

BCKSTG

MOMENTOS BACKSTAGE DE MAYBELLINE NEW YORK

CALENDARIO 2014



MAYBELLINE
NEW YORK

LEGENDARIO

MODA

100~
AÑOS

NEW YORK

CELEBRACIÓN

INNOVACIÓN

ATREVIDO

MOMENTOS



MABEL

MASCARA

GLAMOUR

PRESENTAMOS...

EL CALENDARIO 2014 MAYBELLINE NEW YORK

El calendario de Maybelline New York siempre ha estado a la vanguardia de la moda y el maquillaje, capturando hermosas mujeres y audaces looks de belleza en sus páginas, todo mientras celebra la creatividad del atrevido Nueva York, ciudad con la que la marca se ha convertido en sinónimo.

La edición de este año está marcada por una nueva celebración un ¡legendario aniversario! Maybelline New York cumplirá 100 años de juventud en 2015, y parece apropiado comenzar la fiesta con el calendario 2014, con una cuenta regresiva de un año para las festividades del cumpleaños. Las impresionantes fotografías en el calendario de este año, fueron inspiradas por las mujeres seguras, inventores valientes e innovaciones revolucionarias que conforman la extraordinaria historia de la legendaria marca. Se trata de una línea de tiempo que también le da una inclinación a la voluntad de Maybelline New York para desafiar y empujar los límites, el famoso factor "it" que ha hecho a la empresa tan exitosa a través de los años.

Descubre la marca como nunca antes con este adelanto de seis looks del calendario 2014 de Maybelline New York.



HECHOS MAYBELLINE NEW YORK

En el calendario 2014, las portavoces de Maybelline New York Emily Didonato, Kemp Muhl, Julia Stegner, Jessica White, Charlotte Free y Erin Wasson, personifican los momentos audaces que han alimentado la actitud, innovación y éxito de Maybelline New York de los últimos 100 años y los del futuro.

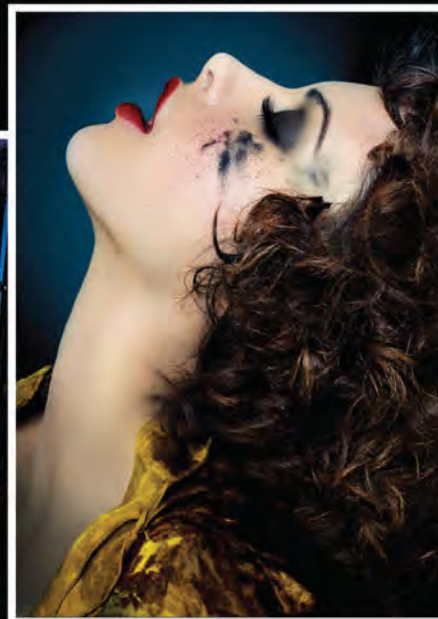
1915

NACE UN INVENTO

La historia de Maybelline comienza en 1915 cuando Mabel Williams, una joven de Chicago, buscaba una forma de realzar sus ojos. Con un ojo para el ingenio, mezcló polvo de carbón y vaselina y aplicó la mezcla a sus pestañas y cejas. Mabel aún no lo sabía, pero acababa de crear la primera mascara de Maybelline.

La mezcla de Mabel inspiró a su hermano Thomas Lyle Williams, un joven empresario, a formar una compañía y vender un producto para los ojos a base de vaselina llamado "Lash Brow Ine", la compañía fue nombrada Laboratorios Maybell en su honor.

La leyenda cuenta que el secreto de belleza de Mabel no sólo dio inicio a la empresa de cosméticos más exitosa en el mundo, sino que también la llevó a su propio éxito personal, se dice que sus hermosos ojos sedujeron a su futuro esposo Chet.



EL FACTOR "IT":

La creación de un revolucionario producto no fue sólo el primer obstáculo que tuvo que enfrentar la nueva compañía, también tuvo que convencer a las mujeres de utilizar maquillaje en los ojos, que previamente había sido asociado con baja moralidad y considerado inseguro. Las campañas publicitarias de Maybelline, presentaban a las mejores actrices de la época, ofreciendo inspiración y tips de cómo obtener el look y ayudando a las mujeres de todas partes a entender el poder y el atractivo del maquillaje. ¡Y dio resultado!, veinte años después, un estudio reveló que el 62% de las mujeres utilizaban mascara de pestañas regularmente. ¿Su marca favorita? Maybelline por supuesto.





MABEL SE ORDENA POR CORRESPONDENCIA

En 1920, los Laboratorios Maybell, revolucionaron el mercado de los cosméticos, introduciendo un producto fácil de usar, un sólido producto de ojos conocido como "cake mascara", un artículo que estableció el legendario estatus de la empresa en el mundo de la belleza.

El nuevo producto fue llamado Maybelline, refiriendo tanto al nombre de la empresa como a su primer bestseller "Lash-Brow Ine".

La aplicación se hizo con un pequeño cepillo, que primero se humedecía antes de ser frotado sobre la pasta. La mascara y su aplicador, se vendieron inicialmente en una caja color púrpura por \$0.75. Más tarde, el rojo se convirtió en el color de la firma de los productos en los empaques y siendo parte integral de la marca por más de 40 años.

El negocio de venta por correo creció conforme miles de mujeres estadounidenses recortaban cupones por el producto de la publicidad de las revistas, los metían en sobres dirigidos a los laboratorios Maybell en Chicago junto con el pago y esperaban pacientes a que el cartero llegará con la icónica caja roja.

En 1922 la compañía fue renombrada Maybelline.



EL FACTOR "IT":

Los materiales utilizados para la icónica caja cambiaron con los años, de una ligera cartulina a metal, pero el sello color rojo seguía siendo el mismo. Esta versión inspirada en el art deco con detalles en dorado, encantaron a los clientes en los años 1940.



1940s

CATEGORÍA PARA MEDIAS

Mujeres de todas partes de Estados Unidos solicitaban tener productos Maybelline y en los años 1930 la compañía respondió ampliando sus ventas a través de tiendas de variedades locales, haciendo a Maybelline la marca masiva más popular de fácil acceso para todos.

Esa accesibilidad resultó ser clave cuando los Estados Unidos entraron en la Segunda Guerra Mundial a finales de 1941. Muchos artículos de uso diario eran escasos, incluyendo las medias debido al racionamiento de seda y nylon, y las mujeres tuvieron que llegar a soluciones creativas. En lugar de simplemente ir sin medias, utilizaron el lápiz de cejas de Maybelline para dibujar una costura en la parte posterior de la pierna para simular el aspecto de estar usando medias.

EL FACTOR "IT":

Durante la década de 1940, populares estrellas de cine de Hollywood, incluyendo a Merle Oberon, Betty Grable, Hedy Lamarr, y Joan Crawford avalaban los productos de Maybelline New York.





VIENTO DE LIBERTAD



Los años de 1950, 1960 y 1970, fueron décadas de continuo crecimiento y originalidad para Maybelline. Desde la mascara automática y pestañas postizas, a polvo de cejas y paletas de sombras de ojos, Maybelline ofrecía un amplio rango de productos que revolucionaron el mercado de la cosmética y ayudó a las mujeres a expresarse ellas mismas.

De todas maneras, habían dos innovaciones destacadas que marcaban este periodo: la revolucionaria mascara "Great Lash", la cual es aún un bestseller hoy, y el único, "Roll on Kissing Potion Lip Gloss", conocido por sus divertidos sabores como de chicle y cereza.

Con el slogan "Prométele a Roger tus besos de fresa. Hay muchos sabores que quedan para Richie, Fred, David, Bab..." Kissing Potion (poción de besos) verdaderamente capturó el espíritu libre de los años 1970.



EL FACTOR "IT":

Presentada en 1971, la mascara "Great Lash", continua siendo un bestseller en la actualidad. El característico tubo rosa y verde es vendido cada 1.3 segundo en los Estados Unidos.



1980s

LA MUJER MARAVILLA

Los años 1980, llevaron al maquillaje y la moda a un nuevo nivel de audacia. Grandes hombreras, atrevidos colores y patrones acentuando la ropa de las mujeres, sombras de ojos brillantes, contornos exagerados en las mejillas y colores escarchados en los labios estaban en boga. Las mujeres demandaban productos que se destacaran y duraran a través de cualquier actividad, así que Maybelline presentó la máscara a prueba de agua y otros cosméticos de larga duración para ayudarlas a alcanzar sus looks más atrevidos.

Con su fórmula increíblemente hidratante y poderosa recompensa de color, el labial "Moisture Whip", fue un súper hit en los años 1980. ¿Y quién mejor para representar el producto que un superhéroe?



EL FACTOR "IT":

La actriz Lynda Carter, mejor conocida por su retrato de la icónica mujer maravilla en la televisión, protagonizó las campañas publicitarias para el labial "Moisture Whip" y varios productos más. Fotografiada en una piscina y un estudio de aeróbicos, Lynda Carter presentó el lado energético de la marca a millones de mujeres alrededor del mundo.

2009

LABIAL ECONÓMICO

En 2009, en medio de una crisis económica global, Maybelline New York presentó el labial Color Sensational. Con cremosos colores en tendencia de la moda con tecnología de pigmentos puros, era exactamente lo que las mujeres necesitaban para levantar el ánimo. Fue un movimiento audaz para lanzar la más amplia selección de colores de labios jamás vista en medio de una crisis financiera. ¡Muy Maybelline!



EL FACTOR "IT":

El famoso rostro de Color Sensational, la top model Christy Turlington, firmó con la marca y presentó el legendario slogan "Porque está en ti, está en Maybelline", en los años 1990.

Desde entonces, la marca se ha transformado en una compañía global de cosméticos. En 1996, el grupo L'Oréal adquirió Maybelline y la sede central se trasladó a la ciudad de Nueva York. Para celebrar la vibración de la moda, la energía cosmopolita de la marca y su nueva ciudad, en 2001 fue renombrado Maybelline New York.



OBTEN EL LOOK

Los legendarios momentos de Maybelline New York, inspiraron estos cuatro looks creados por Charlotte Willer makeup artist de Maybelline New York.



"Estos looks tienen un sentimiento retro, pero son perfectos para celebrar ocasiones especiales hoy en día."

1915

"Me inspiré en el maquillaje de la época del cine mudo. Con un smoky eyes redondo muy oscuro emparejado con los clásicos labios rojos, esto aún luce elegante y contemporáneo en la actualidad."

Maquillaje Fit Me

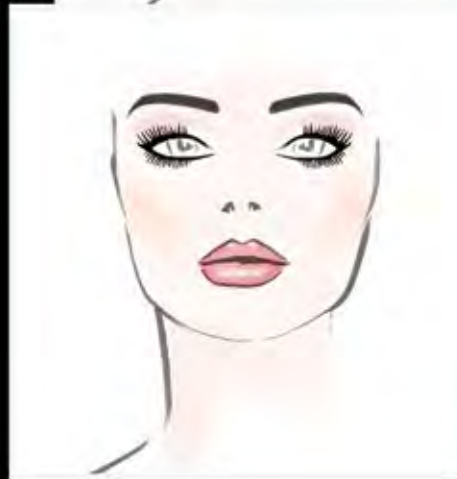
Blush Fit Me en Medium Pink
Delineador de cejas Eye Studio
Master Shape
Delineador en sombra Eye Studio
Master Smoky en Grey y Black Smoke
Mascara Volum' Express Falsies
Labial Superstay 14hr en Wine and Forever



1920

"Éste es un look sin esfuerzo de una chica trabajadora de principios de los años 1920, sólo un toque de delineador de ojos, mascara de pestañas y cejas bien cuidadas. Para dar un giro moderno, da a las uñas un manicure francés con esmalte negro como base y las puntas blancas."

Dream Fresh BB Perfeccionador de Piel
Blush Fit Me en Deep Rose
Delineador en lápiz de cejas Eye Studio Master Shape
Sombras Eye Studio Color Tattoo Metal 24hr en Pink Gold
Delineador Eye Studio Master Smoky en Black Smoke
Mascara Volum' Express Colossal
Labial Color Sensational en Born With It



1970

"El gloss de labios fue grande en los años 1970. Era fresco y juvenil, justo como el suave delineado azul de los ojos y cejas fuertes que he creado aquí. Las pestañas oscuras hacen resaltar los ojos aún más."

Base Líquida Fit Me

Blush Fit Me blush en Deep Rose
Delineador de cejas Eye Studio
Master Shape
Sombras en gel Eye Studio Color Tattoo 24hr en Turquoise Forever
Mascara Great Lash
Color Elixir de Color Sensational en Blush Essence

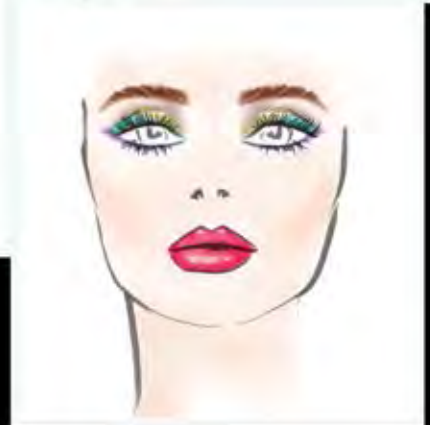


2009

"Las mujeres no podían permitirse artículos de lujo, así que se expresaban con el maquillaje. Creé unos coloridos ojos, excesivamente glamorosos y atrevidos labios que dicen -mírame-."

Polvo Compacto Fit Me

Bronzer Fit Me en Medium Bronze
Sombra de ojos en gel Eye Studio Color Tattoo 24hr Endless Purple, Turquoise Forever, Eternal Gold, Always Green, On and On bronze
Mascara Volum' Express Falsies Big Eyes
Labial Color Sensational en Red Revolution



¡VAMOS DE FIESTA!

Maybelline New York, colaboró con el mejor talento para recrear sus momentos históricos con modernas sensibilidades para el calendario 2014.

KENNETH WILLARDT

FOTÓGRAFO



¿Cuándo descubriste por primera vez a Maybelline New York?
Descubrí por primera vez a Maybelline New York, cuando llegue a la ciudad de Nueva York desde Dinamarca hace 25 años. Había sido mi sueño trabajar con la marca y tuve mi primera oportunidad en 2001. Estábamos fotografiando una campaña publicitaria con la modelo Josie Maran en una locación en Miami y el concepto creativo, involucraba a una hermosa mujer en la playa con madera flotando a la deriva. Cuando llegamos ahí, no había ningún pedazo de madera que pudiéramos encontrar en la orilla y tuvimos que pedir apoyo a la persona de utilería para conducir todo el camino hasta un lago en Texas en donde encontramos la madera. Él arrastró un camión de madera flotante de regreso a Miami justo a tiempo para completar el proyecto. ¡Aquellos eran los días!

¿Cómo fue para ti recrear estos legendarios momentos para el calendario?

Es todo lo que siempre había soñado, ser un miembro integral del equipo de tan icónica marca, y fue una oportunidad única en la vida, fotografiar 100 años de innovación. Encontré especial inspiración al ver a Kemp representando a Mabel en un set que lucía como un pequeño departamento de un dormitorio, encendiendo un trozo de carbón para crear su propio maquillaje. Realmente nos sentimos como si estuviéramos presenciando el comienzo de la marca Maybelline New York.

¿Tú has fotografiado a muchas de las portavoces de Maybelline New York a través de los años, quién es tu favorita?

Todas las portavoces representan perfectamente a Maybelline New York, porque son muy especiales. Cada una tiene su propia calidad de estrella que representa una faceta única de la marca.

¿Cuáles son tus deseos para Maybelline New York en su aniversario?

Que siga haciendo del mundo un lugar hermoso, una máscara "Great Lash" a la vez

MAKEUP ARTIST

CHARLOTTE WILLER



¿Cuándo descubriste por primera vez a Maybelline New York?

Descubrí a Maybelline por primera vez en 1984, cuando tomé el divertido tubo colorido de la máscara Great Lash. Después, me enteré que la marca también hacía una hermosa sombra tono Pearly White, que utilicé como iluminador de mejillas durante muchos años, esto fue antes de que alguien más tuviera algo así en el mercado. Actualmente mi kit de maquillaje está lleno de Maybelline New York. Tengo todo desde bases líquidas Fit Me! hasta labiales Color Sensational y por supuesto todas las máscaras de pestañas.

¿Cuál fue tu primer proyecto con Maybelline New York?

Me invitaron a trabajar con Maybelline New York en el re-lanzamiento de la máscara Great Lash. Yo hice el maquillaje para las modelos de la campaña Erin Wasson y Josie Maran. El rodaje se realizó sin problemas, pero el número de personas que asistieron de la marca me sorprendió en ese momento. Aprendí que se necesita una gran cantidad de mentes brillantes para producir una exitosa campaña publicitaria.

¿Cómo fue para ti recrear estos legendarios momentos para el calendario?

Fue genial, muy divertido e interesante. Maybelline New York tiene una historia muy rica. ¿De qué look del calendario 2014 estás más orgullosa de haber creado? Me encantó traer a la vida el glamour retro de los smoky eyes con los labios rojos para Julia, pero cada uno de los looks tiene su propio encanto. Verlos todos juntos en el calendario me recuerda los momentos especiales que hemos tenido en el set, es raro tener un tema tan específico y significativo.

MICHAEL ANGEL FASHION STYLIST



¿Cuándo descubriste por primera vez a Maybelline New York?
Maybelline fue parte de mi infancia. Mi hermana mayor usaba la máscara "Great Lash" y recuerdo siempre ver alrededor el vibrante empaque, es inolvidable.

¿Cuál fue tu primer proyecto con Maybelline New York?
Mi primer proyecto con Maybelline New York fue hace casi siete años. Fui el estilista de una grabación de TV de las modelos Adriana Lima y Erin Wasson. Fue una de las primeras veces que trabajaba en una producción a gran escala de una marca tan importante. Recuerdo sentirme tanto asustado como emocionado. Me quedé sorprendido de lo divertido que fue, fue una experiencia muy especial. La moda sin duda ha cambiado en los últimos 100 años.

¿Cómo fuiste capaz de traer el pasado a la mente para la sesión del calendario?
Quise recrear los periodos de tiempo de tal manera que se sintiera actual. Conservé a las chicas de Maybelline New York en estilos vanguardista de la moda y luego preparé los looks con piezas vintage. El outfit de Kemp para la fotografía de los laboratorios Mabel es el ejemplo perfecto. La intensidad de su vestido dorado Prada contra el fondo oscuro funcionó de maravilla, ella lucía actual y moderna, pero siendo relevante del concepto histórico.

¿Cuál es tu mejor consejo para vestir moda retro?
Seleccionar piezas vintage que son verdaderamente especiales y combinar con algo moderno, de esta manera lucirás actual y te sentirás realista, no como si estuvieras usando un disfraz. Los zapatos vintage lucen geniales junto con una falda recta por ejemplo.

¿Cuáles son tus deseos para Maybelline New York en su aniversario?
Querido Maybelline, ha sido una aventura hasta el momento y no puedo expresar que increíble ha sido el viaje para mí. Gracias por permitirme tener tanta libertad creativa y de vez en cuando, volvernos completamente locos. Espero con impaciencia sus próximos 100 años... aunque yo no pueda estar ahí para todos. ¡Te amo como familia!

HONEY NAIL ARTIST



¿Cuándo descubriste por primera vez a Maybelline New York?
Cuando era una niña descubrí Maybelline en la bolsa de mi prima mayor. Solía tomar su delineador de ojos e imitar los looks que veía en los comerciales de la televisión. Desde entonces, he sido adicta al delineador de Maybelline New York.

¿Qué fue lo que más te gustó de recrear estos momentos legendarios?
Crear looks que capturan la historia de Maybelline New York fue muy emocionante. Fue realmente una asombrosa oportunidad contribuir en un proyecto tan increíble para esta icónica marca.

¿Qué look de uñas era más popular en los años 1940, 1980, 1990 y 2000?
Las uñas siempre han sido un centro de atención. En la década de los 1940, Rita Hayworth hizo de las uñas largas, rojas, en forma de almendra muy populares y en los años de 1980, celebridades como Madonna mostraba extravagantes uñas alocadas, que complementaban las tendencias de los grandes peinados. En la década de 1990, se pusieron de moda las técnicas de "back burner nail" en los salones, pero el arte de las uñas aún no aparecía en escena. En los años 2000 regresaron las combinaciones y las uñas se convirtieron en un accesorio de moda con diseños de arte de uñas tridimensionales, diseños de alta costura y la innovación de utilizar muchos colores para un solo manicure. Hoy el arte de las uñas es más popular que nunca gracias a que es fácil utilizar los productos que son accesibles para todos, como los esmaltes Color Show de Maybelline New York.

¿Cuáles son las tendencias más "hot" para las uñas ahora?
Muchos brillos, tonalidades neón y tonos blancos, todos son grandes para las uñas en estos momentos. Los blancos son geniales porque hay opciones que lucen increíble en cualquier tono piel, todos desde tonos puros a opacos con bases tanto cálidas como frías.

¿Cuáles son tus deseos para Maybelline New York en su aniversario?
Los mejores deseos para más grandes colores, maquillaje y esmaltes.



ESTLISTA DE CABELLO

STEPHANE LANCIEN

¿Cuándo descubriste por primera vez a Maybelline New York?

Maybelline New York ha estado en mi cabeza desde que abrí mi primera revista de moda cuando era un niño. Me encantaba imaginarme lejos de todo y a los modelos que vivían vidas fantásticas en el fabuloso Nueva York.

¿Cuál fue tu primer proyecto con Maybelline New York?

Fue hace unos diez años. Tenía el placer de trabajar con Christy Turlington, que siempre ha sido una inspiración para mí. Estaba más que encantado cuando me enteré que tenía la oportunidad de trabajar con ella para Maybelline New York. Cuando la veo hoy en día, es difícil creer que hemos estado haciendo esto durante casi una década juntos. Ella no ha cambiado ni un poquito, ¿Tal vez sea Maybelline?

¿Cómo han cambiado los peinados en los últimos 100 años?

El enfoque para el cabello es muy diferente hoy de lo que era hace 100 años. Actualmente, se trata de sentirse libre y de la libertad con el cabello. Las mujeres poderosas quieren lucir de la manera en que se sienten, que es todo lo contrario de hace un siglo cuando, por ejemplo, las mujeres dormían con un soporte especial en el cuello para no arruinar sus peinados perfectos.

¿Las mujeres son más atrevidas con el cabello actualmente?

A lo largo de la historia, siempre ha habido mujeres excepcionales que han influido en la cultura y sociedad, algunas de ellas creando looks que han perdurado hasta hoy. Por ejemplo Cleopatra, Elena de Troya, María Antonieta o Louise Brooks. Todas estas mujeres se atrevieron a algo que era considerado inapropiado y audaz para su tiempo. Creo que atreverse o no es una cuestión de todos y cada mujer se enfrenta al pasado y al presente.

¿Cuáles son tus deseos para Maybelline New York en su aniversario?

Le deseo a Maybelline New York, otros 100 años de los más innovadores productos, las campañas más creativas y mucho más éxitos. Estoy emocionado de ver que sigue. Maybelline New York ¡Feliz cumpleaños!

ANASTASIA DURASOVA

BODY ARTIST



¿Cuándo descubriste por primera vez a Maybelline New York?

Cuando estaba en la secundaria, mis amigas y yo solíamos usar el dinero de nuestro lunch para comprar maquillaje. Había un gran mercado cerca de la escuela que tenía lo último en maquillaje, perfumes y productos de cabello, un verdadero paraíso para una chica. Íbamos ahí y yo compraba todos los nuevos productos que encontraba de Maybelline.

¿Cuál fue tu primer proyecto con Maybelline New York?

El año pasado tuve el privilegio de crear el body art de cuatro de las portavoces para el calendario 2013. Trabajar con el equipo de Maybelline New York fue increíble. Fui desafiada creativamente y aprendí mucho durante el proceso. Me sentí muy afortunada de ser invitada a trabajar con el equipo nuevamente este año.

¿Cómo fue crear el look de Color Tattoo para el calendario 2014?

Crear una imagen que pudiera ser fotografiada a través del cuerpo de dos modelos mientras se mueven era un desafío, algo que nunca antes había hecho, pero eso es Maybelline New York, siempre hasta empujando el desarrollo.

¿El body art existía en 1915 cuando Maybelline New York empezaba?

El body art, ha existido desde hace miles de años, mucho antes de que la gente comenzará a usar ropa, joyería e incluso maquillaje. A principios del siglo 20, los artistas, intérpretes y seguidores del movimiento futurista, pintaban palabras e imágenes en sus cuerpos y caras. Pero la base del body paint moderno se asocia con el trabajo del increíble artista Veruschka.

¿Cuáles son tus deseos para Maybelline New York en su aniversario?

Querido Maybelline New York, por favor no cambies. Siempre sé de la manera que eres hoy, fuerte, elegante, lleno de grandes ideas e interminable energía.

PRESS CONTACT:
GLOBAL PUBLIC RELATIONS
575 FIFTH AVENUE
NEW YORK, NY 10017

POLINA SOKOLOVA
+1 (212) 984-4334
PSOKOLOVA@MAYBELLINE.COM

MELISSA REIDHEAD
+1 (212) 885-1339
MREIDHEAD@MAYBELLINE.COM

JUNKO MIZOBUCHI
+1 (212) 984-4560
JMIZOBUCHI@MAYBELLINE.COM

