já eram estudadas e aplicadas nas confecções e maquiagens. Além disso, a maquiagem indicava a classe social, os notáveis olhos delineados de antigos egípcios, como apresentado na figura 1, eram usados apenas por nobres e sacerdotes, visto que os materiais para essa técnica eram de difícil acesso.

O ideal de beleza da era de Cleópatra determinava que as mulheres deveriam ter pele clara, enquanto os homens deveriam ter pele escura. Assim, era comum que as mulheres utilizassem recursos estéticos para clarear a pele e se adaptar aos padrões de beleza em vigor. Entre esses recursos, o uso de argilas clareadoras e banhos de leite era frequente. Nesse sentido, Ana Carlota Vita complementa:

A importância que os egípcios davam à aparência pessoal era notória. Os faraós eram monarcas divinos, e por isso mesmo tinham um cuidado todo especial com a higiene. Nenhum faraó podia descuidar da parte espiritual, e esta estava ligada firmemente ao corpo físico, que precisava estar impecável (Vita. 2008. p.28).

A seguir, na figura 1, podemos observar o busto de Nefertiti, uma peça escultórica em pedra calcária que está em exibição no Museu de Berlim, na Alemanha. Essa obra é uma das raras representações da rainha Nefertiti, esposa do faraó Akhenaton. Considerada como uma das mulheres mais belas do Egito Antigo, Nefertiti tornou-se um ícone de beleza. A figura 1, ilustra a maquiagem empregada pelos nobres e sacerdotes da época, evidenciada pelo delineado dos olhos feito com um pigmento preto, e pela marcante definição das sobrancelhas.

Figura 1 – Busto da Rainha Nefertiti do Egito Antigo



Fonte: G1 globo.com (2009).

Na Roma Antiga, de acordo com o autor Thiago David Stadler (2021), a maquiagem era geralmente vista com desconfiança e associada às cortesãs. Contudo, algumas mulheres comuns da sociedade ainda usavam maquiagem, escurecendo as sobrancelhas e aplicando carmim nos lábios e nas bochechas. Elas utilizavam uma mistura de pó de arroz e trigo com gordura animal, além de alvaiade (uma substância química nociva que clareava a pele) ou uma combinação de chumbo (elemento químico de número 82) e giz (calcário branco) para obter uma pele mais branca. Muitas vezes também aplicavam pigmentos azuis para destacar as veias e criar a ilusão de uma pele mais pálida, seguindo a lenda de Pompéia, conhecida por sua pele muito branca e por tomar banhos com leite de jumenta. A pele pálida era considerada um sinal de alto status social, refletindo o fato de que as mulheres eram predominantemente confinadas às tarefas domésticas, enquanto os homens, expostos ao sol e ao ar livre, eram valorizados por sua pele bronzeada.

Débora Souza e Karina Machado (2019) acrescentam que a maquiagem também enfrentou períodos de restrição e desaprovação. Na Grécia, seu uso foi proibido no segundo século da era cristã, pois para os gregos, a valorização do corpo e do espírito era considerado mais significativo do que a maquiagem facial. Apesar disso, a maquiagem ainda era aplicada. As mulheres gregas aplicavam o kohl de forma esfumada nos olhos, diferentemente das egípcias. Na pele, usavam óleos essenciais para suavizá-la e uma pasta branca feita de carbonato de cálcio. Além disso, utilizavam pós vegetais aromatizados para fixar a maquiagem.

Com a ascensão do catolicismo, a autora Márcia Cezimbra (2005) diz que a maquiagem foi inicialmente proibida para as mulheres e, posteriormente, para todos. A vaidade foi severamente condenada e as pessoas eram incentivadas a ocultar ao máximo seus corpos e cabelos. Curiosamente, os espelhos eram associados ao demônio. A pregação da humildade prevalecia, mas muitos nobres continuavam a usar roupas conservadoras porém altamente adornadas com mosaicos e joias. Durante o período Medieval, a maquiagem esteve ausente no Ocidente devido à sua condenação pela Igreja. George Vigarello ressalta que:

As críticas de São Jerônimo e de Tertuliano, entre outras, diferenciam a estética natural, ‘obra de Deus’, e a estética artificial, ‘obra do Diabo’. Os tratados de beleza do século XVI, as memórias, as narrativas, refletem de fato a antiga recusa religiosa aos cosméticos, pós e óleos preparados quimicamente. A beleza não pode ser ‘buscada’, pois é ‘dada’ por Deus (Vigarello, 2006, p. 37-38).

No entanto, com o advento das grandes navegações, os produtos trazidos do Oriente começaram a influenciar gradualmente a moda ocidental. Ainda de acordo com o autor acima citado, durante o Renascimento, o uso de cosméticos se espalhou, apesar de encontrar

resistência e rejeição. Os tratados sobre beleza e coleções de segredos proliferaram na Itália, o berço da estética renascentista, e rapidamente se disseminaram por diversos países, alcançando uma distribuição relativamente uniforme. Na Europa daquela época, o padrão de beleza também valorizava uma aparência pálida. Vigarello (2006) faz uma crítica sobre o uso de produtos contendo carbonato de chumbo, carbonato de mercúrio e bismuto, compostos que prometiam clarear a pele, mas que, na realidade, acabavam prejudicando a saúde. George Vigarello informa que:

Os efeitos nocivos do chumbo, do arsênico e do nitrato contido no bismuto são claramente denunciados, mesmo se sua química permanece desconhecida. O clorato de chumbo torna 'o hálito malcheiroso, escurece os dentes e, por fim, os faz cair'. O chumbo enruga a pele, resseca-a e a enegrece (Vigarello, 2006, p.39).

No período pós-vitoriano, Fred Basten (2012) relata que as mulheres aceitavam o uso discreto de cosméticos, como um leve pó facial e um pouco de pomada para os lábios, mas ficariam surpresas se alguém chamasse de "maquiagem". O termo "make-up" (maquiagem) era um tabu nos círculos mais refinados da sociedade. A expressão era empregada apenas por atores e profissionais do entretenimento, que não eram exatamente bem-vistos.

Contudo, a era do cinema foi fundamental e desempenhou um papel crucial na popularização da maquiagem. Max Factor, considerado o pai da maquiagem moderna, revolucionou o mundo da beleza com seus produtos usando ingredientes refinados, técnicas criativas, e padrões artísticos elevados, que surgiram graças aos testes realizados no teatro e nos estúdios de cinema. Em 1914, Max Factor aperfeiçoou a maquiagem para as gravações cinematográficas, criando uma base em creme de bastão, de densidade ultrafina que criava uma película leve sobre a pele.

Fred Basten (2012) acrescenta que na década de 1920 (século XX), apesar dos filmes serem em preto e branco, o batom vermelho era usado para criar a ilusão de lábios pequenos e delicados, enquanto os olhos eram pintados para parecerem melancólicos. As sobrancelhas eram depiladas e moldadas em forma de arco, características que acentuavam a imagem feminina como uma figura frágil. À medida que as jovens assistiam às exibições nos cinemas e admiravam os lábios carnudos da atriz Clara Bow e o blush ousado e o rímel impactante da atriz Theda Bara, ilustrado na figura 2, as jovens da época começaram a desafiar as normas antiquadas do que se considerava apropriado para uma jovem respeitável. Na década de 1930, as sobrancelhas se mantiveram finas e arqueadas e as pálpebras passaram a ser mais esfumadas. Além disso, o uso de cílios postiços se tornou popular e surgiu a tendência de adicionar pintas

falsas ao rosto como um elemento de estilo. Exemplificado na figura 2, mostrando as atrizes americanas Phyllis Haver usando cílios postiços e Jean Harlow exibindo uma pinta falsa.

Figura 2 – Painel das atrizes com exemplos de maquiagem das décadas de 1920/1930

(Da esquerda para a direita: Clara Bow e Theda Bara na década 1920; Phyllis Haver e Jean Harlow na década 1930)



Fonte: Da autora (2024).

Fred Basten (2012) acrescenta que vários maridos indignados com o "novo visual vulgar" adotado pelas esposas, começaram a pedir o divórcio, enquanto pais preocupados confinavam suas filhas rebeldes em seus quartos. Um projeto de lei no estado do Kansas (Estados Unidos) tentou transformar em infração o uso de cosméticos por mulheres abaixo dos 44 anos, alegando que isso criava uma "falsa impressão". Até o Papa Pio XI expressou sua oposição, denunciando como uma "obra do demônio". No entanto, essa era uma luta perdida. A febre da maquiagem, assim como a do cinema, veio para ficar.

Durante a década de 1940 (século XX), Denise San'anna (2014) afirma que devido à Segunda Guerra Mundial, as opções de produtos de maquiagem eram restritas. Influenciada pelas atrizes de cinema, a tendência era adotar uma maquiagem clássica e naturalmente glamourosa, como podemos observar na figura 3. Neste período houve a popularização do pancake, uma base em pó, que praticamente eliminava as imperfeições da pele. No final dos anos 1940, a compreensão do pH "que indica o grau de acidez, alcalinidade ou neutralidade da pele" segundo a dermatologista Dra. Liliana Torloni, começou a ganhar relevância nas discussões entre fabricantes de cosméticos. Isso levou ao desenvolvimento de produtos elaborados para proteger a pele contra agressões externas.

Figura 3 – Pannel das atrizes com exemplos de maquiagem da década de 1940

(Da esquerda para a direita: Atrizes Lauren Bacall, Dorothy Dandridge e Marilyn Monroe na década de 40 com maquiagens leve)



Fonte: Notícias ao minuto (2012).

Baseado nas informações da autora acima citada, a partir da década de 1950 (século XX), o cinema já apresentava filmes coloridos, e embora a televisão ainda não fosse popular e nem colorida, ela já contava com uma iluminação melhor. Assim, de acordo com os conselhos de beleza e os anúncios publicitários da época, qualquer pessoa tinha a chance de se tornar bela, podendo até mesmo competir em beleza com suas estrelas favoritas, visto que "hoje em dia, todas as mulheres estão fazendo como as antigas rainhas do Egito: pintando os olhos. A maquiagem dos olhos tornou-se tão importante quanto à dos lábios" (San'anna, 2014, p. 119). Logo, a maquiagem dos olhos começou a ser amplamente aceita e usada por mulheres comuns, assim como a dos lábios, algo que antes era raro. Como podemos observar na figura 4, que a atriz americana Marilyn Monroe está usando delineador, sombra, blush, base e batom vermelho. Como bem observou Max Factor Junior, Fred Basten (2012), a beleza pode ser natural, mas é cada vez mais uma questão de determinação, cuidado e habilidade na aplicação da maquiagem.

Figura 4 – Detalhes da maquiagem da grande estrela Marilyn Monroe em 1950



Fonte: Steall the look (2022).

A enciclopédia da Indústria Brasileira segundo Denise San'anna (2014) revelou que, na década de 1950 (século XX), houve uma modernização nas técnicas de produção de perfumes e cosméticos. Ao mesmo tempo, várias empresas internacionais especializadas em beleza e cuidados pessoais abriram filiais no Brasil, incluindo a Avon, que aplicou o sistema de venda porta a porta. Nesse período, o número de salões de cabeleireiro no país cresceu significativamente, assim como o consumo de produtos para limpeza dos cabelos. Além disso, os cremes faciais passaram por uma notável evolução.

Com base em que Denise San'anna (2014) diz, desde a década de 1960 (século XX), os cosméticos naturais ganharam destaque tanto no mercado nacional quanto internacional. Uma linha de produtos naturais é composta por itens desenvolvidos com ingredientes de origem vegetal, mineral ou animal, minimizando o uso de substâncias sintéticas. Segundo Oliveira (2019), esses produtos são formulados para oferecer benefícios à saúde e ao meio ambiente, respeitando critérios de sustentabilidade e processos menos agressivos. De acordo com a reportagem da revista *Veja*, as mulheres americanas estavam empolgadas com esses produtos, que prometiam alinhar a proteção ambiental com uma beleza autêntica. Acreditava-se que os cremes naturais ofereciam uma harmonia ideal entre mente, corpo e natureza. Doze anos depois, a *Veja* abordou a crescente popularidade dos cosméticos naturais no Brasil. A Max Factor rapidamente passou a desenvolver produtos à prova d'água e bases com propriedades umectantes para hidratar a pele, reforçando o conceito de "natural em frascos".

A Figura 5 apresenta um anúncio publicitário do Brasil no final da década de 1960. Nessa época, nem todas as mulheres tinham recursos para comprar batons, mas a publicidade ajudava a construir a imagem de uma beleza moderna e sensual. Segundo San'anna (2014, p. 117), "o sex appeal contagiou a publicidade de cosméticos numa época de diversificação das cores e sabores dos batons. A partir de então, qualquer produto de beleza podia ser sexy, saboroso e divertido".

Além disso, a Figura 5 também retrata a modelo britânica Twiggy Lawson, considerada uma das primeiras top models do mundo. Nos anos 1960, Twiggy revolucionou a maquiagem com um estilo marcante, destacando seus olhos de maneira única. Ela aplicava delineador no côncavo, acumulava máscara nos cílios superiores e inferiores e usava batons em tons pálidos, criando um visual inspirado em bonecas. Esse estilo se tornou um ícone da época e merece ser mencionado neste contexto.

Figura 5 – Pannel da modelo Twiggy Lawscomo e propaganda brasileira de batons na década de 1960

(Da esquerda para a direita: modelo Twiggy Lawscomo com maquiagem marcante de olhos de boneca; Propaganda brasileira de batons sexy, saboroso e divertido)



Fonte: Da autora (2024).

Conforme relatado por Denise San’anna (2014) no Brasil, em algumas regiões as receitas caseiras para beleza eram muito utilizadas, refletiam um conhecimento passado de geração em geração, adaptado à vida rural e ao uso de diversas plantas. No entanto, nas grandes cidades, onde a aparência física era amplamente valorizada, havia uma abundância de artifícios para embelezamento. A moda da beleza no Brasil foi fortemente moldada pela europeia, tanto devido aos comerciantes que importavam uma variedade de mercadorias quanto à elite que estudava no exterior e retornava com novos costumes, como por exemplo, “na cidade de São Paulo, fazia sucesso a venda de pós de arroz, perfumes ingleses, água de colônia e sabonetes considerados extrafinos” (San’anna, 2014, p. 21), e também “o pó de toucador ‘impalpável, aderente e invisível’ chamado de Veloutine, importado de Paris, era apenas um entre os diversos produtos que vendiam a ideia de sofisticação” (San’anna, 2014, p. 23).

Durante esses anos, ainda no Brasil, a maior dificuldade permaneceu em conciliar o ideal de pureza feminina, tão valorizado para uma jovem de boa família, com o uso da maquiagem. O embelezamento costumava seguir uma idade específica para começar e terminar. Esperava-se que as jovens mantivessem uma atitude moderada em relação à vaidade, e uma viúva que abandonasse esses artifícios era vista com bons olhos. Enquanto a maquiagem fosse

vista como uma forma de esconder imperfeições, seu uso continuava cercado de desconfiança. “O receio de ter em casa uma mãe, irmã ou filha cuja imagem lembrasse uma vadia dificultava a introdução dos produtos de embelezamento na rotina feminina” (San’anna, 2014, p. 42)

Em 1969, surgiu a marca brasileira Natura, fundada em São Paulo. O uso de produtos que valorizam ingredientes naturais em sua composição conquistou todo o seu esplendor no setor nacional de cosméticos. Isso ocorreu por iniciativa de Antônio Luiz da Cunha Seabra. Seus produtos dirigiam-se à classe média em ascensão, o que levou à criação da Pro-estética, responsável pela promoção e distribuição dos produtos Natura. Denise Sant’Anna acrescenta que, além disso, “foi fundada a Boticário, em Curitiba, após dois anos de experiência com produtos farmacêuticos, Miguel Krigsner desenvolveu uma linha de cosméticos naturais. Na década seguinte, as grandes indústrias Avon e Coty desenvolveram linhas de produtos naturais” (San’anna, 2014, p. 140).

Segundo Cezimbra (2005), o padrão de beleza começou a se inclinar para um visual mais natural no meio dos anos 70 (século XX), influenciado pelo movimento hippie, o surgimento do new wave e as ideias ecológicas. No entanto, com o crescimento das discotecas, surgiram estilos psicodélicos com maquiagens vibrantes e cintilantes, além do gloss. O movimento Punk também ganhou destaque, trazendo cores escuras e maquiagens provocativas, ilustrada na figura 6, que chocavam a maioria. Essas tendências se intensificaram na década de 80, quando sobrancelhas naturais e cabelos volumosos eram valorizados, mas ao mesmo tempo, a mistura de cores e padrões ousados se tornou comum tanto na maquiagem quanto nas roupas.

Ainda segundo a autora Denise San’anna (2014), os artistas internacionais, principalmente cantores como David Bowie, Freddie Mercury, Boy George, Michael Jackson e Steven Morrissey, desafiaram os antigos limites de gênero, pois frequentemente usavam batom, rímel e sombra nos olhos, destacados na figura 6. No Brasil, na década de 1970, o cantor Ney Matogrosso, do grupo Secos e Molhados, chamou atenção na televisão com sua maquiagem e um estilo de dança ainda raro entre os homens.

Figura 6 – Painel das variações de estilo e maquiagem na década de 1970

(Da esquerda para a direita: publicidade de Maybeline com maquiagem colorida; Maquiagem com olhos marcantes do movimento Punk em desconhecidas; Artistas como Freddie Mercury, David Bowie e Michael Jackson usando maquiagem)



Fonte: Da autora (2024).

Tania Haddock Lobo (2015) acrescenta que, na década de 1990 (século XX), o padrão de maquiagem se dividiu entre extremos. De um lado, o estilo clássico predominava, com tons de marrom dominando o visual. Por outro lado, a juventude continuava a abraçar as tendências do Punk Rock, do estilo Grunge, e ainda um estilo de maquiagem que incluía tons pastel e cintilantes nas pálpebras e combinações monocromáticas de gloss. Como demonstrado na figura 7, surgiram variações que permitiam a cada mulher personalizar sua imagem

Figura 7 – Painel das famosas com variações de maquiagem dos anos 1990

(Da esquerda para a direita: cantora e atriz Aaliyah com maquiagem ousada e colorida; Atriz Halle Berry representando o estilo clássico de maquiagem em tons de marrons; Cantora e compositora Gwen Stefani com um estilo ousado, cabelo colorido e batom vermelho)



Fonte: Da Autora (2024).

Como afirmado por Marcia Cezimbra (2017) no final dos anos 1990, os Estados Unidos lançaram a televisão de alta definição, conhecida como HDTV (sigla em inglês para high-definition television). Este sistema de transmissão oferece uma resolução de tela muito superior aos formatos tradicionais, o sistema chegou rapidamente ao Brasil. No entanto, a introdução de imagens mais nítidas trouxe uma grande revolução nas técnicas de maquiagem para TV, afetando desde o jornalismo ao vivo até as produções de ficção. Logo, nesse mercado, a tendência passa a ser a leveza, o que exigiu um trabalho mais refinado por parte do maquiador.

Figura 8 – Painel das novelas da emissora globo na década de 2000

(Da esquerda para a direita: novela Laços de Família com as atrizes Carolina Dieckmann e Vera Fischer do ano 2000; novela Senhora do Destino com as atrizes Carolina Dieckmann e Susana Vieira do ano 2003; novela A Favorita com as atrizes Cláudia Raia e Patrícia Pillar do ano 2007)



Fonte: Da Autora (2024).

A tecnologia HD (High Definition, ou Alta Definição) exige uma abordagem mais naturalista na maquiagem, com sombras mais delicadas e olhos menos evidentes. A técnica tornou-se mais leve e esfumada. A figura 8 exhibe fotos de chamadas das novelas da emissora Rede Globo em que as atrizes apresentam uma maquiagem naturalista, dentro da tendência inserida na tecnologia HD. Para atender a essa demanda, foi necessário ajustar as práticas de maquiagem como, por exemplo, segundo Márcia Cezimbra (2017), em vez de arrastar o pincel pelo rosto, os maquiadores precisaram aprender a aplicar os produtos com movimentos circulares, a fim de evitar que as marcas das cerdas se tornem visíveis na tela da TV. Além de ajustar os movimentos com os pincéis, os maquiadores tiveram que aprimorar suas técnicas para tratar peles maduras, onde as imperfeições das coberturas se tornam mais evidentes. Também precisaram melhorar a capacidade de esconder manchas solares e lidar com peles secas ou excessivamente oleosas. Pequenos detalhes, como cravos ou irregularidades, podem

se tornar muito mais visíveis em HD. É um processo de aprendizado contínuo para todos os profissionais.

Conforme informações da Océane (2024), uma marca brasileira especializada em beleza que tem em seu portfólio produtos para maquiagem, skincare, corpo e cabelo, nos anos 2000 (século XX), a tendência mais notável na maquiagem foi o uso de brilhos e glitters, exemplificado na figura 9, onde o estilo luminoso e chamativo predominava, tornando-se um ícone da década. Batons metálicos combinados com uma pele bronzada exemplificavam o espírito dessa era.

Figura 9 – Detalhes da maquiagem da cantora Britney Spears na década de 2000



Fonte: Blog Oceane (2024).

Ainda de acordo com a Oceane (2024), em contraste com a explosão de cores e brilhos dos anos 2000, a década de 2010 (século XXI) trouxe um estilo de maquiagem mais neutra, demonstrado na figura 10. Essa nova abordagem na beleza foi uma fusão de tendências passadas, criando um visual renovado. Em 2010, houve um crescimento influente dos “youtubers”, que se refere a criadores de conteúdo dedicado à plataforma de compartilhamento de vídeos americana chamada YouTube. Eles geraram a divulgação de estilos de maquiagem, tornando mais acessível e facilitando a sua popularização através dos tutoriais em vídeo, impulsionando a adoção de novas tendências globais. Além disso, o Tumblr que corresponde a uma plataforma de criação de conteúdo de hospedagem de blogs com toques de rede social, ganhou destaque oferecendo novas inspirações para a maquiagem. As maquiagens convencionais dessa época incluíam sobancelhas bem definidas, olhos esfumados com sombras douradas, bronzer (um produto em pó que confere à pele um efeito de bronzeado), retorno do delineador preto, cílios postiços e o batom nude. O termo “nude”, muito utilizado na

maquiagem, abrange uma variedade de tons mais claros e subtons, que podem ser frios, quentes, rosados ou neutros.

Figura 10 – Detalhes da maquiagem da empresária Kylie Jenner na década de 2010



Fonte: Blog Oceane (2024).

Atualmente, na década de 2020 (século XXI), segundo Tania Haddock Lobo (2015) descreve, a maquiagem é uma ferramenta eficaz para ajustar características que não se alinham aos padrões contemporâneos e para realçar os atributos considerados atraentes. O objetivo é alcançar uma harmonia estética. Nos séculos XX e XXI, o foco na saúde e longevidade cresceu, resultando em cosméticos mais evoluídos, que além de embelezar, também promove o cuidado da pele, produzindo um tratamento e prevenindo as rugas.

Márcia Cezimbra (2017) relata que os avanços na medicina estética cumprem um papel crucial na formação do novo padrão de beleza que valoriza uma aparência mais natural. A combinação dos procedimentos estéticos atuais com a indústria cosmética resulta em um rejuvenescimento mais natural, direcionando a uma aparência de descanso e serenidade.

Diorcelia de Souza e Elisa Machado (2019) relatam que, com os avanços tecnológicos, a nanotecnologia, que é o domínio e controle da matéria em nível nanoscópico, na escala atômica e molecular ( $1,0 \times 10^{-9}$  m, equivalente a um bilionésimo de metro), entrou no setor de cosméticos, trazendo inovações e melhorias na qualidade das maquiagens, tornando-as mais eficazes. Entre os produtos de maquiagem que se destacam, estão: batom, corretivo, base, pó facial, blush, sombra, lápis para os olhos, delineador e máscara para cílios.

Como mencionado anteriormente, a tendência recente dos cosméticos de maquiagem é incluir ativos que cuidam da pele enquanto a embelezam. Formulações com fator de proteção

solar (FPS- evitam que a pele absorva os raios UV) ajudam a prevenir o fotoenvelhecimento, enquanto vitaminas C e E agem como antioxidantes, que combatem os danos dos radicais livres, responsáveis pela oxidação das células. As vitaminas estimulam a produção de colágeno, ajudando a prevenir e a corrigir rugas e linhas de expressão. Além disso, a vitamina C atua na proteção contra os efeitos prejudiciais da poluição, auxilia no clareamento de manchas escuras, uniformiza o tom da pele. De forma complementar, alguns produtos são formulados com ingredientes que proporcionam efeito lifting. Conforme a dermatologista Renata Ralhá (2023) o efeito lifting é um termo usado para referir-se a um procedimento estético com o objetivo de levantar e firmar os tecidos faciais, diminuindo a flacidez e combatendo linhas de expressão e rugas. Esses produtos também ajudam a combater o envelhecimento precoce, promovem o rejuvenescimento facial, renovam a luminosidade e suavizam marcas de expressões, recuperando os volumes faciais. Amanda Luizetto Santos acrescenta dados sobre o consumo de produtos de beleza dizendo que:

O Brasil é o terceiro maior mercado de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, atrás apenas dos Estados Unidos (1º) e Japão (2º). Esse segmento vem crescendo em ritmo chinês no País, sendo que, entre 1996 e 2010, avançou em média 10,4% ao ano, enquanto o Produto Interno Bruto (PIB) e a indústria nacional de maneira geral avançaram, respectivamente 3,1% e 2,7%, na média anual (Santos, 2022, p.13).

Ainda segundo a autora acima citada, atualmente a pesquisa avança para encontrar matérias-primas mais eficazes e menos irritantes para a pele, visando o desenvolvimento de bases de maquiagem eficientes e ativos que promovam a qualidade celular e o rejuvenescimento da pele. Os resultados dos cosméticos dependem de componentes e reações químicas que são meticulosamente estudados. Na cosmética, as bases e os ativos trabalham em conjunto para alcançar os efeitos desejados.

Conforme relata Dias (2018), hoje em dia é possível desenvolver produtos que oferecem durabilidade de 24 horas, brilham no escuro, são à prova d'água e são formulados para diferentes tipos de pele. A intolerância em relação às questões estéticas diminuiu consideravelmente. Atualmente é comum ver cabelos de todas as cores, maquiagens em centenas de tonalidades, e tatuagens visíveis e vibrantes. A troca de estilos de cabelo, roupas e maquiagem tornou-se muito mais fácil e acessível. Embora o conceito de beleza seja amplamente individual, ele ainda é fortemente influenciado por várias esferas da indústria, como passarelas, vitrines, televisão,

cinema, celebridades, socialites e as plataformas digitais como Instagram, Tiktok, Facebook e o Youtube.

Neste século, segundo Dias (2018) a representação de pessoas negras na indústria de cosméticos aumentou significativamente. Um exemplo marcante é a linha de cosméticos Fenty Beauty, lançada pela cantora americana Rihanna em 2017, figura 11, que oferece 40 tons de base para diferentes tipos de pele, desde os mais claros até os mais escuros. Além disso, a marca francesa de cosméticos e perfumes Lancôme lançou a base Le Teint Particulier, uma das mais caras do mercado, que pode criar até 22 mil tons diferentes. A tecnologia desempenha um papel crucial na personalização dessa base: para criar a mistura ideal, a cliente deve visitar uma loja onde sua cor de pele é escaneada, logo, a informação é processada por uma máquina que calcula as proporções exatas de cada ingrediente, produzindo uma base sob medida. A cor resultante é registrada com um código, permitindo à cliente comprar o produto novamente sem necessidade de novo escaneamento.

Figura 11 – Detalhes da maquiagem da cantora e empresária Rihanna na década de 2020



Fonte: Instagram @fentybeauty (2024).

Com o avanço das tecnologias de comunicação como vídeo, celulares, smartphones, internet e Wi-Fi, surgiu um ambiente propício para a maquiagem se afirmar como uma forma de expressão artística. E então, a arte, utilizando pincéis, sombras, luzes, tintas, blushes, bases, lápis e estojos, começou a conquistar um espaço crescente na sociedade. O reconhecimento da maquiagem como uma forma de arte ou campo de estudo se intensificou com a popularização de conteúdos e técnicas nas mídias sociais, a internet facilitou a expansão global da maquiagem artística, atingindo diversos públicos.

Para concluir, hoje em dia, para alcançar uma maquiagem impecável, com um acabamento bonito e durável, é essencial ter um bom conhecimento dos produtos e técnicas disponíveis, conforme diz Catlen Guerra (2021). Atualmente é necessário fazer uma preparação da pele antes de fazer a maquiagem, que varia de acordo com o tipo da pele (pele mista, oleosa ou sensível). Para garantir um bom resultado na maquiagem, é essencial seguir um processo de preparação que inclui limpeza, tonificação e hidratação. Em relação à escolha da base, é importante entender como selecionar a cor adequada, utilizando a colorimetria. Além disso, a aplicação de sombra deve ser ajustada conforme as características dos olhos, pois diferentes técnicas valorizam ou não os formatos dos olhos. A maquiagem do rosto envolve também o trabalho com contorno e iluminação, adaptando essas técnicas ao formato específico do rosto. Para os lábios, é crucial saber desenhá-los. Finalmente, é importante entender a composição dos produtos para maximizar seus benefícios e resultados.

Em resumo a maquiagem inclui produtos funcionais disponíveis em diversas fórmulas cosméticas. Estes produtos têm a finalidade de tratar e embelezar a pele, além de disfarçar suas imperfeições. A maquiagem está em contínua transformação, pois é moldada por fatores sociais, econômicos e culturais. E permanece como um elemento contínuo que integra histórias ao longo do tempo.

## 2.1 A MAQUIAGEM NA CRIAÇÃO DE IMAGENS DE MODA E DESFILES

A maquiagem desempenha um papel importante na construção da imagem de moda, sendo essencial tanto para editoriais de moda em publicações impressas quanto digitais. Ela pode ser encontrada em diferentes seções da revista, como beleza, fotografia still, produtos e editoriais de moda.

Diversos profissionais colaboram na criação de uma publicação de moda, começando pelo editor. Este é o responsável por definir o conceito ou a ideia central da edição, criando conteúdos direcionados ao público-alvo. Além disso, o editor coordena e orienta o trabalho dos fotógrafos e produtores de moda e “toma decisões sobre as imagens – qual será capa e quais sessões fotográficas farão para cada edição” (Yates; Gustavsen, 2013, p.154). Para desempenhar essa função, o editor deve estar atualizado com as tendências de moda, ter um bom senso estético e possuir conhecimentos em fotografia, história da moda e artes. Além disso, a equipe editorial inclui outros profissionais, como jornalistas, gerentes de marketing, diretor criativo, stylist, e o editor participa na seleção dos modelos, atrizes ou celebridades que

aparecerão nas páginas da edição. As autoras Julia Yates e Donna Gustavsen acrescentam relatando que:

Esse profissional deve ter visão comercial: é o seu trabalho produzir uma revista que seja desejada pelo público e pelos anunciantes. É fundamental, portanto, conhecer profundamente os leitores e ser muito perspicaz para antever os temas de interesse. Os editores precisam estar sempre muito atualizados e ter bom relacionamento no mundo da moda. É necessário ter um senso apurado para definir quais tendências irão pegar e quais designers devem ser vistos (Yates; Gustavsen, 2013, p.154).

Outros profissionais e recursos são empregados na construção da imagem de moda, geralmente comandado pelos stylists e produtores de moda, que após a contratação destes profissionais, e pela definição dos temas pelo editor, outros conceitos são definidos, bem como, outras contratações são efetuadas, como por exemplo: locação, cenário, iluminação, modelos, roupas, acessórios, e ainda, maquiagem e cabelo.

Souza e Custódio (2005) relatam que, as revistas de moda desempenham um papel crucial como ferramentas de documentação que oferecem percepções sobre a evolução de uma sociedade e o desenvolvimento de um período histórico específico. Elas vão além de simplesmente refletir as tendências de moda, funcionam como um meio de entender a estrutura social, os valores e as estéticas predominantes de uma época. Através delas, é possível analisar como as aparências e as normas estéticas foram construídas e transformadas ao longo do tempo.

Nesse contexto, o editor de moda de uma revista deve possuir uma sensibilidade aguçada e uma visão estratégica para capturar e refletir as preocupações e aspirações da sociedade. Esse profissional é responsável por levantar e explorar questões sociais relevantes, criando conteúdos que ressoem com o imaginário dos leitores e atendam às suas expectativas.

Além disso, o conteúdo das plataformas digitais está intrinsecamente ligado ao conteúdo das revistas atualmente, ampliando o alcance e a influência das publicações. As edições, sejam impressas ou digitais, não apenas atraem os leitores, mas também provocam o interesse por notícias e informações relacionadas à moda, beleza, cultura e artes. Assim, o editor de moda desempenha um papel fundamental em conectar e engajar o público com as tendências e os debates atuais, consolidando a revista como uma referência essencial no cenário da moda e da cultura.

Logo, um dos profissionais que possuem um papel relevante na criação de imagens de moda são os maquiadores. Segundo Márcia Cezimbra (2017) o mercado de trabalho para maquiadores expandiu significativamente para abranger as áreas de moda e publicidade. Nesse contexto, os profissionais têm a oportunidade e a responsabilidade de assinar a produção de beleza em desfiles, editoriais de jornais, revistas e sites. Para desempenhar esse papel com sucesso, é crucial que o maquiador tenha um bom entendimento estético e saiba como a maquiagem pode ser um elemento essencial dentro do contexto de cada projeto.

Um exemplo notável dessa trajetória é do maquiador gaúcho Duda Molinos, que deixou o Rio Grande do Sul para se estabelecer em São Paulo. Molinos ressalta que a transição da estabilidade de um salão de beleza para o dinâmico mundo da moda e da publicidade exige coragem. Ele considera que teve sorte ao iniciar sua carreira no início deste século XXI, quando o mercado estava em franca expansão. Em 2000, lançou o livro "Maquiagem" pela Editora Senac São Paulo, que foi um marco na divulgação de seu nome. Hoje, sua marca está associada ao seu salão, "lab.dudamolinos", localizado em Higienópolis, São Paulo, e a uma linha de maquiagem.

Para iniciantes na carreira, Molinos destaca uma característica particular do mercado brasileiro: a necessidade de que o maquiador também tenha habilidades de cabeleireiro e vice-versa. Isso otimiza o processo de produção e reduz custos com hotel e alimentação, embora muitos talentos possam ser prejudicados por essa função dupla. Na Europa, a divisão de trabalho é mais clara, com cabeleireiros focados em cabelos e maquiadores exclusivamente em maquiagem.

Além disso, a maquiagem para revistas e para desfiles de moda exige abordagens distintas. Em desfiles, devido ao impacto visual e às variações de luz, a maquiagem tende a ser mais intensa e marcante. O tom da maquiagem deve ser ajustado conforme a iluminação da passarela, e isso deve ser coordenado com o estilista, o produtor, o iluminador e o organizador do evento.

Portanto, os desfiles e editoriais de moda desempenham papéis cruciais na indústria da moda, oferecendo oportunidades para que stylists, designers e profissionais da beleza se conectem com diferentes audiências, promovam suas coleções, mostrem seu talento e influenciem as tendências do mercado.

### 3 MARCA E MERCADO

O mercado da Beleza é um universo em constante evolução, onde a estética se conecta com a autoexpressão e o bem-estar. A beleza é um item bastante almejado nos tempos atuais, logo este segmento está cada vez mais diversificado e inclusivo, abarcando uma vasta série de estilos, culturas e identidades. Débora Souza e Karina Machado relatam que:

É da natureza do ser humano o ato de cuidar, seja o cuidado com algo, seja o cuidado com os outros, seja o cuidado consigo mesmo. No entanto, a satisfação de uma pessoa com sua imagem física que apresenta aos outros é afetada pelo quanto essa imagem se aproxima da imagem valorizada por sua cultura (SOUZA; MACHADO, 2019, p.18).

Diante desse contexto, o mercado da Beleza atende o ato de se cuidar do ser humano e segue se reinventando, respondendo às necessidades e desejos em frequente evolução dos seus consumidores.

#### 3.1 O SEGUIMENTO DE MAQUIAGEM

Como muito bem esclarecem Débora Souza e Karina Machado, “a palavra maquiagem deriva da palavra francesa *maquillage*, que tem como significado “pintar o rosto”. Make-up é um termo em inglês que traduz a verdadeira finalidade da maquiagem, a de realçar a imagem pessoal” (Souza; Machado, 2019, p.18).

Dentro desse espectro, a maquiagem é uma parte essencial do mercado da Beleza, com uma ampla variedade de produtos com cores diversas e texturas para diferentes fins e tipos de eventos, como por exemplo, casamentos, formaturas, editoriais e desfiles de moda, podendo ser desde aquelas sofisticadas às mais simples e naturais. A maquiagem tem o papel de realçar a beleza do rosto, destacar alguma parte específica, cobrir imperfeições indesejadas, cuidar da face, alinhar e realçar os pelos, se fantasiar, tem múltiplas funções, é uma forma de arte, de se expressar.

Atualmente, as maquiagens não têm apenas a função de embelezamento, tem também as de cuidado e tratamento. O profissional maquiador pode atuar neste campo de várias maneiras, atendendo seu público em sua residência, local da festa, em salões de beleza ou em seu próprio estúdio. No que se refere ao vínculo empregatício pode estar ligado a uma empresa, operar como autônomo ou freelancer. Atualmente, existem vários cursos profissionalizantes no campo da Estética e Beleza, públicos e privados, como por exemplo, Instituto Embelleze,

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Senac – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial, podendo ser ministrados presencialmente ou a distância, além de cursos e aperfeiçoamentos por profissionais renomados. Outra esfera bastante explorada são as redes sociais como Instagram, Tik Tok e Youtube, com grandes e carismáticas comunicadoras digitais, superatentas às tendências mundiais do skincare, onde ensinam o passo a passo de como se maquiar e apresentam novos produtos, inclusive dando suas opiniões.

### 3.2 STUDIO: LÍVIA BONIN MAKEUP

A autora Lívia Bonin é uma empreendedora do ramo da beleza que intitulou seu Studio como Lívia Bonin Makeup. A marca está sediada na cidade mineira de Leopoldina, e no ano de 2023 iniciou suas atividades na cidade de Juiz de Fora, localizada a 97 km de sua cidade sede. A empresa se enquadra como Microempreendedor Individual – MEI, voltada ao atendimento do público feminino, e neste ano de 2024 completa 7 anos de atuação nesse ramo.

O seu público-alvo abrange mulheres jovens e maduras que procuram realçar sua beleza para todos os mais diversos tipos de eventos, onde a maquiagem seja considerada um acessório indispensável para a produção da imagem desejada. Respeitar o gosto do consumidor e conseguir entregar o trabalho proposto e esperado com dedicação é o foco principal do Studio Livia Bonin Makeup.

O Studio usa das habilidades da sua fundadora para fazer maquiagens artísticas, editorial e social, sendo que, em todas elas deixa sua particularidade de valorizar a beleza de forma leve e elegante, sem exageros. Sua paixão e dedicação por essas diferentes áreas da maquiagem fazem com que conquiste cada vez mais espaço no campo da Beleza.

A fundadora realizou cursos com profissionais renomados da Estética e Beleza como: Natalia Capelo, Luanna Charamba, Talita Bariquello, Ana Veiga, Letícia De Paula, Ederson Oliveira e Warley Virissimo. E ainda, pode observar, que o seu papel como maquiadora vai muito além do que realçar uma beleza, pois muitas das vezes, pode alcançar as barreiras do amor-próprio, da autoconfiança e da autenticidade. Logo, seu propósito é auxiliar as mulheres a também encontrarem o seu brilho.

### 3.2.1 A história por trás do Studio Livia Bonin Makeup

Faz tempo que a autora da pesquisa se encanta com o mundo das artes, desde criança. A ideia e vontade da marca de atuar no ramo da Moda, Beleza e Estética surgiu conforme crescia, na adolescência percebeu que a paixão pela maquiagem era mais do que apenas um hobby, compreendeu que é uma maneira de realçar a beleza única de cada pessoa.

Diante disso, percebeu que a maquiagem poderia se tornar uma ocupação profissional. Matriculou-se, aos 14 anos de idade, em um workshop com a maquiadora Nathalia Capelo em uma cidade vizinha a Leopoldina, indo sozinha em busca de um sonho. A partir deste primeiro contato, teve certeza de que gostaria de trabalhar com maquiagem e se tornar uma grande profissional do ramo.

Logo, começou a praticar com as amigas e familiares, em seguida inaugurou um pequeno Studio de beleza no apartamento em que residia com seus pais. Posteriormente, aos 15 anos de idade começou a ganhar reconhecimento pelo meu talento, e conseguir clientes pouco a pouco. Atualmente, aos 22 anos de idade, totaliza 7 anos de atuação no mercado. Paralelamente, encontra-se concluindo o curso de Bacharelado em Moda na Universidade Federal de Juiz de Fora no qual percebeu a importância da beleza em conteúdo das mais diversas disciplinas, desde as teóricas até as práticas, principalmente na construção da imagem de moda.

A autora da pesquisa intitulou seu studio Livia Bonin Makeup com o seu próprio nome com o intuito de passar mais confiança e credibilidade ao consumidor, além da identificação rápida do nome da marca com a imagem da profissional maquiadora. Sua logomarca, figura 12, é composta pelas letras iniciais do seu nome e sobrenome em maiúsculo, ou seja, L e B, e o desenho de uma libélula na ponta da letra B com o significado pessoal da coragem da alçada do voo profissional de quando era jovem. Na parte inferior das letras o nome da marca é reforçado em caixa alta. A cor escolhida é o marrom claro, que representa segurança, conforto, confiabilidade estabilidade e simplicidade que são alguns requisitos que a marca busca passar aos seus consumidores.

Para agendar um horário, entrar em contato, acompanhar seu trabalho e saber mais sobre a maquiadora Livia Bonin, basta visitar seu perfil no Instagram @liviaboninmakeup, enviar uma mensagem pelo WhatsApp ou ligar diretamente para o número de telefone (32) 99912-5959.

Figura 12 - Logotipo do Studio Livia Bonin Makeup, 2024.

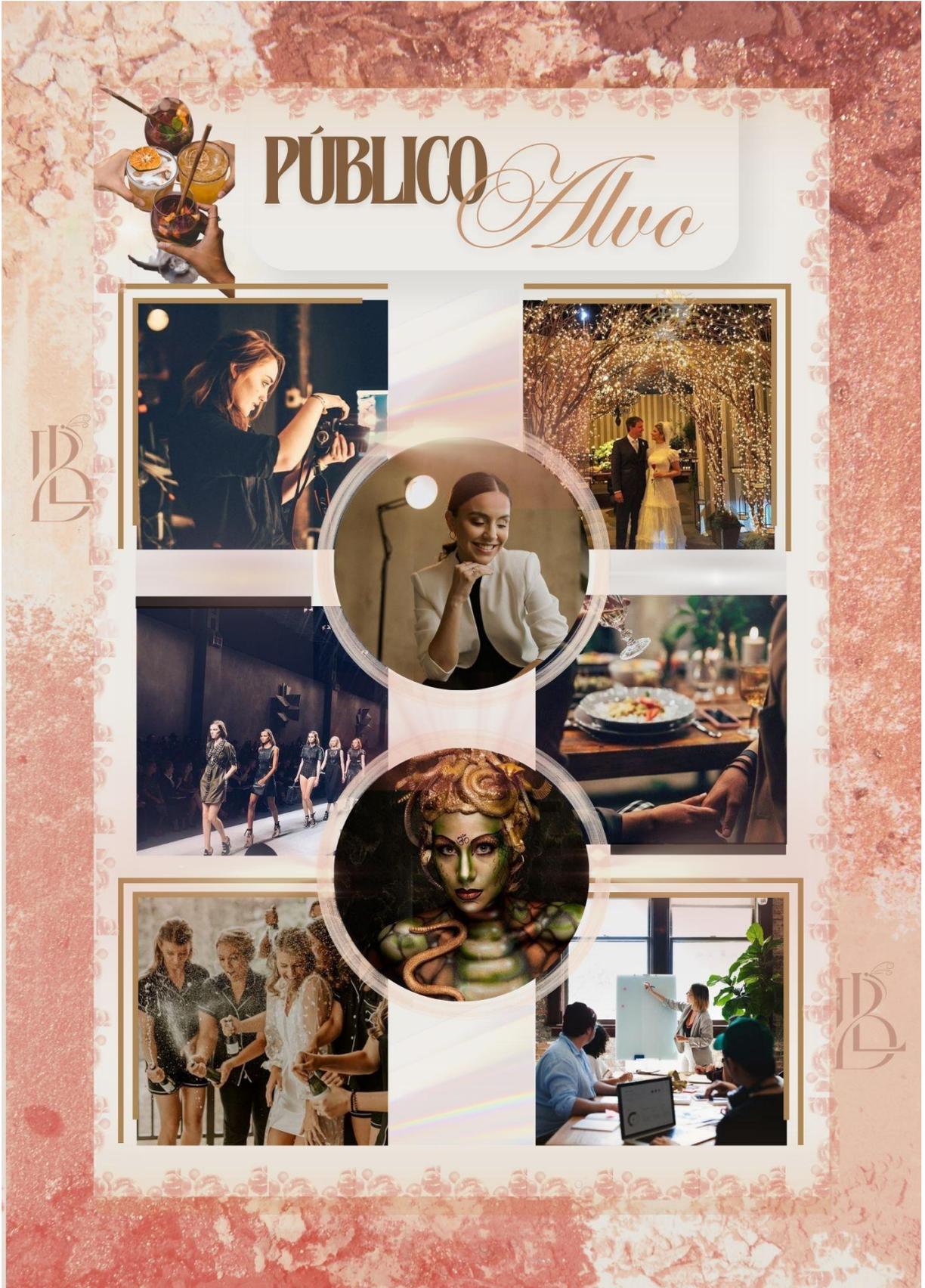


Fonte: Da autora (2024).

### 3.3 PÚBLICO-ALVO

Conhecer o público-alvo é essencial para o sucesso de qualquer empreendimento. Para o studio Livia Bonin Makeup o público-alvo principal é definido, em sua maioria, por mulheres entre 14 e 60 anos de idade que buscam uma experiência de realçar sua beleza valorizando seus traços, elevar sua autoestima e autoconfiança para eventos sociais, ensaios fotográficos, comemorações, shows e eventos temáticos sociais. Pertencentes às classes A, B e C, que buscam a melhor versão de si, figura 13. Além desde grupo de mulheres, a marca busca atender ao mercado publicitário, que através das empresas de marketing e moda, contratam o maquiador para se integrar a equipe de produção e stylists, para alcançar uma estética criativa e original de seus produtos de acordo com seus clientes, seja em propagandas, editorias e desfiles de moda, vídeo comercial, dentre outros tipos de serviços. Os consumidores do Studio em sua maioria se encontram em Minas Gerais, estado onde reside, principalmente nas cidades de Leopoldina e Juiz de Fora.

Figura 13 – Prancha Público-alvo Livia Bonin Makeup



Fonte: Da autora (2024).

### 4.3 MARCAS DE REFERÊNCIAS

Para inovar o seu negócio é necessário realizar uma pesquisa de mercado. Ela desempenha um papel crucial para compreender as tendências e as preferências dos consumidores. Fornece compreensões importantes que orientam o aperfeiçoamento das maquiagens, estratégias de marketing e identificação de oportunidades de crescimento. Em um mercado amplo como o da maquiagem, a construção de uma identidade de marca e a realização da pesquisa de mercado são essenciais para o sucesso de maquiadores iniciantes e consolidados. Após a compreensão das pesquisas, os maquiadores podem se posicionar de uma forma melhor para atrair seu público-alvo e alcançar o sucesso em sua carreira profissional.

A busca por maquiadores de referência foi realizada através de inspirações que a autora admira e se identifica. Os três maquiadores foram escolhidos principalmente pelos tipos de acabamentos da maquiagem. A autora tem predileção por delineados e olhares marcantes como as maquiagens de Camila Anac e Patrick Ta, além disso, a pele com acabamento leve e iluminada como da maquiadora Pat McGrath.

#### 4.3.1 Camila Anac

De acordo com Barbara Rossi, repórter da revista eletrônica brasileira ELLE View (2023), a artista de beleza brasileira Camila Anac nascida no extremo leste da cidade de São Paulo, assina maquiagens embelezadoras e marcantes, um estilo de maquiagem que ressalta naturalmente os traços, sem grandes transformações, executando o efeito de segunda pele iluminada e corada, combinada a pálpebra com brilhos, cores e delineados elaborados e poderosos.

Camila Anac se encantou com o mundo da beleza desde criança e adentrou neste segmento através de um curso de manicure inicialmente, e começou a trabalhar em um salão de beleza para comprar os produtos de maquiagem. Três anos depois, Camila se formou no Instituto Criar de TV e Cinema, escola fundada por Luciano Huck para jovens da periferia. Por meio do instituto, ela teve sua primeira oportunidade de estagiar na São Paulo Fashion Week (SPFW), auxiliando os beauty artists na preparação para os desfiles. Sempre muito proativa e observadora, chamou atenção e foi contratada para ser assistente de Max Weber (mentora, maquiadora e cabeleireira). Mais informações sobre seu trabalho no Instagram

@maxitotalbeautyacademy8) com quem trabalhou por três anos, e depois entrou para uma agência e começou a assinar seus próprios trabalhos.

Camila descreve no seu Instagram (@camila\_anac) que atualmente está realizando tudo que sonhou e que era muito distante anos atrás, pois assina a beleza de artistas com grande destaque social, figura 14, como Thais Araujo, Urias, Gaby Amarantos, Camila Coutinho e outras diversas artistas por quem tem admiração e apreço. Além disso, assinou a beleza de diversas capas de revista como Claudia, Vogue, Capricho, Lófficiel e Marie Claire.

Figura 14 – Painel da maquiadora Camila Anac

(Da esquerda para a direita: A maquiadora Camila Anac; Atriz Camila Pitanga com beleza, stylist e direção de arte assinada por Camila Anac; Modelo Veridiana com a beleza assinada por Camila Anac para o editorial “entre na onda” para revista Harpers Bazaar; Artista Urias para editorial para revista Harpers Bazar com a beleza e direção artística por Camila Anac. Fotos de divulgação no Instagram da Camila Anac @camila\_anac)



Fonte: Da autora (2024).

#### 4.3.2 Pat McGrath

Segundo informações de Natália Ghonraria, repórter da revista eletrônica brasileira ELLE View (2024), a maquiadora britânica Pat McGrath ao longo de sua brilhante e extensa carreira, foi reconhecida com alguns dos mais prestigiados prêmios, incluindo o Council of Fashion Designers of America Founder's Award - CFDA, (em português, Prêmio do Fundador do Conselho de Designers de Moda da América) - a primeira maquiadora da história selecionada para essa maior honraria, já pela revista Time foi mencionada entre as 100 pessoas mais influentes do ano 2019, considerada como uma "Titã" da indústria da moda. A Rainha da Inglaterra a premiou como D.B.E. Dame do Império Britânico (em português, Dama do Império Britânico) por serviços prestados à indústria da Moda e Beleza e à Diversidade, sendo a primeira maquiadora a alcançar tal reconhecimento.

Criou em 2015 a sua própria marca de cosméticos a *PAT McGRATH LABS*, que possui uma linha de cosméticos de alta performance. Aos longos dos seus 25 anos de carreira, definiu tendências globais de beleza e eleva a arte da maquiagem há décadas dentro dos ambientes mais exigentes da indústria da moda.

Segundo informação do site oficial de sua marca *PAT McGRATH LABS*, a cada período, Pat McGrath cria os looks de beleza para mais de 60 desfiles de prêt-à-porter e alta-costura em Milão, Londres, Paris, e Nova York para as marcas e designers de luxo prestigiados como: Prada, Dior, Miu Miu, Schiaparelli, Burberry, Bottega Veneta, Givenchy, Gucci, Louis Vuitton, Versace, Yohji Yamamoto, Valentino, Balenciaga, McQueen, Maison Margiela entre outras maisons.

De acordo com Natália Guadagnucci (2024), McGrath foi ao topo dos tópicos mais comentados, pois movimentou as redes sociais com a maquiagem de acabamento de porcelana feita para o desfile de verão 2024 da Maison Margiela Artisanal, na semana de alta-costura de Paris. Fato este que inspirou muitos criadores de conteúdo a tentar reproduzir tal efeito nas redes sociais, figura 15, na terceira imagem da esquerda para a direita está representada a maquiagem de porcelana que viralizou nas redes sociais. Diante de todos esses méritos, ela também assinou a beleza de todas as capas da Vogue italiana por vinte anos. Atualmente ocupa o cargo de editora de beleza da Vogue britânica desde 2017. Tais méritos devem-se a sua perfeita maquiagem minimalista até um visual teatral e exuberante

Figura 15 – Painel da maquiadora Path McGrath

(Da esquerda para a direita: a maquiadora Pat McGrath, na parte inferior o logotipo da sua marca; Maquiagem para o desfile da Maison Elsa Schiaparelli da coleção de primavera 2024; Maquiagem com o efeito de pele de boneca de porcelana do desfile de verão 2024 da Maison Margiela Artisanal; Maquiagem da cantora Tyla para o Met Gala 2024. (Fotos de divulgação site PAT McGRATH LABS e Instagram @patmcgrathreal)



Fonte: Da autora (2024).

### 4.3.3 Patrick Ta

Conhecido por ser o maquiador das celebridades britânicas e internacionais, Patrick Ta descreve no site oficial de sua marca *PATRICK TA BEAUTY* sua história, relata que deve a sua motivação às lições que sua família lhe deu. Quando seus pais imigraram do Vietnã para a Inglaterra, essa jornada o marcou com o valor do trabalho e determinação. Eles o ensinaram a importância de mostrar seu valor, aproveitar oportunidades e nunca considerar nada garantido, motivos que o incentivaram a ser um indivíduo que busca a excelência em tudo que faz.

De acordo com Marcela Palhão, repórter do site UOL RG (2019), o maquiador conta que iniciou sua carreira despretensiosamente quando uma amiga o convidou para trabalhar em um quiosque da MAC, nos Estados Unidos. A partir de vídeos no Youtube ele foi se aperfeiçoando e criando o seu estilo de maquiagem. A sua técnica para trabalhar consiste em uma maquiagem com a pele iluminada, com acabamento leve e bronzeada, tendo como foco principal, os olhos marcantes ou uma boca bem-produzida.

Com seu trabalho excepcional, conquistou clientes de destaque social como modelos de alta costura, celebridades e influenciadores. Dentre suas primeiras clientes estão Gigi Hadid, Bella Hadid, Adriana Lima, DuaLipa, a família Kardashian, Jennifer Lopez, Ariana Grande, Katy Perry entre outras celebridades, figura 16.

Patrick Ta reside em Londres há 11 anos e criou a sua marca *PATRICK TA BEAUTY* em abril de 2019, com a ideia inicial de que todos merecem se sentir bonitos e confiantes, amplificando a beleza natural com produtos de alta qualidade.

Figura 16 – Pannel do maquiador Patrick Ta  
(Da esquerda para a direita: Patrick Ta; Produtos da sua marca; Modelos para o site da marca *PATRICK TA BEAUTY*, com maquiagens elaboradas com os olhares marcantes; Atriz Salma Hayek maquiada com lábios vibrantes e destacados.)



Fonte: Da autora (2024).

## 5 PESQUISA DE TENDÊNCIAS

A sociedade contemporânea percebe o futuro principalmente através de sua capacidade de planejamento. A inovação representa um desafio constante e necessário para as marcas nos dias de hoje. Empresas dedicam recursos significativos na busca por informações antecipadas sobre as tendências de mercado. Diante das mudanças contínuas, especialmente no setor da moda, ter orientação para lidar com as tendências é fundamental para as marcas definirem suas estratégias mercadológicas e construírem vínculos mais duradouros com seus consumidores.

De acordo com uma consulta ao dicionário Aurélio, tendência significa “Inclinação; vocação; propensão; queda; penhor; Força que faz um corpo mover-se.” (Ferreira, 2004, p.770). A definição prova a ideia de movimento tão presente no comportamento volúvel das tendências. Erner (2005) considera que o termo tendência pode ser coloquialmente compreendido como “qualquer fenômeno de polarização pelo qual um mesmo objeto – no sentido mais amplo da palavra – que seduz simultaneamente um grande número de pessoas” (Erner, 2005, p. 104). A concepção de tendência de Erner (2005), vincula-se de modo substancial à ideia de adoção, desejo e posse de um grupo considerável de pessoas em relação a um determinado objeto

A Worth Global Style Network, mais conhecida como WGSN, é uma empresa renomada quando se trata de tendências. De acordo com a metodologia do WGSN, seus pesquisadores internacionais se reúnem duas vezes por ano para analisar informações coletadas das ruas e o que está acontecendo em diversos campos como moda, arquitetura, design, economia e artes plásticas. Essa análise resulta na definição de macrotendências, que evoluem e se desenvolvem ao longo de até 10 anos, prevendo comportamentos e cenários de consumo. Essas tendências são interpretadas de forma específica para áreas como moda, que é a especialidade desse site.

### 5.1 MACROTENDÊNCIAS

De acordo com o que a autora Evelyn Brannon escreve em seu livro *Fashion Forecasting*, as Macrotendências podem ter duração de uma a duas décadas e abarcam mudanças econômicas, políticas e tecnológicas. Elas são altamente impactantes em diferentes setores e relevantes para a construção de novos cenários (Brannon, 2010). Por meio delas, é possível observar os padrões de consumo e comportamento que a sociedade está adotando. Essas tendencias refletem as grandes mudanças sociais, econômicas, tecnológicas e culturais

que ocorrem globalmente. Ao antecipar e responder às macrotendências, as empresas podem posicionar suas marcas de maneira mais eficaz.

Para o presente trabalho foram observadas as tendências da primavera-verão de 2025, referentes ao hemisfério norte. De acordo com Sofia Stipkoyic, repórter do site Steal The Look (2024), o minimalismo dos anos 90 é uma tendência que retorna para o verão 2025, unindo a estética clean (limpa) e descomplicada que valoriza a funcionalidade e a elegância discreta. Logo podemos observar que essas tendências de moda refletem e definem muito no mercado da beleza.

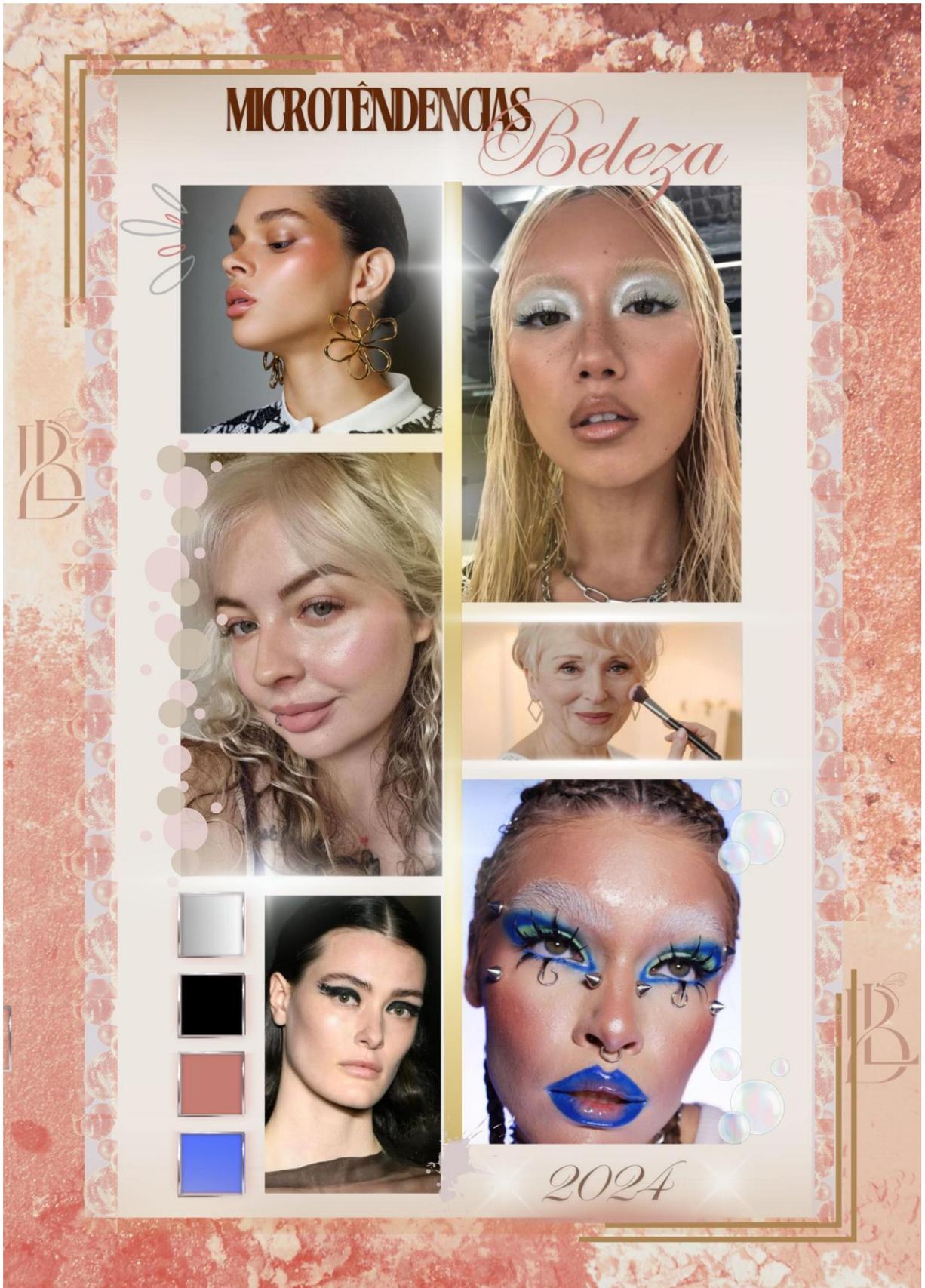
De acordo com Pooja P do site Alibaba Reads (2022), os produtos de beleza vão chegar com designs novos e inovadores, limpos e saudáveis. Muitas marcas priorizarão formulações veganas, além de fontes e embalagens sustentáveis, reutilizáveis e coleções inclusivas. Os consumidores serão atraídos por cosméticos que proporcionem praticidade e tratamento combinado com a maquiagem, e os produtos futuros enfatizarão o brilho e leveza nas formulações. Assim, o que entra em voga acompanhando o mercado de cosméticos é a maquiagem leve, a beleza natural, como por exemplo, sombras veganas de alta pigmentação em tons vibrantes, acabamentos metálicos, cintilantes e foscos, já o blush com foco em um brilho natural e radiante estarão em alta.

## 5.2 MICROTENDÊNCIAS

Por sua vez, as microtendências são fenômenos de duração temporal inferior quando comparadas às macrotendências, também alcançando abrangência e amplitude. Elas são altamente representativas da volatilidade contemporânea.

As microtendências observadas para a primavera-verão de 2024\2025 apontam que os anos 90 voltam refletindo um visual marcante na beleza, principalmente nas maquiagens com olhos escuros, bem-marcados e a beleza natural mencionada anteriormente. E por fim, como inovação, para um público mais ousado e sedento por novidades, uma beleza inspirada no metaverso, com cores mais ousadas e combinações cromáticas, enfeites brilhantes, acabamentos futuristas e formas artísticas que ultrapassam os limites da beleza convencional.

Figura 17– Prancha de Microtendências de Beleza



Fonte: Da autora (2024).

## 6 DESENVOLVIMENTO DO EDITORIAL

A proposta do presente editorial foi desenvolvida no intuito de contemplar o seguimento de beleza e promover a marca da autora Livia Bonin Makeup em um editorial de beleza simulado para a revista Elle Beautè, uma edição especial de beleza da revista Elle Brasil lançada no ano de 2023. O editorial terá como inspiração o desfile de alta-costura, Primavera-Verão 2024 da Maison francesa Schiaparelli, desenvolvida pelo estilista Daniel Rosebery denominado “schiaparalien”, onde o designer resgata diversos momentos do passado da marca lincando com o presente.

Assim como na coleção, a ideia principal do editorial é exaltar a beleza feminina por meio de maquiagens inesperadas. Isso inclui não apenas as inspirações nas maquiagens do desfile, mas também a criação de maquiagens artísticas baseadas nas roupas da coleção, utilizando adereços, texturas e cores. Sendo a ideia principal, valorizar o rosto das modelos em maquiagens criativas e sofisticadas, oscilando entre o estilo clássico, artístico e de vanguarda.

### 6.1 PÚBLICO-ALVO

A revista Elle é uma publicação direcionada ao público feminino, tendo como principais temáticas assuntos relacionados à moda, beleza e comportamento, sendo que o nome da revista é a tradução, em francês, do pronome "ela". A publicação Elle tem definido em seu nome a representação da consumidora ao qual se dirige, um termo abrangente a todas as leitoras. Segundo informações de Liana Costa do Carmo (2016), a Elle foi criada em Paris, na França, no ano de 1945, pela jornalista de origem russa Hélène Gordon-Lazareff e seu esposo Pierre Lazareff, durante o período de recuperação econômica da Europa no pós-guerra, anos posteriores ao fim da Segunda Guerra Mundial, época perfeita para lançar uma revista para mulheres modernas e apaixonadas por moda, que buscavam por melhores dias e otimismo. Gordon-Lazareff criou a revista feminina como uma publicação semanal, sendo o primeiro exemplar a chegar às bancas no dia 21 de novembro de 1945, vendendo cerca de 700 mil exemplares, e ainda, segundo o site Mundo das Marcas, “a capa continha uma bela mulher de casaco vermelho e chapéu preto segurando um gato. Um estrondoso sucesso” (2006, n.p.). Liana Costa do Carmo relata sobre o seu conteúdo e consumidoras dizendo que:

Aliava imagens de moda a conteúdos sobre liberdade, feminismo e consumo, a publicação tinha como objetivo transpor as ideias da Alta Costura francesa para roupas a preços acessíveis. Vendida por um preço mais baixo do que as outras publicações da época, a revista era direcionada para a jovem mulher francesa com um orçamento modesto (Carmo, 2016, p.14).

A escritora e jornalista Françoise Giroud foi, no início, a redatora-chefe, mulher que imprimiu grande estilo e personalidade da publicação, pois como descreve o site Mundo da Marcas: “a revista chegava ao mercado com a missão de atualizar a mulher e propor ideias para que ela deixasse tudo, do guarda-roupa à casa, muito mais bonito com pouco dinheiro” (2006, n.p.).

No ano de 1969, a revista lançou sua primeira edição internacional no Japão. O sucesso foi tamanho que a Elle superou a marca de 1 milhão de exemplares comercializados mensalmente. Já no ano de 1981, Daniel Filipacchi e Jean-Luc Lagardère proprietários do grupo Hachette Magazines, adquiriram a revista e começaram a expansão da publicação, lançando edições por todo planeta, como por exemplo, nos Estados Unidos e Inglaterra no ano de 1985, na Itália em 1987, e a edição brasileira chega às bancas no ano de 1988, em grande estilo, com capa verde-amarela fotografada por J.R.Duran, renomado fotógrafo brasileiro e a modelo Julie Kowarick uma das três finalistas do concurso *Super Model of the World*, daquele ano. A jornalista e fotografa Patrícia Finotti diz que no ano de 2018 a publicação comemorou 30 anos de Brasil fazendo uma releitura da sua primeira capa para a edição do mês de janeiro, fotografada por Nicole Heiniger que agora é reinterpretada pela modelo negra Nayara Oliveira, figura 18, a seguir.

Figura 18 - Capas da revista Elle

(Da esquerda para a direita: primeira edição, maio de 1988; Edição comemorativa dos 30 anos no Brasil, janeiro de 2018)



Fonte: Da autora, (2024).

Sobre as capas das edições nacionais, Susana Barbosa, diretora de redação do título, explica a jornalista Patricia Finotti que:

Nos últimos anos, a revista quebrou paradigmas com capas que fizeram história e foi pioneira ao se engajar no debate sobre gênero e representatividade na moda. Por tudo isso, nada mais natural do que recriarmos a nossa primeira capa, agora com a modelo Nayara Oliveira, em vez de retratarmos mais uma vez o padrão de beleza europeu que reinou absoluto por algumas décadas, mas temos consciência de que ela ainda não é suficiente (Finotti, 2018, n.p.).

Segundo Ivan Reis, repórter do site IAM - Inteligência em Moda, a revista Elle vem para o Brasil em 1988 através da prestadora de serviço Editora Abril, sediada em São Paulo, integrante do Grupo Abril. Com mais de 30 anos no mercado brasileiro a publicação foi finalizada. Ivan Reis complementa dizendo que:

O título foi descontinuado devido às transformações do fazer notícia nos últimos anos. Com a ascensão da internet, as práticas do jornalismo foram reinventadas para conseguir e manter audiência. O digital cresceu e abalou estruturas do impresso. Em 6 de agosto de 2018, uma reunião com colaboradores anunciou o triste fim de Elle Brasil e outros dez títulos da Abril (Reis, 2020, n.p.)

Atualmente, sob o comando da Editora Papaki, desde o ano de 2020, a Elle Brasil, ampliou o seu cardápio de publicações nas mais diversas áreas e com isso alcança um público

maior. Encontra-se na internet com conteúdos exclusivos para assinantes, em redes sociais, em plataformas móveis (por meio de aplicativos) e em versões impressas. A versão 100% digital é denominada de ELLE View, publicação mensal para assinantes com conteúdo exclusivo e diferente da impressa, trazendo novidades do universo da moda e beleza através de ensaios fotográficos, análises de desfiles, tendências, além de reflexões da atualidade, num total de 10 edições por ano. A ELLE impressa, é considerada o carro chefe da publicação, em formato grande e acabamento de livro, própria para colecionar. Com assuntos voltados para moda, beleza e arte, apresentados em 4 volumes anuais. Já a Elle Men, é dirigida ao universo masculino com reportagens, matérias e editorias de moda. Enquanto a Elle Decoration aborda conteúdos de arquitetura, design, arte e decoração. A Elle à Table é voltada para os amantes da gastronomia e da boa mesa, com receitas e entrevistas com grandes chefs. E por fim, Elle Beautè que será discorrida mais detalhadamente a seguir.

Figura 19 – Publicações atuais das revistas Elle Brasil, 2024



Fonte: Da autora (2024).

A Elle Beautè é 100% dedicada ao universo da beleza, lançada em 2023, cuja publicação servirá como base para simulação do editorial de beleza, objeto principal desta pesquisa. A revista tem como diretora editorial Susana Barbosa e o editor Pedro Camargo, que discorre na carta do editor, sobre o foco da publicação mais pautada “pela nossa maneira de entender a beleza, que ao mesmo tempo abraça o escapismo proporcionado por ela, critica as estruturas que regem os padrões hegemônicos e propõe ideias refinadas para os visuais de agora e – por que não – do futuro” (Camargo, 2023, p. 4). Para a revista, a Beleza é também comportamento, política, sociedade, cultura, semiótica, psicologia, filosofia e muito mais, e ainda, contem imagens criativas e deslumbrantes criadas pelos profissionais mais celebrados do mercado editorial, pois a ELLE Beauté fala de sonho, de belezas surreais, de belezas que comovem. Todas essas edições impressas podem ser adquiridas através de assinaturas ou exemplares avulsos em bancas de revistas, principalmente das grandes cidades e capitais, e os preços variam de R\$ 58,00 a R\$ 68,00.

Figura 20 – Prancha Público-alvo Elle Beauté



## 6.2 TEMA SCHIAPARALIEN

Como já descrito anteriormente, o objetivo principal desta pesquisa é a realização de um editorial de beleza, inspirado no desfile de Alta-costura da Maison Schiaparelli Primavera-Verão 2024 denominado “*shiaparialien*”, portanto nesta seção faremos um breve relato sobre a história da marca, bem como aprofundaremos no conceito e maquiagens deste desfile, fonte principal de inspiração deste trabalho.

A italiana Elsa Schiaparelli, figura 21, nasceu em Roma no dia 10 de setembro 1890, vindo a falecer em Paris, aos 83 anos em 1973, tornou-se uma estilista famosa principalmente nas décadas de 20, 30 e 40 por suas criações revolucionárias para o público feminino. Era a segunda filha de um casal culto e abastado, que apesar de ter tido a oportunidade de frequentar uma escola na época, privilégio de poucas jovens, no entanto, lhe foi negada a oportunidade de ter um ofício. Charlotte Seeling (2009) relata que “interessava pela música, pelo teatro e pela arte, e em especial pelos futuristas radicais. Mas não seguia nada com seriedade. Finalmente decidiu-se pela Filosofia e desenvolveu uma paixão pela poesia” (Seeling, 2009, p.143).

Casou-se em 1914, aos 23 anos, era uma mulher culta, sensível, suave e teimosa, mas faltava-lhe o dote da beleza. Com seu marido, o conde William de Wendt de Kerlor, um teosofista, viveu em Nice, na França e Nova York, nos Estados Unidos. O casal vivia com o dinheiro do dote que os pais de Elsa pagaram no casamento. Desse relacionamento teve a primeira e única filha Maria Luisa Yvonne em 1920, apelidada de Gogo, que com poucos meses de idade teve poliomielite, Elsa tinha então 29 anos. Mas em 1922, o dinheiro andava curto e a vida começou a ficar difícil, após a traição de William com a bailarina Isadora Duncan, o casal se separou. Elsa Schiaparelli decidiu voltar para a Europa, onde havia, na época, tratamentos mais desenvolvidos para a doença da filha. Por isso, ao invés de ir para Roma, foi para Paris. Durante o dia trabalhava em um antiquário e a noite frequentava bares e restaurantes que reuniam artistas e boêmios. Charlotte Seeling complementa dizendo:

Aí começou a andar-se com artistas, alguns dos quais já conhecia de Nova Iorque, por exemplo, Man Ray. Encontravam-se em Le Boeufsur Le Toit, onde naquela altura os parisienses iam beber e dançar. Cocteau, Picasso, Francis Picabia, André Gide, Igor Stranvisky e, evidentemente Coco Chanel nessa altura já com bastante sucesso (Seeling, 2009, p.144).

Figura 21- Elsa Schiaparelli (1973)



Fonte: Condé Nast (2024).

Aos 32 anos a estilista e a moda se encontraram. Curiosamente, Seeling (2009) diz que tudo acontece quando ela vai de companhia de uma americana rica em uma passagem de modelo no ateliê de Paul Poiret, um grande estilista da época. Quando sugere que Elsa experimente um belo casaco de veludo preto de riscas vivas e o compre, Elsa respondeu que “não tinha dinheiro e que, de qualquer maneira, não teria oportunidade de vestir uma peça tão nobre”, e Poiret respondeu “uma mulher como você pode usar tudo em todo lado. E não precisa se preocupar com dinheiro. O casaco de veludo foi o primeiro de uma série de presentes de Poiret para a Schiaparelli” (Seeling, 2009, p.144). No entanto, o maior presente para ela foi conhecer o seu trabalho de perto e o incentivo que lhe deu para ingressar no campo da moda. E então, depois de ter conhecido a alta-costura de perto, começou a desenhar roupas. Como muito bem esclarece o autor Marco Sabino, resumidamente:

Em 1922, em Paris, onde começou a fazer tricôs para garantir sua independência financeira. Foi a partir de modelo de chandall de uma amiga que imaginou modelos de suéteres decorados com laço e gravatas em trompe-l’oeil. Logo depois, criou peças de roupas casuais, vestidos para noite e perfumes. Em 1935, instalou-se no número 21 da Place Vendôme, tendo sido o projeto de sua loja assinado por Jean-Michel Franke o ambiente decorado com peças de Diego Giacometti (Sabino, 2007, p.250).

No final da década de 1920, de acordo com Arianna Piazza e Viviam Whiteman (2015) a combinação entre moda vanguardista e surrealismo ofereceu um antídoto ao funcionalismo

do modernismo. A estilista Elsa Schiaparelli foi a principal responsável por isso, destacando-se pelo uso inovador do trompe-l'oeil em suas peças de malha. A Figura 22 apresenta o seu primeiro sucesso comercial, o suéter de laço em trompe-l'oeil. Segundo Ligia Helena, repórter do site Elle Brasil (2020), a expressão francesa "Trompe-l'oeil", que significa "enganar o olho", refere-se a uma técnica artística que utiliza truques de perspectiva para criar ilusões ópticas. Os suéteres foram apreciados pela alta sociedade por sua irreverência e exclusividade, e ainda, elogiados pela editora de moda da Vogue como uma "obra-prima".

Segundo Marnie Fogg (2013) em sua biografia, "Uma Vida Chocante" (1954), Schiaparelli relata que o suéter causou grande impacto no almoço que ela ofereceu no Hotel Ritz de Paris. A ideia da peça surgiu após Schiaparelli se impressionar com um suéter tricotado à mão por uma amiga, que usava uma técnica especial com três agulhas, dando à peça uma textura firme semelhante ao tweed. Essa técnica foi desenvolvida pela imigrante armênia Aroosiag Mikaelian e seu irmão. Mesmo sem saber tricotar, Schiaparelli criou um esboço de um suéter com um grande laço e detalhes em trompe-l'oeil. A crescente demanda levou a mais tricoteiras armênias a Paris, popularizando a técnica conhecida como "armênia".

Figura 22- Suéter Trompe-oeil (1927)



Fonte: Museu de arte Filadélfia (2024).

De acordo com Charlotte Seeling (2000) em 1928, Elsa Schiaparelli abre um ateliê na Rue de La Paix, começando com roupas esportivas como trajes de banho em jérsei e macacões de esqui, além de pulôveres com desenhos ousados. Com o tempo, passa a criar vestidos de

noite de alta-costura. A moda de Schiaparelli surge como uma resposta à necessidade de redefinir o papel e a aparência da mulher nos anos 1930.

Em um mundo predominantemente masculino, as criações de Schiaparelli ofereceram um novo estilo para a mulher moderna. Durante o dia, ela utiliza vestidos de linhas retas e formas simplificadas, muitas vezes inspirados no vestuário masculino, funcionando como uma espécie de "uniforme defensivo". Essas peças são enriquecidas com aplicações e acessórios que introduzem uma feminilidade irônica, influenciada pelas vanguardas artísticas da época. À noite, o vestuário revela uma sensualidade igualmente ousada e extravagante, permitindo à mulher expressar sua liberdade e individualidade através de suas escolhas de estilo e aparência.

Na segunda metade dos anos 1930, Charlotte Seeling (2000) descreve que Schiaparelli fortalece sua conexão com o surrealismo e a arte contemporânea. Suas criações, que incluem desde vestidos e chapéus até joias e botões, são extremamente inovadoras e frequentemente contam com a colaboração de importantes artistas da época. A mudança da marca para a Place Vendôme em 1935 marca sua consolidação como uma das grandes casas parisienses.

A criatividade de Elsa Schiaparelli parecia ser infinita. Durante os cinco anos entre a inauguração de seu salão na Place Vendôme e o início da Segunda Guerra Mundial em 1939, ela viveu seus anos mais brilhantes. Figuras influentes como Nancy Cunard e Daisy Fellowes, herdeiras de grandes fortunas, abandonaram as criações de Coco Chanel e Jean Patou em favor das de Schiaparelli. A imprensa estava repleta de elogios à sua inventividade e originalidade, atraindo a atenção de muitos artistas.

Colaboraram com ela pintores como Christian Bérard, Vertès e Van Dongen, além de personalidades como Louis Aragon, Cecil Beaton e Man Ray. Entre suas coleções mais marcantes estavam "Stop, Look and Listen", "Circo", "Borboletas", "Commediadell'Arte", "Astrologia" e "Cash and Carry", cada uma superando a anterior em termos de inovação e apresentação.

Elsa Schiaparelli fez parcerias icônicas, como sua primeira em 1931 com a escritora russo-francesa Elsa Triolet para criar o icônico Colar de Aspirina, que é composto de contas de porcelana que lembram os comprimidos analgésicos. Já em 1935, Salvador Dalí projetou um pó compacto no formato de um mostrador de telefone, primeira colaboração, seguida por muitas outras, segundo informações Maison Schiaparelli (2024). Em 1937, segundo Ariana Pizza (2015) lança o perfume Shocking, cujos detalhes meticulosos e ousados são voltados para o frasco, a embalagem e a publicidade. Figura 23 exhibe como o frasco é modelado com o formato clássico

de um manequim de costureira, utilizando a técnica de trompe l'oeil. Já o icônico vestido de organza de seda, decorado com uma estampa de lagosta pintada à mão e ramos de salsa, foi criado em 1937 por Elsa Schiaparelli e desenhado por Salvador Dalí. Além disso, também em 1937 Jean Cocteau elaborou bordados poéticos que se transformaram em autênticas obras de arte. Elsa não se limitou a essas colaborações, e continuou realizando diversas outras.

Figura 23- Pannel de colaborações de Elsa Schiaparelli

(Da esquerda para a direita: colar de aspirina, 1931; Pó compacto 1935; Perfume Shocking 1937; Vestido lagosta, 1937; Terno bordado, 1937.)



Fonte: Da autora (2024).

Quando a guerra iniciou, de acordo com Charlotte Seeling (2000) Elsa Schiaparelli refugiou-se nos Estados Unidos, retornando à França em 1945. Porém, enfrentava dificuldades financeiras, pois se recusava a pôr em risco suas criações por questões econômicas. Suas criações pós-guerra pareciam inadequadas para a época. Apesar disso, continuou a produzir perfumes, cujas licenças manteve até sua morte em 1973. Schiaparelli encerrou seu trabalho na moda em 1954, no mesmo ano em que Coco Chanel retornava a Paris após um exílio de 15 anos.

Segundo a Maison Schiaparelli (2024), a linha do tempo segue com o retorno da Maison de Alta-Costura no ano de 2012, localizada no Hôtel de Fontpertuis, na 21 place Vendôme, em Paris. O primeiro desfile de alta-costura acontece em julho de 2013, na Semana de Moda em Paris, já que o estilista Monsieur Cristian Lacroix cria uma coleção dedicada a Elsa Schiaparelli. Contudo, a Maison é premiada e reconhecida com o selo oficial Haute Couture pelo Ministério da Indústria Francês e pela Federação Francesa de Costura em 2017.

Figura 24- Painel desfile de alta costura dedicado a Elsa Schiaparelli em 2013  
(Da esquerda para a direita: Cristian Lacroix na criação do desfile; Selo oficial de Haute Couture 2017 e local do desfile; Detalhes de uma das roupas do desfile.)



Fonte: Da autora (2024).

No entanto, o atual diretor artístico e diretor da Maison, o americano Daniel Roseberry, figura 25, assumiu o cargo em 2019. Roseberry nasceu em 1985 em Plano, Texas. Filho de um padre e de uma artista, ele e seus três irmãos cresceram em um ambiente profundamente religioso. Inicialmente, cogitou em seguir a carreira ministerial. Após o ensino médio, embarcou em missões de serviço cristão, viajando para lugares como Havai, Jordânia, Paquistão e diversas regiões de Israel. O seu encontro com a moda aconteceu nos Estados Unidos, quando ingressou no Fashion Institute of Technology em Nova York, e que após dois anos, deixou para começar a trabalhar na Thom Browne, casa de alfaiataria sediada em Manhattan. Permaneceu na casa ao longo de dez anos, criando coleções masculinas e femininas, onde tornou-se chefe de design.

Figura 25 - Daniel Roseberry (2019)



Fonte: Arquivo Schiaparelli (s.d.).

Em 2019, assumiu o cargo de diretor artístico da Maison Schiaparelli. Tornou-se conhecido por ressuscitar alguns dos códigos e iconografias mais amados e influentes da Maison, ao mesmo tempo em que prestava homenagem ao amor de sua fundadora pelo surrealismo. Inclusive, subverteu muitos desses mesmos códigos, contribuindo com um novo vocabulário estético, com o uso frequente de joias e ferragens de ouro, jeans reaproveitado, peitorais e partes do corpo de couro e metal moldados. Como a própria Schiaparelli, que era conhecida por suas inovações técnicas, Roseberry particularmente tem interesse em experimentar tecidos novos ou improváveis, e ainda, deflagrar ideias do que a alta-costura deve ser.

De acordo com as informações retiradas do site da Maison Schiaparelli (2004), a coleção de Alta-costura Primavera-Verão 2024, denominada “*Schiaparialien*”, foi elaborada pelo diretor criativo Daniel Roseberry. O que serviu como base de inspiração para a criação da coleção foi a obsessão de Elsa por astrologia, um hobby que veio de família. (A astrologia é um sistema de conhecimento que estuda a influência dos astros na personalidade e nos acontecimentos terrestres, baseando-se na posição dos planetas e signos do zodíaco. Segundo Champion (2008), trata-se de uma prática antiga que combina observação astronômica com interpretação simbólica, sendo utilizada em diversas culturas ao longo da história.) Em 1877, o tio de Elsa Schiaparelli, Giovanni Schiaparelli, diretor do Observatório Brera em Milão, descobriu uma série de canais, uma área grande, marcando a superfície de Marte. Ele também cunhou o termo “marciano”. A coleção é uma homenagem a Elsa, um estudo em contradições, do legado e da vanguarda, do belo e do provocativo, do terreno e do enviado do céu. Essa é uma das filosofias que norteiam a Maison. A Maison Schiaparelli (2024) nos informa que, a arte e a natureza os ensinaram que as coisas e ideias que parecem opostas umas às outras também podem se combinar para criar fantasias surpreendentes, objetos compostos de partes familiares que, quando unidos, criam algo inesperado e novo.

Os looks da coleção, alguns exemplificados na figura 26 e 27, estão alinhados a essa tradição, combinando técnicas do velho mundo “como rendas de guipura bordadas, apliques de veludo e renda e franjas de chenille cortadas e bordadas à mão” com formas, padrões e referências do novo mundo “como um vestido de microchip com placa-mãe e strass incrustado com artefatos tecnológicos pré-2007”.

A coleção também une referências abstratas e iconografias do Texas, o estado natal de Daniel Roseberry, como a bandana, refeita em paillettes pintadas à mão; à bota de cowboy; os

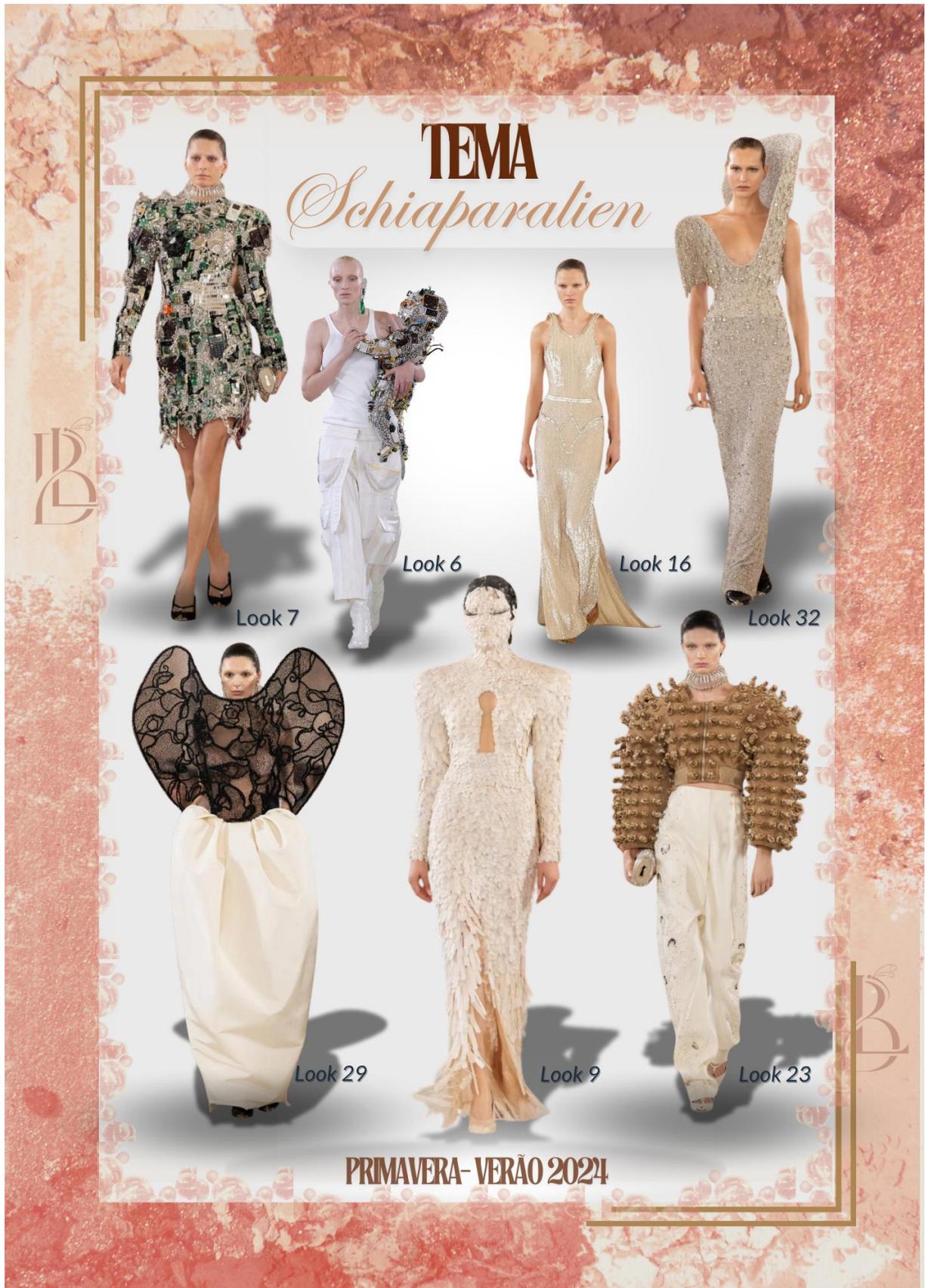
icônicos nós de adestramento de tranças de cavalo refeitos como pontas de cetim de seda em uma jaqueta bomber de camurça camelo, e um terno espartilho jeans branco.

Segundo Giuliana Mesquita repórter do site Elle view, o destaque está na criação surrealista de jaquetas com ombros e cinturas arredondadas, decotes que se projetam para fora do corpo, saias balonê, ombros e mangas exagerados. O vestido longo com um buraco de fechadura no peito apresentado na figura 26 e 27, inclui plumas de madrepérola que cobrem o corpo e o rosto, criando formas quase alienígenas. Esta maquiagem, que cobre o rosto inteiro, é a única que se desvia do padrão clássico, explorando uma abordagem mais artística. O restante das maquiagens do desfile segue um estilo tradicional, com esfumados em tons neutros que adicionam profundidade ao olhar, e uma pele iluminada e natural, acompanhada de sobrancelhas claras e lábios em tons suaves. Elsa era famosa por seus códigos, como buraco da fechadura, a fita métrica, partes anatômicas do corpo e nessa coleção tem incorporado em joias, sapatos, bolsas e bordados, uma mensagem secreta da Maison para a mulher que os usa. O resultado da coleção é uma série de perfis tanto familiares quanto não, parte humanos, parte outra coisa. E, portanto, totalmente Schiaparelli.

Para concluir, Elsa Schiaparelli imprimiu um espírito inovador na moda do século XX, destacando-se por sua originalidade e visão revolucionária em áreas como roupas esportivas, alta-costura, arte, fragrâncias e na transformação de elementos cotidianos em criações sofisticadas. E ainda, estabeleceu colaborações icônicas com artistas como Dalí, Cocteau, Man Ray, Giacometti e Marcel Vertès. Atualmente, a Maison Schiaparelli mantém essa rica herança, oferecendo às mulheres do século XXI um estilo audacioso e um charme eterno.

A proposta da autora é utilizar seus conhecimentos adquiridos em sua formação no curso do Bacharelado em Moda e em maquiagem para criar um editorial de beleza que conecte esses dois campos. O objetivo é criar maquiagens tradicionais e clássicas, inspiradas nas criações do desfile, também, maquiagens artísticas que reflitam as roupas apresentadas. Isso inclui a exploração de texturas, cores, formas e aplicações que harmonizem com o visual do desfile.

Figura 26 – Prancha de Tema 1



Fonte: Da autora (2024).

Figura 27 – Prancha de Tema 2



Fonte: Da autora (2024).

### 6.3 CROQUIS DE MAQUIAGEM/INSPIRAÇÃO

Figura 28 – Croqui de Maquiagem 1



Fonte: Da autora (2024).

Figura 29 – Inspiração Croqui de Maquiagem 1

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 1**



**Look 7**

Vestido robô realçado por ombros exageradamente arredondados, inteiramente bordado com joias de cristal Swarovski e chips eletrônicos em prata e verde.

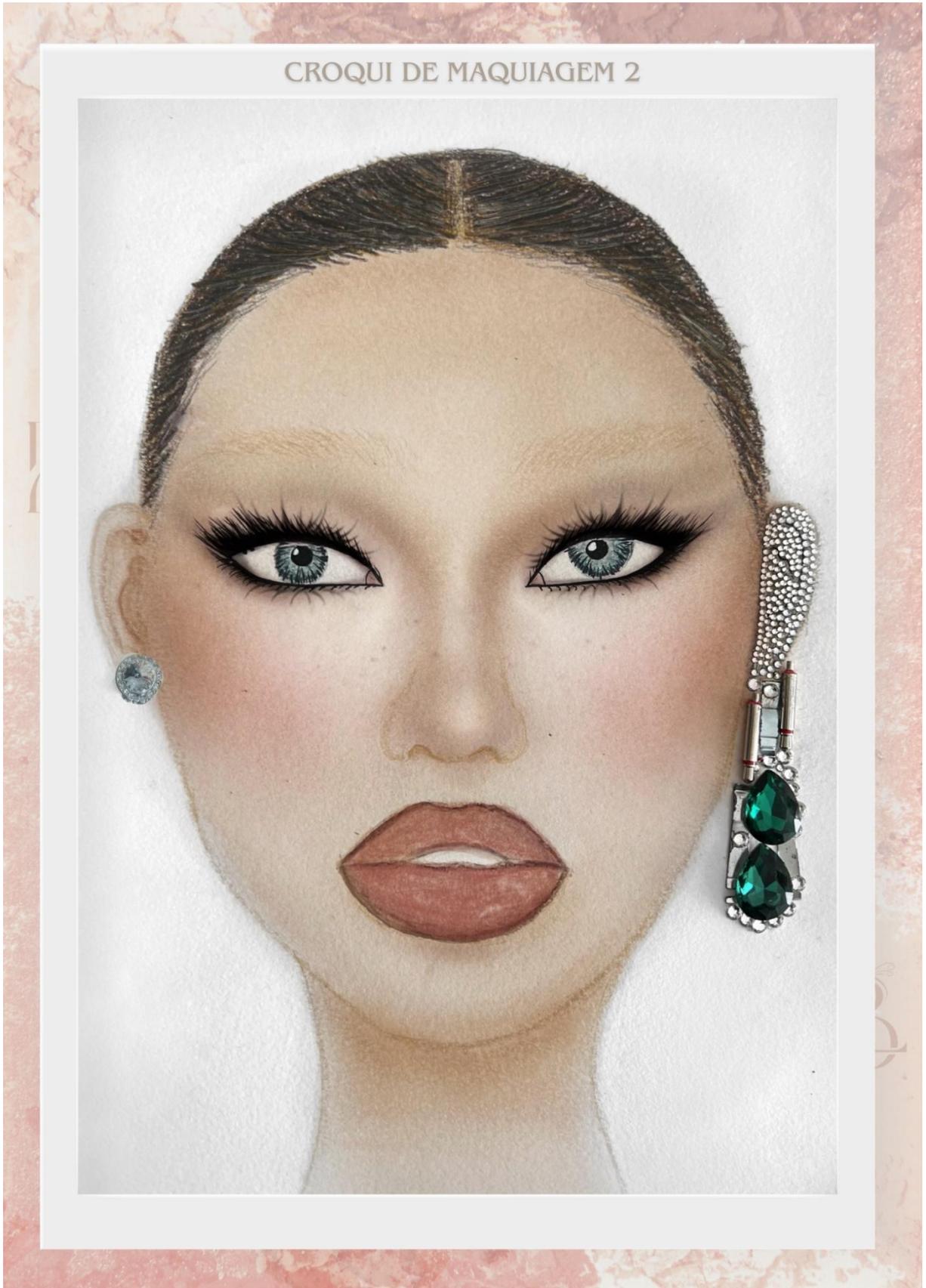
Pulseira curva de inspiração vintage em acrílico e cristais Swarovski e minaudière combinando com detalhe exclusivo Keyhole nas pontas.

Mulas de couro preto inspiradas em cowboys, enfeitadas com biqueira de metal e saltos característicos em formato de "S".

Fonte: Maison Schiaparelli

*A maquiagem inspirada no look 7 será elaborada com a incorporação de um acessório tecnológico de um lado do rosto, com elementos em strass, fios e chips, assim como aplicados no vestido. Nos olhos, do lado oposto ao acessório, uma maquiagem glamourosa com um toque tecnológico, criando harmonia com o acessório. A pele segue o efeito natural assim como a maquiagem da modelo. Nos lábios um tom de nude rosado para equilibrar o visual. Adicionalmente, as cores do vestido serão utilizadas como base para a paleta de maquiagem, empregando tons de verde, prata e preto.*

Figura 30 – Croqui de Maquiagem 2



Fonte: Da autora (2024).

Figura 31 – Inspiração Croqui de Maquiagem 2

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 2**



**LOOK 6**

Regata off-white em jersey canelado usada sobre um corset combinando. Calças “do avesso” adornadas com listras de apliques tonais de crina de cavalo, bolsos extragrandes e dragonas invertidas em faille de seda branca tonal.

Boneca de espuma totalmente bordada com joias de cristais Swarovski, microchips e dispositivos de tecnologia analógica.

Botas cowboy em couro branco envernizado com efeito de crocodilo, com incrustação de uma assinatura modelada de orelha, coberta com piercings de strass.

Fonte: Maison Schiaparelli

*A maquiagem, inspirada no look 6, é clássica, assim como a da modelo, com tons claros e pele iluminada. Os olhos são levemente marcados e esfumados. Nos lábios, um tom de nude rosado harmoniza com o visual. O destaque da beleza fica por conta do acessório, que é inspirado no que a modelo usa, com a orelha cravejada de strass e um detalhe que remete a um circuito eletrônico.*

Figura 32 – Croqui de Maquiagem 3



Fonte: Da autora (2024).

Figura 33 – Inspiração Croqui de Maquiagem 3

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 3**



**LOOK 13**

Conjunto composto por um top montado sobre uma estrutura metálica, totalmente coberto por fios e bordado à mão em estilo guipure, acompanhado por uma saia lápis combinando, também totalmente bordada. O guipure incorpora os códigos de assinatura da Maison, como o cadeado, a boca, a fenda Keyhole, entre outros.

Brincos de fio com cristais Swarovski, finalizados com pérolas. Bracelete espiral e anel em formato de esfera combinando, ambos com pavê de strass em estilo retrô.

Mules de couro preto inspiradas no estilo cowboy, com biqueira metálica e saltos em formato "S", assinatura característica da marca.

Fonte: Maison Schiaparelli

*A maquiagem, inspirada no look 13, traduz artisticamente a renda para o rosto de maneira ousada, acompanhando o formato do vestido. Nos olhos, é criada uma máscara de renda com pérolas. A pele tem acabamento natural e iluminado. Nos lábios, um batom vermelho marcante contrasta com os tons de nude e bege.*

Figura 34 – Croqui de Maquiagem 4



Fonte: Da autora (2024).

Figura 35 – Inspiração Croqui de Maquiagem 4

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 4**



**Look 29**

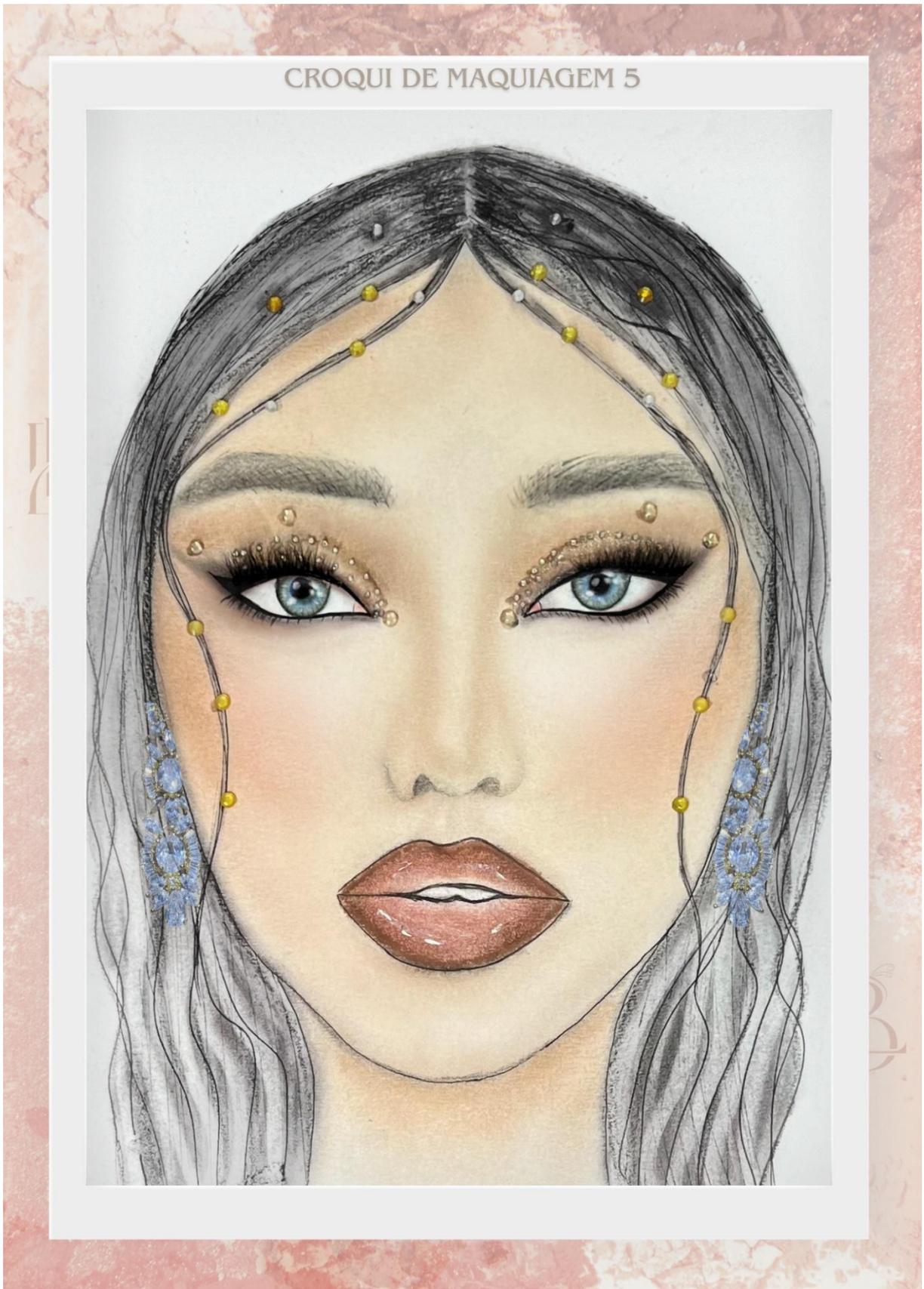
*Top montado em estrutura metálica inteiramente revestido com fios pretos bordados com incrustações de tule rendado e cristais Swarovski tonais apresentando os formatos característicos da Maison, como o Cadeado, a Fechadura, a Boca, etc. Saia longa volumosa "Morango" em faille de seda branca.*

*Brincos de cristal Swarovski com o Keyhole exclusivo da Maison. Mulas inspiradas em cowboys em couro preto, enfeitadas com biqueira de metal e saltos característicos em formato de "S".*

*Fonte: Maison Schiaparelli*

*A maquiagem inspirada no look 29 será elaborada criando um visual glamouroso. Nos olhos delineados em curvas que remetem ao fio do design do top da roupa. No olho direito, foi acrescentado um detalhe que dialoga com os códigos da Maison, uma fechadura em strass, a fim de reforçar a conexão com o top. Quanto às cores, serão utilizadas as cores semelhantes ao vestido, preto para os olhos e um tom neutro nos lábios, criando uma harmonia entre os elementos. A pele segue o acabamento natural assim como a maquiagem da modelo e o cabelo segue o efeito molhado.*

Figura 36 – Croqui de Maquiagem 5



Fonte: Da autora (2024).

Figura 37 – Inspiração Croqui de Maquiagem 5

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 5**



**Look 16**

Vestido regata todo em lantejoulas nude e incrustações de strass baguete, com motivo de cueca boxer masculina trompe l'oeil em lantejoulas prateadas contrastantes, com cauda franzida nas costas.

Mulas de camurça bege inspiradas no estilo cowboy com biqueira de metal e saltos característicos em formato de "S".

Mulas de couro preto inspiradas em cowboys, enfeitadas com biqueira de metal e saltos característicos em formato de "S".

Fonte: Maison Schiaparelli

*A maquiagem inspirada no look 16, será elaborada com um estilo clássico, utilizando tons neutros com toques de dourado e perolado, caracterizados por brilho e glamour, em sintonia com o vestido. O olhar foi realçado por meio de um esfumado que valoriza os olhos, conferindo à maquiagem um aspecto sofisticado e sedutor, alinhado à elegância da peça. A pele tem efeito natural, assim como a maquiagem da modelo. E nos lábios um tom de nude marrom harmonizando com o visual.*

Figura 38 – Croqui de Maquiagem 6



Fonte: Da autora (2024).

Figura 39 – Inspiração Croqui de Maquiagem 6

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 6**



**Look 25**

*Vestido coluna em veludo elástico preto com sutiã vazado em formato de laço na parte superior.*

*Brincos em formato de espiral alienígena em metal prateado com pérolas no topo.*

*Mulas inspiradas em cowboys em couro preto com biqueira de metal e saltos característicos em formato de "S".*

*Fonte: Maison Schiaparelli*

*A maquiagem inspirada no look 25 será elaborada com um delineado gráfico esfumado, que segue os recortes em formato de laço da parte superior do vestido. A pele e as sobrancelhas segue o efeito natural assim como a maquiagem da modelo. Nos lábios, foi escolhido um tom de nude rosado, que preserva a elegância e se alinha perfeitamente ao conceito do look.*

Figura 40 – Croqui de Maquiagem 7



Fonte: Da autora (2024).

Figura 41 – Inspiração Croqui de Maquiagem 7

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 7**



**LOOK 30**

Vestido de tule nude transparente, totalmente bordado com cristais Swarovski, acompanhado por um longo lenço de jersey preto para velar a nudez.

Mules de couro preto inspiradas no estilo cowboy, adornadas com biqueira metálica e saltos em formato de "S", assinatura característica da marca.

Fonte: Maison Schiaparelli

*A maquiagem, inspirada no look 30, é brilhante e marcante, em sintonia com o vestido. Nos olhos, uma pincelada de dourado se estende até o cabelo, criando um efeito editorial, com aplicações de strass semelhantes ao do vestido. A pele tem acabamento natural, mantendo o foco nos olhos. Nos lábios, um tom de marrom intenso contrasta com os tons claros (dourado, marrom, bege). O lenço no pescoço é essencial para harmonizar com o look e a maquiagem.*

Figura 42 – Croqui de Maquiagem 8



Fonte: Da autora (2024).

Figura 43 – Inspiração Croqui de Maquiagem 8

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 8**



**Look 32**

Vestido assimétrico com gola desestruturada e decote vertiginoso, fenda nas costas inteiramente bordada com lantejoulas prateadas, cristais, strass e borlas para um efeito "vibratório".

Anel de esfera combinando com pavé de cristais Swarovski de inspiração retrô.

Mulas de couro preto inspiradas em cowboys, enfeitadas com biqueira de metal e saltos característicos em formato de "S".

Fonte: Maison Schiaparelli

*A maquiagem inspirada no look 32 será elaborada com o objetivo de refletir o glamour e o decote do vestido. Nos olhos, um delineado gráfico esfumado que segue os recortes e tons da peça, enriquecido com brilho e pedrarias, de forma à realçar o olhar de maneira harmônica. A pele tem acabamento natural assim como a da modelo. Nos lábios, uma tonalidade nude elegante, com contorno, que complementa de maneira perfeita o visual.*

Figura 44 – Croqui de Maquiagem 9



Fonte: Da autora (2024).

Figura 45 – Inspiração Croqui de Maquiagem 9

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 9**



**LOOK 6**

Jaqueta assimétrica em veludo técnico preto com efeito crocodilo, destacada por uma gola oversized em cetim branco contrastante, bordada com microtubos tonais, strass e fios de seda, além de fivelas prateadas inspiradas no estilo cowboy, que exibem os códigos da Maison. Calças de algodão denim extra largas.

Brinco de resina e strass inspirado em um circuito eletrônico.

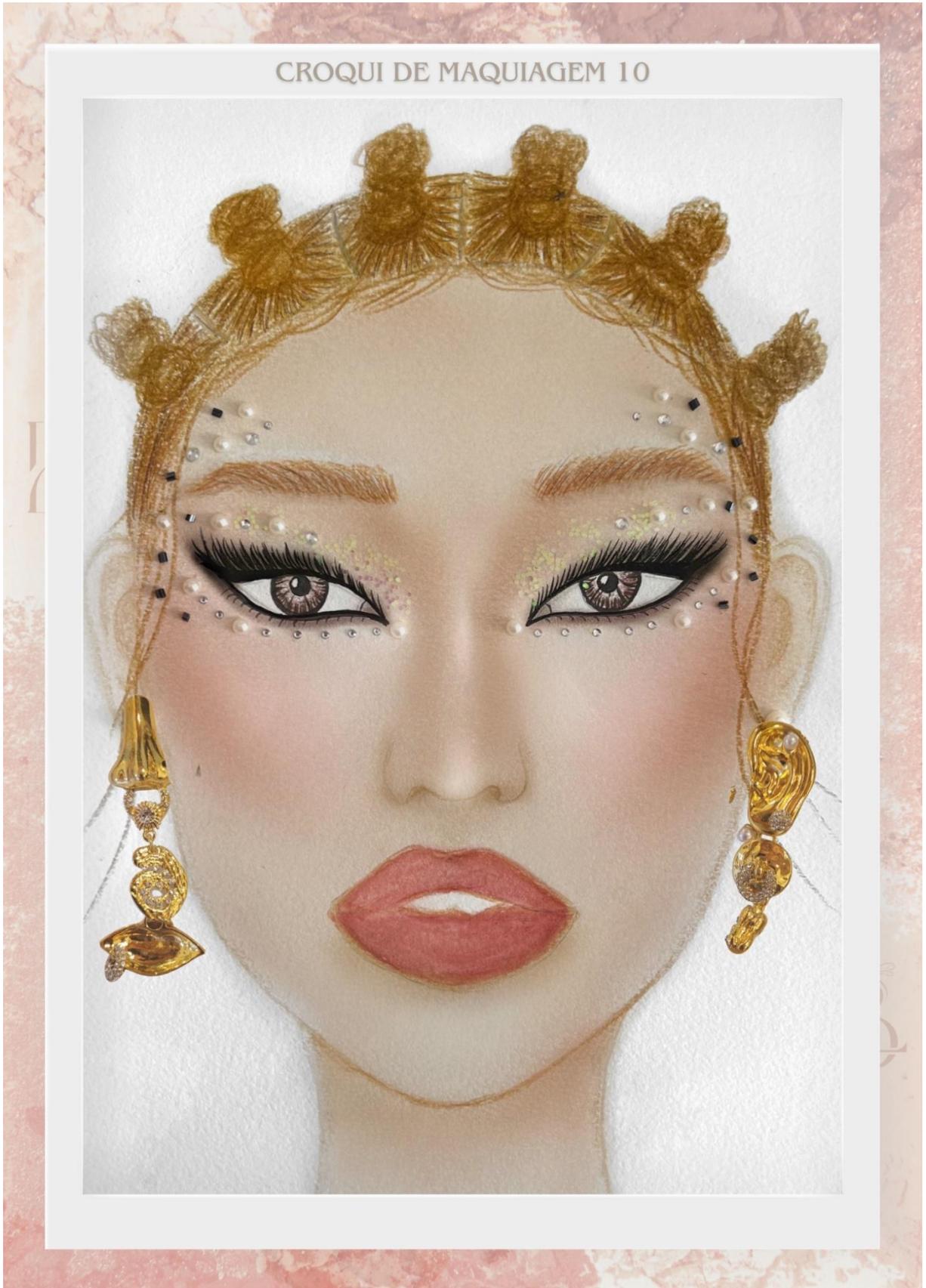
Cinto-corselete de cintura alta, revestido com fivelas de cinturão prateadas no estilo cowboy, apresentando os códigos da Maison.

Botas cowboy em couro preto envernizado com efeito crocodilo, com incrustação de orelha moldada, coberta com piercings de strass.

Fonte: Maison Schiaparelli

*A maquiagem inspirada no look 6 aplica as referências do formato geométrico do recorte da gola oversized da jaqueta, utilizando as cores predominantes, preto e branco. A maquiagem é feita com aplicações, assim como a jaqueta. A pele é elaborada com acabamento natural, assim como a maquiagem da modelo, para destacar os olhos. Nos lábios, um tom de marrom rosado para adicionar equilíbrio ao visual, mantendo o foco nos olhos. Os acessórios em dourado e preto resgatam as fivelas aplicadas na jaqueta.*

Figura 46 – Croqui de Maquiagem 10



Fonte: Da autora (2024).

Figura 47 – Inspiração Croqui de Maquiagem 10

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 10**



**LOOK 23**

Jaqueta bomber em camurça camel e casaco de lã tonal com bordas, totalmente bordados com tranças sintéticas que imitam crina de cavalo, dispostas em um padrão geométrico. Colar tubular com inspiração vintage, feito em acrílico e totalmente coberto com cristais Swarovski, acompanhado de uma minaudière combinando, com detalhe característico de fenda Keyhole nas extremidades.

Calças inspiradas no estilo cowboy, com gancho exageradamente baixo, confeccionadas em cetim duplo off-white e adornadas com motivos florais bordados com pedras de strass, lantejoulas e cordas.

Mules inspirados no estilo cowboy, feitas de couro preto, com biqueira metálica e saltos em formato "S", assinatura característica da marca.

Fonte: Maison Schiaparelli

*A beleza, inspirada no look 23, tem o penteado baseado nas tranças presentes na jaqueta bomber. A maquiagem, glamurosa, é influenciada pelo estilo da modelo e pelas pedrarias e aplicações da calça, com tons neutros predominantes. A pele tem acabamento natural, assim como o da modelo. Nos lábios, um tom de nude rosado harmoniza com o conjunto do visual.*

Figura 48 – Croqui de Maquiagem 11



Fonte: Da autora (2024).

Figura 49 – Inspiração Croqui de Maquiagem 11

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 11**



**LOOK 24**

Vestido longo em veludo de seda stretch preto, adornado com um plastron marcante, totalmente bordado com fios de veludo chenille em tom cru e detalhes em fios de seda tonal, formando padrões marmorizados. Sapatos de couro preto envernizado com a assinatura Keyhole.

Fonte: Maison Schiaparelli

*A maquiagem, inspirada no look 24, é clássica, assim como a da modelo, com tons claros e pele iluminada. Os olhos levemente marcados e esfumados, destacam os contornos do rosto. Nos lábios, um tom de marrom para harmonizar com o visual. O destaque da beleza fica por conta do acessório, composto por fios de renda e perolas remetendo ao detalhe do vestido.*

Figura 50 – Croqui de Maquiagem 12



Fonte: Da autora (2024).

Figura 51 – Inspiração Croqui de Maquiagem 12

**INSPIRAÇÃO CROQUI DE MAQUIAGEM 12**



**LOOK 9**

Vestido “criatura” com ombros exageradamente arredondados e fenda frontal, adornado com bordados de pétalas nude em efeito de “escama”, algumas incrustadas com micro lantejoulas tonais.

Balaclava combinando, com cílios postiços de resina preta pintados à mão e fios de cabelo.

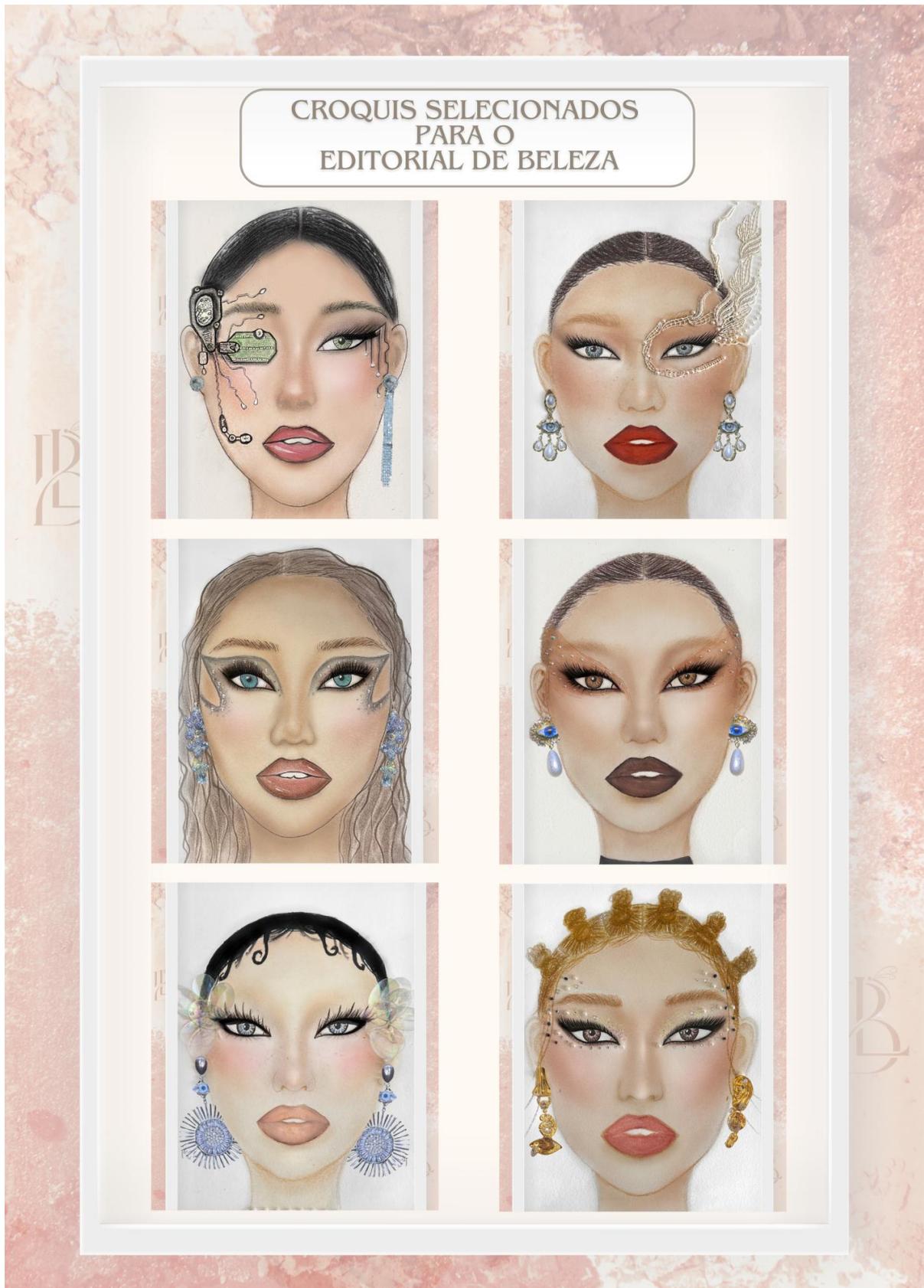
Sapatos de couro nude com assinatura Toes.

Fonte: Maison Schiaparelli

*A maquiagem, inspirada no vestido, é composta por aplicações ao redor dos olhos, simulando as pétalas bordadas e o efeito escama do tecido. Os cílios, longos e espaçados, seguem a mesma ideia da balaclava. A pele tem um acabamento natural, mantendo o foco nos olhos. Nos lábios, um tom de nude rosado equilibra o visual. O cabelo é estilizado com efeito molhado e na cor preta, semelhante ao da balaclava. Os acessórios são delicados, com destaque para o brinco, remetendo ao símbolo da Maison, presente também no vestido.*

## 6.4 CROQUIS DE MAQUIAGEM SELECIONADOS PARA EXECUÇÃO

Figura 52 – Croquis Seleccionados Para Execução



## 6.4.1 Ficha técnica de maquiagem 1

Figura 53 – Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 1

Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 1		
1-Preparação de pele	Valor (RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Água Micelar L'oréal Paris 220ml	19,50	0,33
Bruma Dapop Glow e Fix	15,00	0,25
Hidratante La Roche-Posay Cicaplast Baume B5	86,00	1,43
1.1-Materiais técnicos	Valor(RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Algodão Quadrado Dupla Face Topz 100 unidades	9,90	0,20
Pincel Macrilan Profissional Para Base B103	17,99	0,02
2- Pele	Valor (RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Base Luminous Foundation Anastasia Beverly Hills (cor:120W)	299,00	4,00
Corretivo Anastasia Beverly Hills Magic Touch Concealer (cor:04)	220,00	3,20
Cream Contour Vizzela (cor:02)	54,90	0,91
Stück Multifuncional Passion LP Beauty	19,47	0,27
Glow Bloom Liquid Highlighter SHEGLAM (cor:vanilla frost)	30,95	0,47
Soft Eye LF PRO (pó para área dos olhos) (Cor:claro)	99,00	1,65
BT Skin Powder Pó Facial Aveludado (cor: fair)	70,00	1,16
Paleta de Contorno Can-Up cosmetics	20,00	0,22
Paleta de Iluminadores 4 Glow Mari Saad by Oceane	120,00	1,33
Spray Fixant Lock'd in SEGLAM	32,00	1,00
2.1-Materiais técnicos	Valor (RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Pincel Kabuki Belliz Reto	15,00	0,01
Real Techniques Everyday Essentials Kit - Pincéis Kit	122,00	0,01
Pincel natural iluminação Daymakeup F72	59,00	0,07
Pincel para iluminar Macrilan Profissional B910	25,90	0,03
Pincel para blush Eudora	60,00	0,07
Espanja multifacetada SHEGLAM	8,95	0,01
Pincel Duo-Fiber Macrilan	41,90	0,05
3- Olhos	Valor (RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Eye Shadow X9: Kabuki Doll MAC cosmetics	160,00	0,01
Paleta de Sombras Celebration LP Beauty	68,70	0,06
Máscara de Cílios Bye Bye Panda Intense Superfix OBoticário	49,90	0,20
Delineador Retrátil 12H Sephora Collection	69,00	0,06
Multi-Tasker Line & Detail Eyeliner Pen SHEGLAM	21,00	0,18
Cola Para Cílios Kiss New York Envy Super Strong Hold	20,00	0,31
3.1-Materiais Técnicos	Valor (RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Pincel Daymakeup 0136 de esfumar e precisão	45,90	0,05
Pincel Daymakeup 0132WS de precisão e detalhe	45,90	0,05
Pincel Oval Para Sombra Macrilan Profissional	17,90	0,02
Macrilan Pincel Profissional Para Sombra e Esfumar - Linha B - B906	19,24	0,02
Pincel de precisão o142 - Day Makeup	40,90	0,05
3D 5 pares Cílios Postiços Naturais, Modelo SX08	13,00	2,60
4- Sobrancelhas	Valor (RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Brow Pomade Benefit Pomade (cor:2.5)	162,00	0,16
Gel Incolor Ruby Rose Game On!	18,00	0,22
4.1-Materiais Técnicos	Valor (RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Pincel chanfrado Ikko 80116	39,90	0,05
5- Boca	Valor (RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Lip Liner SHEGLAM (cor:momojo)	18,00	0,45
3D Hydra Lipgloss Kiko Milano (cor:21)	115,00	0,86
5.1-Materiais Técnicos	Valor (RS)	Custo estimado de insumos (RS)
Pincel profissional para batom - Linha B - B111, Macrilan	17,90	0,02
Hastes Topz Bastonetes Com 75 Unidades	2,19	0,02
Total De Insumos		Custo total estimado de insumos (RS)
		22,08
Valor Da Mão Obra Mensal Da Maquiadora	Valor (RS)	Custo de 1h30min de trabalho da maquiadora (RS)
	3000,00	25,58
<b>Custo Final (RS): 47,66</b>		

Fonte: Da autora (2024).

## 6.4.2 Ficha técnica de maquiagem 3

Figura 54 – Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 3

Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 3		
1-Preparação de pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Água Micelar L'oréal Paris 220ml	19,50	0,33
Bruma Dapop Glow e Fix	15,00	0,25
Hidratante La Roche-Posay Cicaplast Baume B5	86,00	1,43
1.1-Materiais técnicos	Valor(R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Algodão Quadrado Dupla Face Topz 100 unidades	9,90	0,20
Pincel Macrilan Profissional Para Base B103	17,99	0,02
2- Pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Base Luminous Foundation Anastasia Beverly Hills (cor:305N)	299,00	4,00
Corretivo Anastasia Beverly Hills Magic Touch Concealer (cor:06)	220,00	3,20
Cream Contour Vizzela (cor:03)	54,90	0,91
Stick Multifuncional Passion LP Beauty	19,47	0,27
Glow Bloom Liquid Highlighter SHEGLAM (cor:vanilla frost)	30,95	0,47
Soft Eye LF PRO (pó para área dos olhos) (Cor:claro)	99,00	1,65
BT Skin Powder Pó Facial Aveludado (cor: light)	70,00	1,16
Paleta de Contono Can-Up cosmetics	20,00	0,22
Paleta de Iluminadores 4 Glow Mari Saad by Oceane	120,00	1,33
Spray Fixant Lock'd in SEGLAM	32,00	1,00
2.1-Materiais técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Kabuki Belliz Reto	15,00	0,01
Real Techniques Everyday Essentials Kit - Pincéis Kit	122,00	0,01
Pincel natural iluminação Daymakeup F72	59,00	0,07
Pincel para iluminar Macrilan Profissional B910	25,90	0,03
Pincel para blush Eudora	60,00	0,07
Esponja multifacetada SHEGLAM	8,95	0,01
Pincel Duo-Fiber Macrilan	41,90	0,05
3- Olhos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Eye Shadow X9: Kabuki Doll MAC cosmetics	160,00	0,01
Paleta de Sombras Celebration LP Beauty	68,70	0,06
Máscara de Cílios Bye Bye Panda Intense Superfix OBoticário	49,90	0,20
Delineador Retrátil 12H Sephora Collection	69,00	0,06
Multi-Tasker Line & Detail Eyeliner Pen SHEGLAM	21,00	0,18
Cola Para Cílios Kiss New York Envy Super Strong Hold	20,00	0,31
3.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Daymakeup 0136 de esfumar e precisão	45,90	0,05
Pincel Daymakeup 0132WS de precisão e detalhe	45,90	0,05
Pincel Oval Para Sombra Macrilan Profissional	17,90	0,02
Macrilan Pincel Profissional Para Sombra e Esfumar - Linha B - B906	19,24	0,02
Pincel de precisão o142 - Day Makeup	40,90	0,05
3D 5 pares Cílios Postiços Naturais, Modelo SX08	13,00	2,60
4- Sobrancelhas	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Brow Pomade Benefit Powmade (cor:2.5)	162,00	0,16
Gel Incolor Ruby Rose Game On!	18,00	0,22
4.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel chanfrado Ikko 80116	39,90	0,05
5- Boca	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Lip Liner SHEGLAM (cor:momojo)	18,00	0,45
Batom Líquido Matte LP Beauty (cor:carmin)	52,90	0,26
5.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel profissional para batom - Linha B - B111, Macrilan	17,90	0,02
Hastes Topz Bastonetes Com 75 Unidades	2,19	0,02
Total De Insumos		Custo total estimado de insumos (R\$)
		21,48
Valor Da Mão Obra Mensal Da Maquiadora	Valor (R\$)	Custo de 1h30min de trabalho da maquiadora (R\$)
	3000,00	25,58
<b>Custo Final (R\$): 47,06</b>		

Fonte: Da autora (2024).

### 6.4.3 Ficha técnica de maquiagem 7

Figura 55 – Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 7

Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 7		
1-Preparação de pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Água Micelar L'oréal Paris 220ml	19,50	0,33
Bruma Dapop Glow e Fix	15,00	0,25
Hidratante La Roche-Posay Cicaplast Baume B5	86,00	1,43
1.1-Materiais técnicos	Valor(R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Algodão Quadrado Dupla Face Topz 100 unidades	9,90	0,20
Pincel Macrilan Profissional Para Base B103	17,99	0,02
2- Pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Base Luminous Foundation Anastasia Beverly Hills (cor:220N)	299,00	4,00
Corretivo Anastasia Beverly Hills Magic Touch Concealer (cor:04)	220,00	3,20
Cream Contour Vizzela (cor:03)	54,90	0,91
Stick Multifuncional Passion LP Beauty	19,47	0,27
Glow Bloom Liquid Highlighter SHEGLAM (cor:vanilla frost)	30,95	0,47
Soft Eye LF PRO (pó para área dos olhos) (Cor:claro)	99,00	1,65
BT Skin Powder Pó Facial Aveludado (cor: light)	70,00	1,16
Paleta de Contorno Can-Up cosmetics	20,00	0,22
Paleta de Iluminadores 4 Glow Mari Saad by Oceane	120,00	1,33
Spray Fixant Lock'd in SEGLAM	32,00	1,00
2.1-Materiais técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Kabuki Belliz Reto	15,00	0,01
Real Techniques Everyday Essentials Kit - Pincéis Kit	122,00	0,01
Pincel natural iluminação Daymakeup F72	59,00	0,07
Pincel para iluminar Macrilan Profissional B910	25,90	0,03
Pincel para blush Eudora	60,00	0,07
Esponja multifacetada SHEGLAM	8,95	0,01
Pincel Duo-Fiber Macrilan	41,90	0,05
3- Olhos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Eye Shadow X9: Kabuki Doll MAC cosmetics	160,00	0,01
Paleta de Sombras Celebration LP Beauty	68,70	0,06
Máscara de Cílios Bye Bye Panda Intense Superfix OBoticário	49,90	0,20
Delineador Retrátíl 12H Sephora Collection	69,00	0,06
Multi-Tasker Line & Detail Eyeliner Pen SHEGLAM	21,00	0,18
Cola Para Cílios Kiss New York Envy Super Strong Hold	20,00	0,31
Iluminador Líquido Sunset Glow Nath Capelo	79,90	0,39
3.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Daymakeup 0136 de esfumar e precisão	45,90	0,05
Pincel Daymakeup 0132WS de precisão e detalhe	45,90	0,05
Pincel Oval Para Sombra Macrilan Profissional	17,90	0,02
Macrilan Pincel Profissional Para Sombra e Esfumar - Linha B - B906	19,24	0,02
Pincel de precisão o142 - Day Makeup	40,90	0,05
3D 5 pares Cílios Postiços Naturais, Modelo SX08	13,00	2,60
Disco Strass Swarovisk 6 Tamanhos Unhas Pedrarias Furta Cor	17,00	0,08
4- Sobrancelhas	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Brow Pomade Benefit Powmade (cor:2.5)	162,00	0,16
Gel Incolor Ruby Rose Game On!	18,00	0,22
4.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel chanfrado Ikko 80116	39,90	0,05
5- Boca	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Lip Liner SHEGLAM (cor:momojo)	18,00	0,45
Batom Líquido Matte LP Beauty (cor:nutty)	52,90	0,26
5.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel profissional para batom - Linha B - B111, Macrilan	17,90	0,02
Hastes Topz Bastonetes Com 75 Unidades	2,19	0,02
Total De Insumos		Custo total estimado de insumos (R\$)
		21,95
Valor Da Mão Obra Mensal Da Maquiadora	Valor (R\$)	Custo de 1h30min de trabalho da maquiadora (R\$)
	3000,00	25,58
<b>Custo Final (R\$): 47,53</b>		

Fonte: Da autora (2024).

## 6.4.4 Ficha técnica de maquiagem 8

Figura 56 – Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 8

Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 8		
1-Preparação de pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Água Micelar L'oréal Paris 220ml	19,50	0,33
Bruma Dapop Glow e Fix	15,00	0,25
Hidratante La Roche-Posay Cicaplast Baume B5	86,00	1,43
1.1-Materiais técnicos	Valor(R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Algodão Quadrado Dupla Face Topz 100 unidades	9,90	0,20
Pincel Macrilan Profissional Para Base B103	17,99	0,02
2- Pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Base Luminous Foundation Anastasia Beverly Hills (cor:220N)	299,00	4,00
Corretivo Anastasia Beverly Hills Magic Touch Concealer (cor:04)	220,00	3,20
Cream Contour Vizuela (cor:03)	54,90	0,91
Stick Multifuncional Passion LP Beauty	19,47	0,27
Glow Bloom Liquid Highlighter SHEGLAM (cor:vanilla frost)	30,95	0,47
Soft Eye LF PRO (pó para área dos olhos) (Cor:claro)	99,00	1,65
BT Skin Powder Pó Facial Aveludado (cor: light)	70,00	1,16
Paleta de Contorno Can-Up cosmetics	20,00	0,22
Paleta de Iluminadores 4 Glow Mari Saad by Oceane	120,00	1,33
Spray Fixant Lock'd in SEGLAM	32,00	1,00
2.1-Materiais técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Kabuki Belliz Reto	15,00	0,01
Real Techniques Everyday Essentials Kit - Pincéis Kit	122,00	0,01
Pincel natural iluminação Daymakeup F72	59,00	0,07
Pincel para iluminar Macrilan Profissional B910	25,90	0,03
Pincel para blush Eudora	60,00	0,07
Esponja multifacetada SHEGLAM	8,95	0,01
Pincel Duo-Fiber Macrilan	41,90	0,05
3- Olhos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Eye Shadow X9: Kabuki Doll MAC cosmetics	160,00	0,01
Paleta de Sombras Celebration LP Beauty	68,70	0,06
Máscara de Cílios Bye Bye Panda Intense Superfix OBoticário	49,90	0,20
Delineador Retrátíl 12H Sephora Collection	69,00	0,06
Multi-Tasker Line & Detail Eyeliner Pen SHEGLAM	21,00	0,18
Cola Para Cílios Kiss New York Envy Super Strong Hold	20,00	0,31
Pigmento Glam. Useglow.	47,90	0,11
3.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Daymakeup 0136 de esfumar e precisão	45,90	0,05
Pincel Daymakeup 0132WS de precisão e detalhe	45,90	0,05
Pincel Oval Para Sombra Macrilan Profissional	17,90	0,02
Macrilan Pincel Profissional Para Sombra e Esfumar - Linha B - B906	19,24	0,02
Pincel de precisão 0142 - Day Makeup	40,90	0,05
8D 5 pares Cílios Postiços Naturais, Modelo SX08	13,00	2,60
Disco Strass Cristal Pedrarias Decoração	17,00	0,08
4- Sobrancelhas	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Brow Pomade Benefit Powmade (cor:2.5)	162,00	0,16
Gel Incolor Ruby Rose Game On!	18,00	0,22
4.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel chanfrado Ikko 80116	39,90	0,05
5- Boca	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Lip Liner SHEGLAM (cor:momojo)	18,00	0,45
Batom Líquido Lip Paint Ultra Color Avon (cor:nude delicado)	32,90	0,21
8D Hydra Lipgloss Kiko Milano (cor:21)	115,00	0,86
5.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel profissional para batom - Linha B - B111, Macrilan	17,90	0,02
Hastes Topz Bastonetes Com 75 Unidades	2,19	0,02
Total De Insumos		Custo total estimado de insumos (R\$)
		22,62
Valor Da Mão Obra Mensal Da Maquiadora	Valor (R\$)	Custo de 1h30min de trabalho da maquiadora (R\$)
	3000,00	25,58
<b>Custo Final (R\$): 48,20</b>		

Fonte: Da autora (2024).

## 6.4.5 Ficha técnica de maquiagem 10

Figura 57 – Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 10

Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 10		
1-Preparação de pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Água Micelar L'oréal Paris 220ml	19,50	0,33
Bruma Dapop Glow e Fix	15,00	0,25
Hidratante La Roche-Posay Cicaplast Baume B5	86,00	1,43
1.1-Materiais técnicos	Valor(R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Algodão Quadrado Dupla Face Topz 100 unidades	9,90	0,20
Pincel Macrilan Profissional Para Base B103	17,99	0,02
2- Pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Base Luminous Foundation Anastasia Beverly Hills (cor:220N)	299,00	4,00
Corretivo Anastasia Beverly Hills Magic Touch Concealer (cor:04)	220,00	3,20
Cream Contour Vizzela (cor:03)	54,90	0,91
Stick Multifuncional Passion LP Beauty	19,47	0,27
Glow Bloom Liquid Highlighter SHEGLAM (cor:vanilla frost)	30,95	0,47
Soft Eye LF PRO (pó para área dos olhos) (Cor:claro)	99,00	1,65
BT Skin Powder Pó Facial Aveludado (cor: light)	70,00	1,16
Paleta de Contorno Can-Up cosmetics	20,00	0,22
Paleta de Iluminadores 4 Glow Mari Saad by Oceane	120,00	1,33
Spray Fixant Lock'd in SEGLAM	32,00	1,00
2.1-Materiais técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Kabuki Belliz Reto	15,00	0,01
Real Techniques Everyday Essentials Kit - Pincéis Kit	122,00	0,01
Pincel natural iluminação Daymakeup F72	59,00	0,07
Pincel para iluminar Macrilan Profissional B910	25,90	0,03
Pincel para blush Eudora	60,00	0,07
Espanja multifacetada SHEGLAM	8,95	0,01
Pincel Duo-Fiber Macrilan	41,90	0,05
3- Olhos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Eye Shadow X9: Kabuki Doll MAC cosmetics	160,00	0,01
Paleta de Sombras Celebration LP Beauty	68,70	0,06
Máscara de Cílios Bye Bye Panda Intense Superfix OBoticário	49,90	0,20
Delineador Retrátíl 12H Sephora Collection	69,00	0,06
Multi-Tasker Line & Detail Eyeliner Pen SHEGLAM	21,00	0,18
Cola Para Cílios Kiss New York Envy Super Strong Hold	20,00	0,31
Pigmento Glam. Useglow.	47,90	0,11
3.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Daymakeup 0136 de esfumar e precisão	45,90	0,05
Pincel Daymakeup 0132WS de precisão e detalhe	45,90	0,05
Pincel Oval Para Sombra Macrilan Profissional	17,90	0,02
Macrilan Pincel Profissional Para Sombra e Esfumar - Linha B - B906	19,24	0,02
Pincel de precisão o142 - Day Makeup	40,90	0,05
3D 5 pares Cílios Postiços Naturais, Modelo SX08	13,00	2,60
Disco Strass Cristal Pedrarias Decoração	17,00	0,08
Cartela Meia Pérola Adesiva Com 320 Pçs, 6mm.	17,00	0,08
Cartela Meia Pérola Adesiva Preto Pedrarias 504 Pçs 5mm	17,00	0,08
4- Sobrancelhas	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Brow Pomade Benefit Powmade (cor:2.5)	162,00	0,16
Gel Incolor Ruby Rose Game On!	18,00	0,22
4.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel chanfrado Ikko 80116	39,90	0,05
5- Boca	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Lip Liner SHEGLAM (cor:momojo)	18,00	0,45
Batom Líquido Lip Paint Ultra Color Avon (cor:nude delicado)	32,90	0,21
3D Hydra Lipgloss Kiko Milano (cor:21)	115,00	0,86
5.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel profissional para batom - Linha B - B111, Macrilan	17,90	0,02
Hastes Topz Bastonetes Com 75 Unidades	2,19	0,02
Total De Insumos		Custo total estimado de insumos (R\$)
		25,01
Valor Da Mão Obra Mensal Da Maquiadora	Valor (R\$)	Custo de 1h30min de trabalho da maquiadora (R\$)
	3000,00	25,58
<b>Custo Final (R\$): 50,59</b>		

Fonte: Da autora (2024).

## 6.4.6 Ficha técnica de maquiagem 11

Figura 58 – Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 12

Ficha Técnica Croqui de Maquiagem 12		
1-Preparação de pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Água Micelar L'oréal Paris 220ml	19,50	0,33
Bruma Dapop Glow e Fix	15,00	0,25
Hidratante La Roche-Posay Cicaplast Baume B5	86,00	1,43
1.1-Materiais técnicos	Valor(R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Algodão Quadrado Dupla Face Topz 100 unidades	9,90	0,20
Pincel Macrilan Profissional Para Base B103	17,99	0,02
2- Pele	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Base Luminous Foundation Anastasia Beverly Hills (cor:220N)	299,00	4,00
Corretivo Anastasia Beverly Hills Magic Touch Concealer (cor:04)	220,00	3,20
Cream Contour Vizzela (cor:03)	54,90	0,91
Stick Multifuncional Passion LP Beauty	19,47	0,27
Glow Bloom Liquid Highlighter SHEGLAM (cor:vanilla frost)	30,95	0,47
Soft Eye LF PRO (pó para área dos olhos) (Cor:claro)	99,00	1,65
BT Skin Powder Pó Facial Aveludado (cor: light)	70,00	1,16
Paleta de Contorno Can-Up cosmetics	20,00	0,22
Paleta de Iluminadores 4 Glow Mari Saad by Oceane	120,00	1,33
Spray Fixant Lock 'd in SEGLAM	32,00	1,00
2.1-Materiais técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Kabuki Belliz Reto	15,00	0,01
Real Techniques Everyday Essentials Kit - Pincéis Kit	122,00	0,01
Pincel natural iluminação Daymakeup F72	59,00	0,07
Pincel para iluminar Macrilan Profissional B910	25,90	0,03
Pincel para blush Eudora	60,00	0,07
Espanja multifacetada SHEGLAM	8,95	0,01
Pincel Duo-Fiber Macrilan	41,90	0,05
3- Olhos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Eye Shadow X9: Kabuki Doll MAC cosmetics	160,00	0,01
Paleta de Sombras Celebration LP Beauty	68,70	0,06
Máscara de Cílios Bye Bye Panda Intense Superfix OBoticário	49,90	0,20
Delineador Retrátíl 12H Sephora Collection	69,00	0,06
Multi-Tasker Line & Detail Eyeliner Pen SHEGLAM	21,00	0,18
Cola Para Cílios Kiss New York Envy Super Strong Hold	20,00	0,31
Pigmento Glam. Useglow.	47,90	0,11
3.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel Daymakeup 0136 de esfumar e precisão	45,90	0,05
Pincel Daymakeup 0132WS de precisão e detalhe	45,90	0,05
Pincel Oval Para Sombra Macrilan Profissional	17,90	0,02
Macrilan Pincel Profissional Para Sombra e Esfumar - Linha B - B906	19,24	0,02
Pincel de precisão o142 - Day Makeup	40,90	0,05
3D 5 pares Cílios Postiços Naturais, Modelo SX08	13,00	2,60
Aplicação Flor Irisada	3,18	3,18
4- Sobrancelhas	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Brow Pomade Benefit Powmade (cor:2.5)	162,00	0,16
Gel Incolor Ruby Rose Game On!	18,00	0,22
4.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel chanfrado Ikko 80116	39,90	0,05
5- Boca	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Lip Liner SHEGLAM (cor:momojo)	18,00	0,45
Batom Líquido Lip Paint Ultra Color Avon (cor:nude delicado)	32,90	0,21
3D Hydra Lipgloss Kiko Milano (cor:21)	115,00	0,86
5.1-Materiais Técnicos	Valor (R\$)	Custo estimado de insumos (R\$)
Pincel profissional para batom - Linha B - B111, Macrilan	17,90	0,02
Hastes Topz Bastonetes Com 75 Unidades	2,19	0,02
Total De Insumos		Custo total estimado de insumos (R\$)
		27,95
Valor Da Mão Obra Mensal Da Maquiadora	Valor (R\$)	Custo de 1h30min de trabalho da maquiadora (R\$)
	3000,00	25,58
<b>Custo Final (R\$): 53,53</b>		

Fonte: Da autora (2024).

## 6.6 EDITORIAL DE BELEZA

O editorial de beleza do presente trabalho foi realizado em um estúdio da fotografa Maíra Morais, a qual realizou as fotos, localizado na cidade de Leopoldina, Minas Gerais. Para a realização do editorial de forma funcional e bem estruturada, a elaboração de painéis iconográficos foi um elemento essencial para a execução e direção criativa do editorial.

## 6.7 POSES

As poses selecionadas foram inspiradas em editoriais da revista Elle Beauty, escolhida como referência para o público-alvo desta pesquisa. As poses foram idealizadas para enfatizar a estética do editorial de beleza, transmitindo criatividade, sensualidade e um impacto visual marcante. As pranchas, desenvolvidas a partir de imagens retiradas de diversos editoriais de beleza e revistas, evidenciam essa abordagem, conforme ilustrado na prancha de poses (figura 59).

## 6.8 VESTUÁRIO

Em relação ao vestuário, as peças selecionadas possuem um estilo básico, conforme demonstrado na prancha de vestuário (figura 60). Como o destaque do editorial está na maquiagem e na concepção da beleza, priorizaram-se roupas em tons neutros e tecidos cintilantes, garantindo um colo livre para valorizar ainda mais a composição estética.

## 6.9 PRANCHA DE ACESSÓRIOS.

Os acessórios criados para o editorial desempenharam um papel fundamental na construção do conceito visual. Elementos como o acessório tecnológico da maquiagem 1 (figura 28), a máscara de renda integrada à maquiagem 3 (figura 32) e as escamas furta-cor da maquiagem 12 (figura 50) trouxeram diferentes aplicações e referências de moda, alinhando-se ao conceito do desfile e reforçando a atitude necessária para a narrativa do editorial. Além desses acessórios exclusivos, houve a colaboração do professor Luiz Fernando Ribeiro, que disponibilizou peças de sua marca homônima para enriquecer a produção. Brincos e anéis foram cuidadosamente

selecionados para complementar cada proposta, contribuindo para a construção estética inspirada na Maison Schiaparelli. Todos estão presentes na prancha de acessórios na figura 61.

#### 6.10 MODELOS

As modelos escolhidas para protagonizar o editorial foram selecionadas entre pessoas próximas à equipe, mesmo sem experiência profissional na área. Tais pessoas possuíam a atitude e postura que se alinhavam com cada maquiagem do editorial. Todas demonstraram interesse na proposta e concordaram em participar em troca de uma maquiagem realizada com a autora da pesquisa Lívia Bonin. A prancha das modelos (figura 62) apresenta as modelos envolvidas na produção.

#### 6.11 PRANCHA DE CABELOS

Para complementar a proposta visual, os penteados foram inspirados no desfile Schiaparellien, no qual as modelos apresentavam cabelos presos. Essa escolha foi feita com o objetivo de transmitir elegância, sofisticação e um acabamento mais refinado. Optou-se por penteados presos ou semi-presos (figura 63) para evitar que os fios cobrissem áreas do rosto ou interferissem na maquiagem, que é o foco principal do editorial.

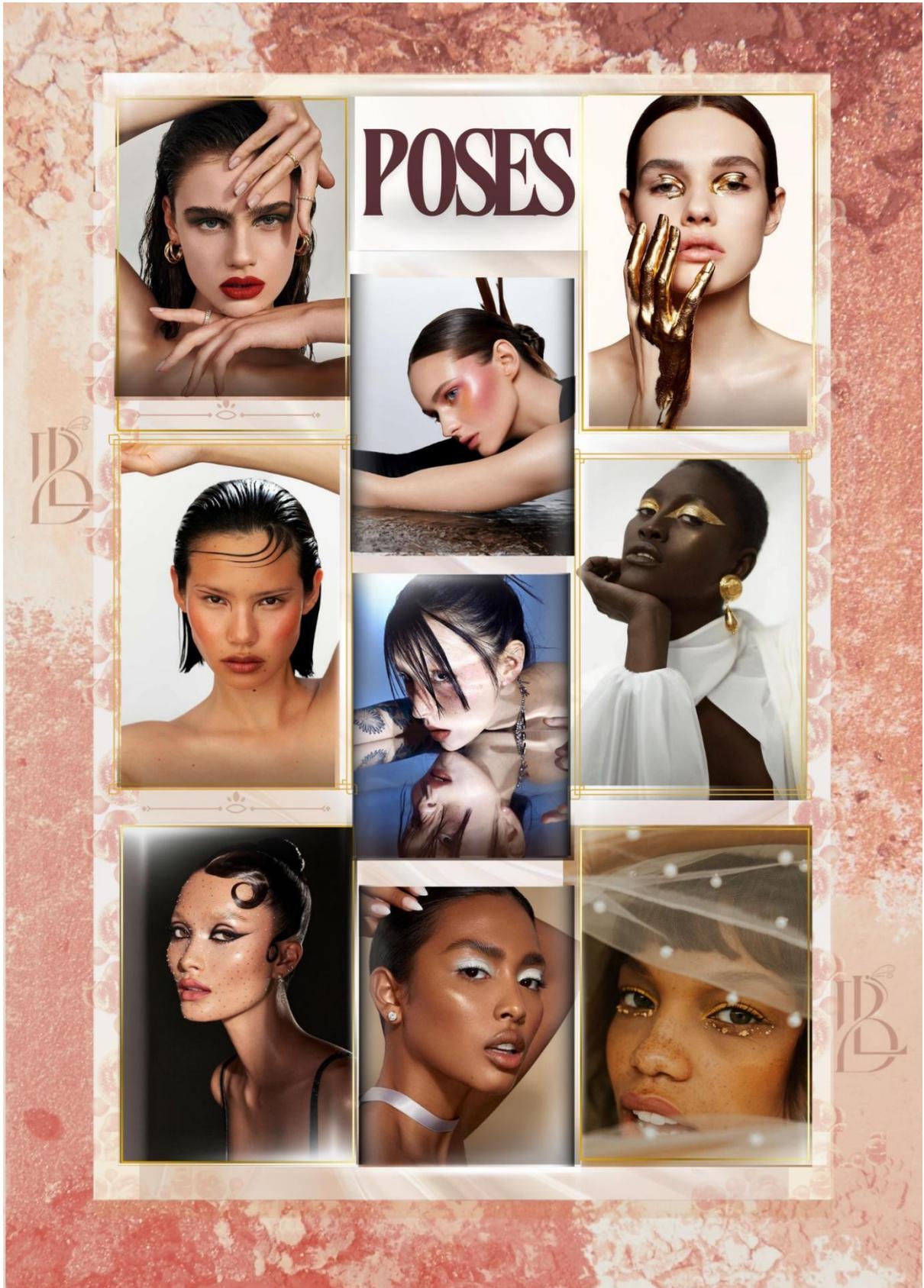
#### 6.12 LOCAÇÃO/ILUMINAÇÃO

O local escolhido para a realização das fotos foi o estúdio da fotógrafa Maíra Morais, responsável pelos registros do editorial. O espaço oferecia diversas opções de fundo, incluindo cimento queimado, cortinas iluminadas, fundos branco e prata, além de tecidos que poderiam ser incorporados à composição visual do editorial. A escolha por um cenário minimalista foi intencional, garantindo que o foco permanecesse na maquiagem e na estética das produções, sem distrações.

A iluminação utilizada seguiu a mesma proposta empregada nos atendimentos de maquiagem, e registros fotográficos da autora, por meio de uma placa de LED que realça todos os detalhes da maquiagem, garantindo um resultado condizente com a proposta editorial. Além disso,

planejou-se o uso de um bastão de luz azul para a criação de fotografias mais artísticas e conceituais, reforçando a identidade visual do projeto.

Figura 59 – Prancha De Poses



Fonte: Da autora (2024).

Figura 60 – Prancha De Vestuário



Fonte: Da autora (2024).



Figura 62 – Prancha De Modelos



Fonte: Da autora (2024).

Figura 63 – Prancha De cabelos



Fonte: Da autora (2024).

Figura 64 – Prancha De Locação/Iluminação



Fonte: Da autora (2024).

### 6.13 CUSTO DO EDITORIAL

Para maior clareza, o quadro abaixo apresenta os custos relacionados ao editorial de beleza. Não houve despesas com aluguel do local, iluminação e acessórios. Além disso, as despesas das modelos, cabeleira, assistente e da fotógrafa é convertida em maquiagens.

Figura 65 – Tabela de Custo do Editorial de Beleza

#### Tabela de Custos Do Editorial De Beleza

Coleção: Shiaparalien			Estação: Primavera/Verão 2024	
Produto: Editorial de beleza			Fevereiro (2025)	Total: R\$ 1905,62
Descrição do material	Quantidade	Fornecedor	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)
Modelos	04	---	180,00	720,00
Fotógrafa	02 dias	---	250,00	500,00
Cabeleireira	01	---	60,00	180,00
Assistente	01	---	90,00	180,00
Lanche	02 dias	Super Mercado BH	55,00	110,00
Transporte	02 dias	---	20,00	40,00
Tecidos	03, 1,5m.	Caçula/JF	---	63,58
Acessórios da maquiagem 1	05 itens	Caçula/JF	---	56,88
Acessórios da maquiagem 3	01 item	Caçula/JF	11,36	11,36
Acessórios de Cabelo	02 itens	Mega Vale	8,00 e 28,00	36,00
Unhas Postiças	01 caixa	Mega Vale	8,38	8,38
<b>Total</b>		---		R\$ 1905,62

Fonte: IAD/MODA , 2015; Livia Bonin, 2025.

## 6.14 CRÉDITO DO EDITORIAL

Conceito, Direção, Produção geral: Lívia Bonin (@liviaboninmakeup)

Styling e Produção de Moda: Lívia Bonin (@liviabonin\_)

Orientação: Prof. Me. Luiz Fernando Ribeiro da Silva (@lfribeirosilva)

Fotografia: Maíra Morais (@mairamoraisph)

Tratamento de imagens: Lívia Bonin (@liviabonin\_)

Making-off e assistente de fotografia: Luiza Carraro (@luizaogcarraro)

Acessórios: Luiz Fernando Ribeiro (@lfribeirosilva)

Assistente de produção: Luiza Carraro (@luizaogcarraro)

Modelos: Lívia Neto (@neto\_livia\_), Ana Clara Bela (@acbeladesouza), Lívia Bonin (@liviabonin\_), Maria Julia Lourenço (@majuls\_\_\_) e Maria Antonia Anselmo (@ilyayanami).

Cabelo: Emilly Gonzaga (@emilly.gonzaga.hair) e Lívia Bonin (@liviabonin\_)

Beleza: Lívia Bonin (@liviaboninmakeup)

Locação: Estúdio Maira Morais (@mairamoraisph)

## 6.15 FOTOS DO EDITORIAL

Figura 66 – Maquiagem Robô (Croqui Maquiagem 1)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 67 – Maquiagem Robô (Croqui Maquiagem 1)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 68 – Maquiagem Robô (Croqui Maquiagem 1)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 69 – Maquiagem Renda (Croqui Maquiagem 3)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 70 – Maquiagem Renda (Croqui Maquiagem 3)



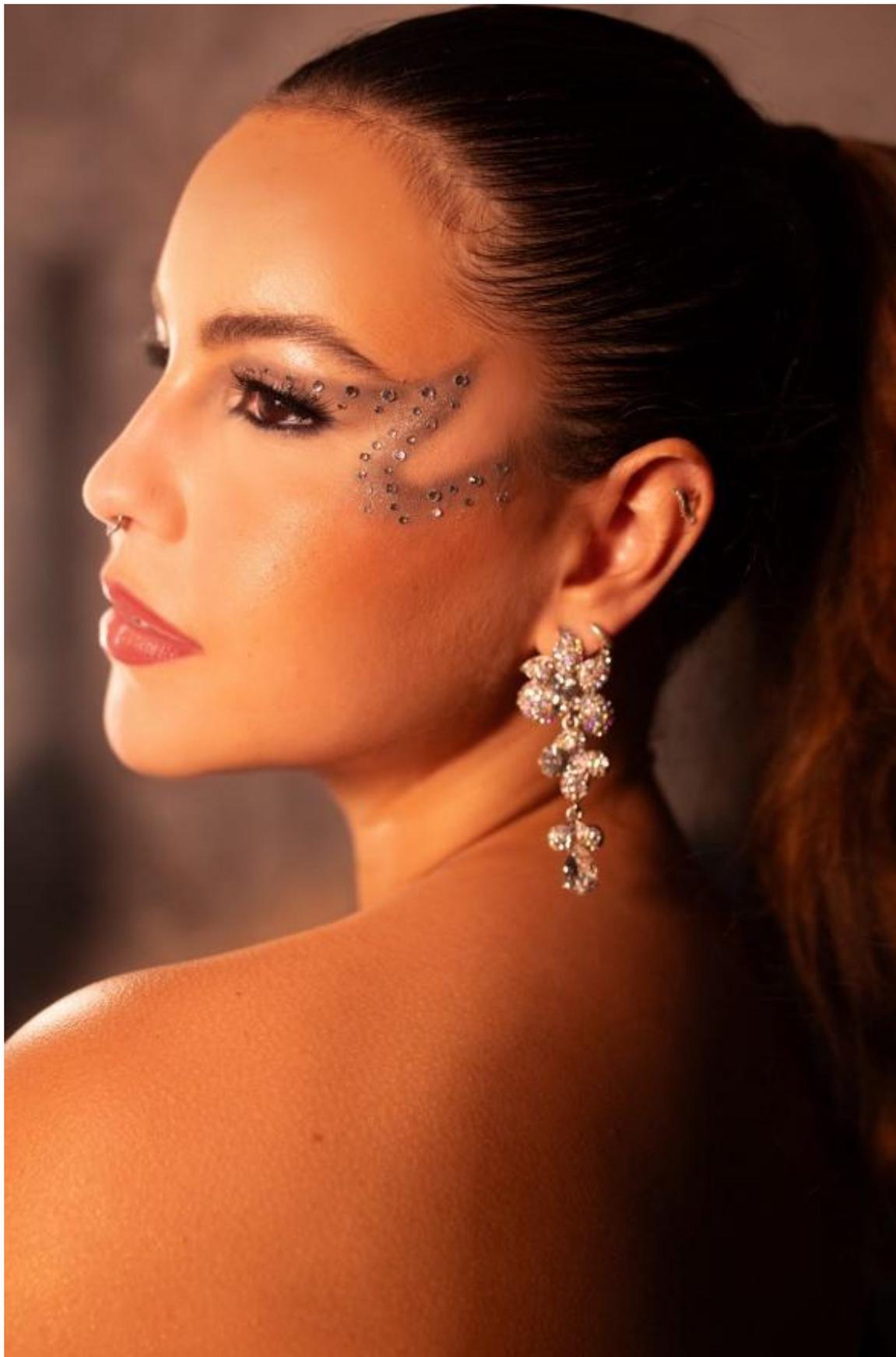
Fonte: Da autora (2024).

Figura 71 – Maquiagem Renda (Croqui Maquiagem 3)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 72 – Maquiagem Assimétrica (Croqui Maquiagem 8)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 73 – Maquiagem Assimétrica (Croqui Maquiagem 8)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 74 – Maquiagem Assimétrica (Croqui Maquiagem 8)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 75 – Maquiagem Schiaparelli (Croqui Maquiagem 7)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 76 – Maquiagem Schiaparelli (Croqui Maquiagem 7)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 77 – Maquiagem Schiaparelli (Croqui Maquiagem 7)



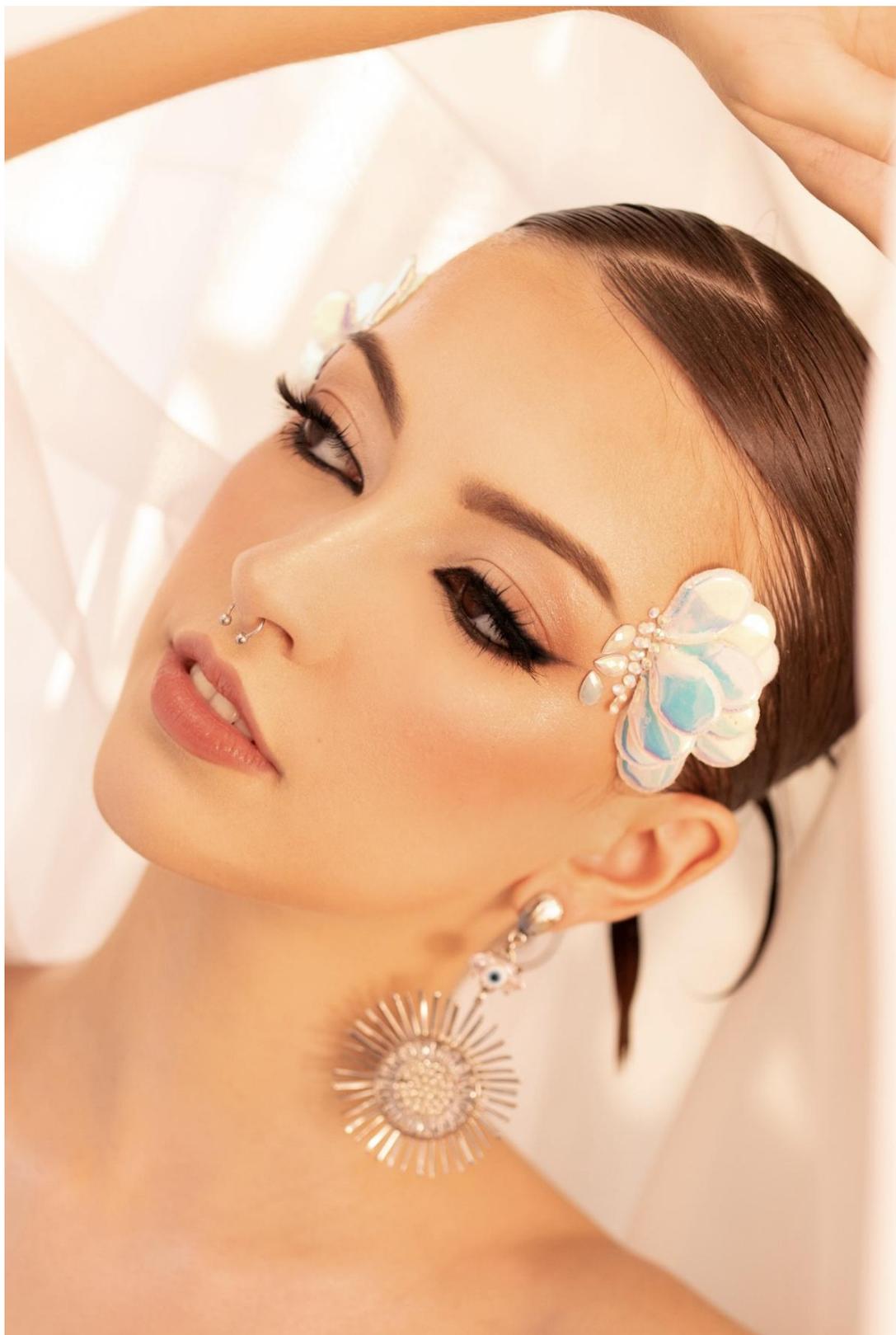
Fonte: Da autora (2024).

Figura 78 – Maquiagem Escama (Croqui Maquiagem 12)



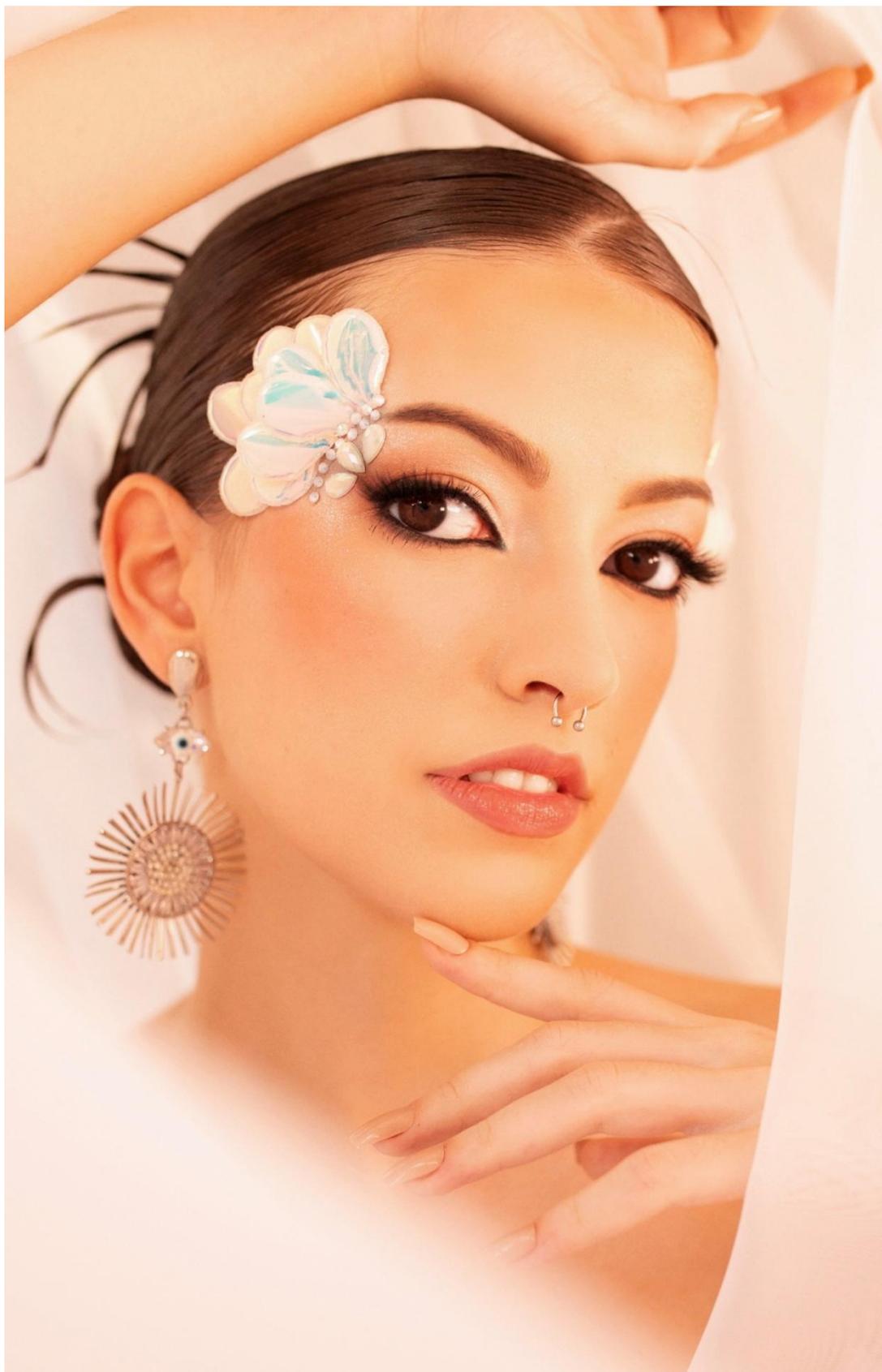
Fonte: Da autora (2024).

Figura 79 – Maquiagem Escama (Croqui Maquiagem 12)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 80 – Maquiagem Escama (Croqui Maquiagem 12)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 81 – Maquiagem Aplicações (Croqui Maquiagem 10)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 82 – Maquiagem Aplicações (Croqui Maquiagem 10)



Fonte: Da autora (2024).

Figura 83 – Maquiagem Aplicações (Croqui Maquiagem 10)



Fonte: Da autora (2024).

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A motivação para a realização deste Trabalho de Conclusão de Curso surgiu do desejo de explorar a conexão entre moda e maquiagem, duas áreas que sempre caminharam juntas ao longo dos tempos. Para isso, foram realizadas pesquisas teóricas sobre a história da maquiagem, a Maison Schiaparelli e a revista Elle Beauté, cuja proposta se alinhou perfeitamente ao público-alvo. Esse embasamento teórico foi essencial para o desenvolvimento dos croquis de maquiagem inspirados nos looks do desfile “Schiaparalien” e para a concretização do editorial de beleza proposto pela autora. O resultado final não apenas válida a proposta inicial, mas também abre espaço para a expansão do material produzido, servindo como inspiração para novas produções e pesquisas no ramo da moda e da maquiagem.

Ao longo do desenvolvimento deste trabalho, surgiram desafios que, apesar de inicialmente desviarem o percurso planejado, foram incorporados como parte do processo de aprendizado. Um dos principais obstáculos foi a escassez de material bibliográfico sobre maquiagem, especialmente em língua portuguesa, o que exigiu a adaptação ao referencial disponível. Além disso, a dificuldade com a escrita também se apresentou como um desafio por parte da autora, mas, com a paciência e orientação do professor Luiz Fernando Ribeiro, foi possível compreender a importância da pesquisa para a construção do conhecimento, o que incentivou a continuidade do trabalho.

Outro ponto de dificuldade no que diz respeito ao trabalho prático surgiu na confecção dos acessórios das maquiagens 1 e 3, pois foi o primeiro contato da autora com materiais como por exemplo, o biscuit. Manter a máscara de renda erguida também se mostrou desafiador, tornando todo o processo uma grande experimentação repleta de aprendizados. Na etapa final, enfrentaram-se contratempos devido ao calor intenso nos dias do editorial. Com o ar-condicionado do estúdio quebrado, foi necessário interromper frequentemente para secar o suor, além de adaptar a maquiagem para maior resistência e agilizar as produções. Essas dificuldades impactaram a criatividade em alguns momentos, mas também reforçaram a importância da adaptação e do improviso no desenvolvimento do projeto.

A dedicação empenhada neste Trabalho de Conclusão de Curso e a conclusão de cada etapa foram resultados dos conhecimentos adquiridos ao longo do Bacharelado em Moda, aliados à experiência na área da maquiagem. Encerrar esse ciclo abordando um tema com pouca presença no meio acadêmico e nos conteúdos de moda teve grande relevância. O aprofundamento nesse

tema permitiu destacar a relação histórica e contemporânea entre maquiagem e moda, evidenciando suas conexões ao longo do tempo. Esse processo só foi possível graças ao aprendizado adquirido, que viabilizou todas as etapas do trabalho e contribuiu para a ampliação do conhecimento na área.

## REFERÊNCIAS

- BASTEN, Fred. **Max Factor - O homem que mudou as faces do mundo**. Tradução: Daniela P. B. Dias. São Paulo: Editora Matrix, 2012.
- BRANNON, Evelyn. **Fashion forecasting**. 3. ed. New York: Fairchild Books, 2010.
- CAMPION, N. **A History of Western Astrology**. London: Bloomsbury, 2008.
- CARMO, Liana Costa do. **Revista Elle Brasil: da mídia impressa à transmídiação**. 2016. Dissertação (Mestrado no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica) – Faculdade de Filosofia, Comunicação, Letras e Artes, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2016. Disponível em: <[https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/PUC\\_SP-1\\_f701da8ae94d0ca1917a43e66b5a1905](https://bdtd.ibict.br/vufind/Record/PUC_SP-1_f701da8ae94d0ca1917a43e66b5a1905)>. Acesso em: 28 jul. 2024.
- CEZIMBRA, Márcia. **Maquiagem: Técnicas, referências e atuação profissional**. São Paulo: Editora SENAC, 2017.
- \_\_\_\_\_. **Maquiagem: Técnicas básicas, serviços profissionais e mercado de trabalho**. São Paulo: Editora SENAC, 2005.
- CRANE, Diana. **A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas**. 2. ed. São Paulo: Senac SP, 2006.
- DIAS, Juliana Nôro. **A maquiagem artística e as novas mídias: processos virtuais de ensino-aprendizagem da maquiagem no teatro**. 2018. 49 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Artes Cênicas) – Universidade de Brasília, Brasília, 2018. Disponível em: <<https://bdm.unb.br/handle/10483/24417>>. Acesso em: 20 ago. 2024.
- ELLE. Disponível em: <[https://elle.com.br/?srsltid=AfmBOorGyWeeiMf9hL45CHIubSTDsziX0hoFQPcYc3zz\\_mPfnOpbI3\\_B](https://elle.com.br/?srsltid=AfmBOorGyWeeiMf9hL45CHIubSTDsziX0hoFQPcYc3zz_mPfnOpbI3_B)>. Acesso em: 13 jul. 2024.
- ERNER, Guillaume. **Vítimas da moda? Como a criamos e porque a seguimos**. São Paulo: Editora Senac, 2006.
- FAIRCHILD, M. D. **Color Appearance Models**. 3rd ed. Chichester: Wiley, 2013.
- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurêlio: o minidicionário da língua portuguesa**. Curitiba: Editora Positivo, 2004.
- FINOTTI, Patricia. **Edição de janeiro da ELLE marca o início das celebrações dos 30 anos do título no Brasil**. 2018. Disponível em: <<https://www.patriciafinotti.com.br/edicao-de-janeiro-da-elle-marca-o-inicio-das-celebracoes-dos-30-anos-do-titulo-no-brasil/>>. Acesso em: 13 ago. 2024.
- FOGG; Marnie. **Tudo sobre moda**. Tradução: Débora Chaves; Fernanda Abreu; Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

GUADAGNUCCI, Natália. **5 segredos de Camila Anac**. ELLE, 20 fev 2023. Disponível em: <[https://elle.com.br/beleza/5-segredos-de-camila-anac?srsltid=AfmBOorxojpyNjHpR57PN10Vy2Gq\\_kx4kHYdkdhKBRscvZCJ8RWmjju5](https://elle.com.br/beleza/5-segredos-de-camila-anac?srsltid=AfmBOorxojpyNjHpR57PN10Vy2Gq_kx4kHYdkdhKBRscvZCJ8RWmjju5)>. Acesso em: 11 jun. 2024.

\_\_\_\_\_. **Quem é Pat McGrath, maquiadora que agitou as redes sociais na última semana**. ELLE, 3 fev. 2024. Disponível em: <<https://elle.com.br/quem-e-pat-mcgrath-maquiadora-que-agitou-as-redes-sociais-na-ultima-semana>>. Acesso em: 13 jul. 2024.

GUERRA, Catlen. **Como ser uma Maquiadora Profissional de Sucesso**. Rio de Janeiro: Edição do Kindle, 2021.

HELENA, Lígia. **130 ANOS DE ELSA SCHIAPARELLI**. ELLE view. 2020. Disponível: <<https://elle.com.br/elle-view>>. Acesso em: 19 ago. 2024.

LOBO, Tania Haddock. **Faces pintadas no tempo: padrões de beleza associados à maquiagem e sua evolução através do século**. Trabalho de Conclusão de Curso (Curso de Design) -Universidade Federal de Santa. Florianópolis, 2015. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/30434026.pdf>>. Acesso em: 27 ago. 2024.

MAGALHÃES, Mona. **Maquiagem e pintura corporal: uma análise semiótica**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) -Universidade Federal Fluminense - UFF. Niterói, 2010.

MAISON SCHIAPARELLI. **História da casa**. [s.d.]. Disponível em: <<https://www.schiaparelli.com/en/21-place-vendome/the-story-of-the-house/>>. Acesso em: 30 jul. 2024.

\_\_\_\_\_. **Schiaparelli**. Coleção Primavera-Verão. 2024. [s.d.]. Disponível em: <<https://www.schiaparelli.com/en/haute-couture/haute-couture-spring-summer-2024-1/>>. Acesso em: 26 jul. 2024.

MOURA, Paulo Henrique de. **BeaFeitler: o impacto cultural do design de bea feitler na harper's bazaar dos anos 60**. São Paulo: CELACC/ECA-USP, 2013. Disponível em: <<http://celacc.eca.usp.br/sites/default/files/media/tcc/629-1739-1-PB.pdf>>. Acesso em: 08 set. 2024.

MUNDO DAS MARCAS. **ELLE**. 2016. Disponível em: <<https://mundodasmarcas.blog.spot.com/>>. Acesso em: 13 ago. 2024.

OCEANE. **A maquiagem em cada década: tour pela história**. Blog Oceane. Disponível em: <<https://blog.oceane.com.br/maquiagem/a-maquiagem-em-cada-decada-tour-pela-historia-oceane/>>. Acesso em: 7 set. 2024.

OLIVEIRA, M. **Cosméticos Naturais: Conceitos e Aplicações**. São Paulo: Editora Científica, 2019.

PALHÃO, Marcela. **Conheça Patrick Ta, maquiador das Kardashians e de Alessandra Ambrósio**. UOL 07 jun 2019. Disponível em: <<https://siterg.uol.com.br/beleza/2019/06/07/conheca-patrick-ta-maquiador-das-kardashians-e-de-alessandra-ambrosio/>>. Acesso em: 12 jun. 2024.

PAT MCGRATH LABS. Disponível em: <<https://www.patmcgrath.com/?srsltid=AfmBOopdkmIdImdOiuq3GAsqI9kPnHbTgktAnfUgciHuqgPp9No16HQ8>>. Acesso em: 13 jun. 2024.

PATRICK TA. Disponível em: <<https://patrickta.com/>>. Acesso em: 12 jun. 2024.

PIZZA, Ariana; WHITEMAN, Viviam. **Coleção Folha Moda**. Tradução: Gil Reyes. São Paulo: Folha de S. Paulo, 2015.v. 20.

POOJA, P. **Maquiagem em 2025**: 6 tendências essenciais para conhecer Disponível em: <<https://reads.alibaba.com/pt/makeup-2025-6-essencial-trends-know/>>. Acesso em: 13 set. 2024.

RALHA, Renata. **Efeito lifting**: o segredo do rejuvenescimento facial. 2023. Disponível em: <[https://drarenataralha.com/efeito-lifting-facial-tudo-que-voce-precisa-saber?srsltid=AfmBOor5Zxkg3C\\_YiqD8-RFuB6odqOfXwPduO40vGOtU4F1r3crXoGrP](https://drarenataralha.com/efeito-lifting-facial-tudo-que-voce-precisa-saber?srsltid=AfmBOor5Zxkg3C_YiqD8-RFuB6odqOfXwPduO40vGOtU4F1r3crXoGrP)>. Acesso em: 20 ago. 2024.

REIS, Ivan. **Retorno de Elle Brasil**: uma análise do jornalismo de moda. 2020. Disponível em: <<https://iaminteligenciaemmoda.com.br/ponto-de-vista/o-retorno-de-elle-brasil-passado-presente-e-futuro-do-jornalismo-de-moda/>>. Acesso em: 13 jul. 2024.

SABINO, Marco. **Dicionário da Moda**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007

SAN'ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Editora Contexto, 2014.

SANTOS, Amanda Luizetto dos et al. **Cosméticos**: legislação, formulação e aplicação. São Caetano do Sul: Difusão, 2022. E-book. Disponível em: <<https://plataforma.bv.irtual.com.br>>. Acesso em: 27 ago. 2024.

SEELING, Charlotte. **MODA – 150 anos, Estilistas, Designers e Marcas**. Tradução: Isabel Remelgado; Margarida Seïça. Potsdam, Alemanha: h.f.ullmann, 2011.

\_\_\_\_\_. **MODA – O século dos estilistas, 1900-1999**. Tradução: Letrário. Alemanha: Konemann, 2000.

SILVA, Salésia Marykelly Paulino da. **A maquiagem criativa na construção de personas cênico-performáticas**: um caminho para a criação de narrativas imagéticas. 2022. 74 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Licenciatura em Teatro) – Departamento de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/46201>>. Acesso em: 20 ago. 2024.

SOUZA, Débora Diorcelia de; MACHADO, Karina Elisa. **Maquiagem do Século XXI**. Revista Cosmetics & Toiletries (Brasil), Florianópolis, ano 2019, v. 31, set-out. Disponível em: <<https://www.cosmetiticonline.com.br>>. Acesso em: 10 jun. 2024.

SOUZA, Valdete; CUSTÓDIO, José. **Fotografia**: meio e linguagem dentro da moda. In: Discursos Fotográficos, n. 1, v. 1, Londrina, 2005.

STADLER, Thiago David. **Plínio, o Velho**: nos caminhos da História Natural. Campo Mourão: Editora FELCILCAM, 2021.

STIPKOYIC, Sofia. **Tendências de maquiagem que queremos roubar das semanas de moda**. Disponível em: <<https://stealthelook.com.br/tendencias-de-maquiagem-que-queremos-roubar-das-semanas-de-moda/>>. Acesso em: 10 jun. 2024

VIGARELLO, Georges. **História da beleza**. Tradução: Léo Schlafman. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006.

VITA, Ana Carlota R. **História da Maquiagem, da Cosmética e do Penteado**: Em Busca da Perfeição. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2008.

WGSN. **Metodologia**. Disponível em: <<https://www.wgsn.com/pt/methodology>>. Acesso em: 12 jun. 2024.

YATES, Julia; GUSTAVASEN Donna. **Profissão Moda**: Guia das 55 carreiras profissionais de maior futuro no mundo da moda. GG moda, Editora Gustavo Gill, 2013.

ZANETTINI, Juliana. **Pesquisa de tendências**: uma abordagem sob a ótica do design de moda. 2012. 118 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2012. Disponível em: <[http://www.anhembi.br/ppgdesign/pdfs/26-juliana\\_zanettini.pdf](http://www.anhembi.br/ppgdesign/pdfs/26-juliana_zanettini.pdf)>. Acesso em: 17 jul. 2024.