

ESTRUTURA

O ParkFashion tem uma estrutura de primeira linha para sua edição 2010. A tenda está montada no estacionamento do shopping com 3.500 m² de área total. Nas salas de desfiles, o público verá uma cenografia com toque de dramaticidade e mistério, bem no clima de inverno das coleções. Uma passarela é branca e a outra, na cor preta. Cada sala tem 800 lugares.

CAMPANHA

Nome em ascensão nas semanas de moda internacionais, Isabel Hickmann foi fotografada para o ensaio promocional do ParkFashion por Daniel Pinheiro, em São Paulo. O styling ficou a cargo de Fabrício Maia, maquiagem de Cecília Macedo e produção de Cadu Alves. A Competence é a agência responsável pela campanha de divulgação do ParkFashion 2010.

EVENTOS PARALELOS

Paralelamente aos desfiles, a agenda fashionista do evento tem várias atrações. A primeira é a presença de Chiara Gadaleta, estilista e apresentadora do programa Tamanho Único, do canal GNT. Ela ministrará a palestra O Novo Luxo e falará sobre tendências da moda sustentável, estilo e durabilidade, contando um pouco sobre sua marca, Tarantula, que usa materiais reciclados para produzir peças de joias descoladas e modernas. Na ocasião, Chiara gravará episódios para seu programa de TV nos corredores do evento e no shopping.

Outra atração para os apaixonados por moda serão as oficinas de estilo realizadas por Cris Gabrielli e Fê Resende, ambas da equipe do site *Oficina de Estilo*. O tema das oficinas será *Personal stylist: consumo de comportamento* e tem como meta investir na formação de profissionais em consultoria de estilo.

PARKFACES

O já tradicional concurso ParkFaces, destinado a revelar novos talentos para a passarela, registrou 141 inscritos no feminino e 84 no masculino, dos quais foram escolhidos apenas dez finalistas. O vencedor do concurso será conhecido no dia 12 de março e ganhará um vale-compras no valor de R\$ 5 mil, que poderá ser usado nas lojas do ParkShopping.

CONCURSO FOTOGRÁFICO

O concurso fotográfico deste ano desafiará os participantes a realizarem um editorial de moda. O tema foi o mesmo do evento, *A Fantasia da Moda: Mistérios de Inverno*. "Privilegiamos mais a criatividade dos participantes do que a técnica", afirma Jackson Araujo, curador do evento. Participaram do concurso fotógrafos não-profissionais e amantes da moda em geral. Os prêmios são um vale-compras de R\$ 5 mil em lojas do shopping e um pacote de viagem com direito a acompanhante.



No *line-up* desfiles exclusivos e coletivos, que acontecem nas duas salas do ParkFashion. A sexta edição promete conceitos novos, além de um ar invernal e misterioso

A Fantasia da Moda no ParkFashion

O ParkShopping recebe, até o dia 12 de março, a sexta edição do maior evento de moda do Centro-Oeste e o terceiro maior do país, o ParkFashion. A atração contará com workshop, concursos, exposições, além de desfiles exclusivos e coletivos

PROGRAMAÇÃO

DIA 9

10h - Palestra "O Novo Luxo", com Chiara Gadaleta - Cine ParkPlex 3

18h - Desfile Exclusivo - Tyrol / Mercado Infantil - Sala de desfile 1

19h - Desfile Exclusivo - SAAD / Lenny - Sala de desfile 2

20h - Desfile Exclusivo - Timberland / TNG - Sala de desfile 1

21h - Desfile coletivo - Sala de desfile 2

DIA 10

Das 9h30 às 12h - Workshop "Personal Stylist: Consumo de Comportamento", com o site Oficina de Estilo - Sala de desfile 1

19h - Desfile Exclusivo - Confraria Studio / Mara Mac - Sala de desfile 1

20h - Desfile Exclusivo - Flor / Ellus - Sala de desfile 2

21h - Desfile Exclusivo - Cantão / Los Dos - Sala de desfile 1

22h - Desfile Exclusivo Swatch / Desfile Coletivo - Sala de desfile 2

DIA 11

Das 9h30 às 12h - Workshop "Personal Stylist: Consumo de Comportamento", com o site Oficina de Estilo - Sala de desfile 1

18h - Desfile Coletivo - Sala de desfile 1

19h - Desfile Exclusivo - Rudge / Cori - Sala de desfile 2

20h - Desfile Exclusivo - Zene / Forum - Sala de desfile 1

21h - Desfile Exclusivo Riachuelo / Desfile Coletivo - Sala de desfile 2

DIA 12

Das 9h30 às 12h - Workshop "Personal Stylist: Consumo de Comportamento", com site Oficina de Estilo - Sala de desfile 1

18h - Desfile Exclusivo Paola da Vinci / Coletivo Infantil - Sala de desfile 1

19h - Desfile Exclusivo - Lua / Espaço Fashion - Sala de desfile 2

20h - Desfile Exclusivo - Planet Girls / Renner - Sala de desfile 1

21h - Desfile Exclusivo UW / Desfile Coletivo - Sala de desfile 2

22h - Desfile IESB - Sala de desfile 1

CLÁUDIA ALVES

calves@jornaldacomunidade.com.br

O ParkShopping movimentará a capital federal até o dia 12 de março com mais um Claro ParkFashion, um dos mais importantes eventos de moda do Brasil. Em sua sexta edição, no formato atual, e já consolidado no exclusivo calendário fashionista do país, a semana de moda do ParkShopping apresentará workshop, concursos, exposições, além das mais novas tendências do mundo da moda na passarela. No *line-up*, desfiles exclusivos e coletivos das lojas do ParkShopping. "Aprimoramos ainda mais a cenografia das tendas, e o *lounge* este ano tem um acabamento e paisagismo mais primoroso", conta o superintendente do shopping, Marcelo Martins.

Outra novidade pode ser conferida nas salas de desfiles. "Também inovamos nos painéis de LED, que ficam no fun-



Marcelo Martins e Cilene Vieira: cenografia do ParkFashion está mais high tech

do das passarelas. Desde o ano passado já utilizamos esse tipo de painel, mas nesta edição trouxemos painéis com tecnologia mais moderna e com uma definição fantástica. É quase uma televisão gigante", divulga Marcelo. "Nesta edição do ParkFashion, trabalhamos o conceito *A Fantasia da Moda*. Através dos desfiles e outros eventos vamos mostrar as inúmeras formas de criar um vi-

sual aconchegante e misterioso ao mesmo tempo. E também, uma forma de cada um contar sua própria história por meio da moda. Uma moda que pode ser encontrada no mix de lojas do shopping", diz Cilene Vieira, gerente de marketing do ParkShopping.

"O Claro ParkFashion tem um formato diferente dos outros dois maiores eventos de moda do país, o SPFW e o Fashion Rio,

que trazem desfiles mais conceituais, onde as roupas que são apresentadas não chegam imediatamente nas lojas", diz o superintendente. "Já os desfiles do ParkFashion são comerciais, com peças que estarão nas vitrines em poucos dias. Ou seja, o cliente pode ver a peça no desfile e em seguida comprá-la no shopping", explica Martins.

Os desfiles também contarão com a participação de seis estudantes de moda do IESB, que apresentarão suas criações. São elas: Tayná Pirineus Carvalho de Oliveira, Fernanda Duarte de Lima, Thays Neiva Varandas, Ana Beatriz Figo Curvello, Gislaíne Aparecida Rodrigues e Luciene Oliveira de Carvalho da Cunha. "É muito importante para os estudantes participarem de um evento desse porte. É uma espécie de passaporte para entrar no mundo da moda", frisa Lutero Leme, do IESB.

TENDÊNCIAS DA TEMPORADA

Jackson Araujo é o responsável pela curadoria do ParkFashion 2010. "Trabalho com a direção criativa e de conteúdo do evento. Desde o começo, quando a gente começou a conversar sobre o que é o inverno, comecei a amarrar as tendências da temporada ligadas ao varejo, ao visual, ao *merchandising*, à música, a campanha impressa, que são coisas que podem nos auxiliar a encontrar um caminho que dialogue com as tendências que vão para a passarela", explica o curador. O conceito *A fantasia da moda* partiu da vontade de criar personagens novos

no inverno e universos misteriosos, segundo ele. Jackson diz ainda que o ponto de partida foi o excesso de informações da internet, que desafia a criar mistérios para seduzir os consumidores. "Tudo isso é permeado pela ideia do novo luxo, que não é cheio de logomarcas, mas que trabalha com sustentabilidade, conforto e limpeza das formas. Todos esses fatores estão dentro da sexta edição do ParkFashion", detalha.

A top convidada é Isabel Hickmann, que foi destaque na última edição do São Paulo Fashion Week. "Após o tema ser afinado em

conjunto com a equipe de marketing do shopping é que começamos a criar caminhos, como definir quem seria o modelo, qual a roupa e a maquiagem que iria usar, quem seria o fotógrafo para a campanha, etc. Quando eu olho para a campanha com a Isabel Hickmann, tenho a sensação de que algo está para acontecer, como um mistério Hitchcockiano", enfatiza.

O modelo internacional Alexandre Verga, que já estrelou campanhas de grifes como Guess e Gianfranco Ferré, é o convidado especial do ParkShopping para o evento.

Saiba quem é quem na produção do evento

Conheça os profissionais responsáveis pelo maior espetáculo de moda do Centro-Oeste e terceiro maior evento do país. São eles que fazem o show acontecer

CLÁUDIA ALVES

calves@jornaldacomunidade.com.br

No *backstage* do Claro ParkFashion 2010 estão conceituados profissionais do mercado de moda. Em sua sexta edição, no formato atual, e já consolidada no exclusivo calendário fashionista do país, a semana de moda do ParkShopping apresentará workshop, concursos, exposições, além das mais novas tendências do mundo da moda na passarela. No *line-up*, desfiles exclusivos e coletivos das lojas do ParkShopping. Veja a seguir um breve perfil dos profissionais responsáveis pela mais importante semana de moda de Brasília, que movimentará a cidade de 9 a 12 de março.



MARCELO MARTINS (superintendente) – “Meu papel é sempre acompanhar a equipe de marketing que é responsável e coordena junto comigo toda a construção do evento, além de fazer a interação com os clientes, lojistas e jornalistas para que entendam que este é um evento importante, não só para o shopping, mas para a cidade como um todo”, explica Marcelo. **O que espera do**

evento: “A expectativa do shopping com o evento é sempre muito positiva. O Claro ParkFashion é muito prazeroso de construir. É um momento de interação muito importante para o shopping, administração, lojistas, clientes e também para a cidade. É um momento que a gente consegue proporcionar a Brasília um grande evento de moda, que é considerado hoje o maior do Centro-Oeste e o terceiro maior do Brasil”.



CILENE VIEIRA (gerente de marketing) – “É minha responsabilidade reunir excelentes profissionais como temos feito ao longo de todas as edições e parceiros tão bons. Meu trabalho é fazer o elo do shopping com a produção, com a montagem, os parceiros de veículos de comunicação, as pessoas que fazem o show dos desfiles, etc. Participo de toda a organização do evento”, afirma a gerente de marketing. **O que espera do evento:** “Nossa intenção é criar um clima de mistério e fantasia de acordo com o conceito deste ano. Nós estamos preparando o evento com muito carinho. A cada ano tentamos nos superar. Este ano, por exemplo, todas as salas estão forradas. A pessoa entra e se sente como se estivesse dentro de uma cápsula, que eu digo que é a cápsula da moda. O cenário está mais bonito e a trilha sonora da sala de espera é mais tranquila para proporcionar mais conforto ao público”, diz Cilene.



REGINALDO FONSECA (diretor executivo) – todos os detalhes, desde a concepção à execução do Claro ParkFashion, passam pelas mãos de Reginaldo Fonseca. “O evento é como um circo, você monta aqui e desmonta lá. Eu vejo tudo que pode ser melhorado ou que pode ser transformado”, diz. Todo o espaço e a criação da cenografia são feitos em conjunto e com a interferência de Reginaldo, ele influencia na definição dos desfiles, na contratação dos profissionais, na seleção dos modelos, na escolha das equipes técnica e de apoio, quem serão os parceiros e de que forma irão partici-

par do evento. “Minha interferência está em tudo. É um evento muito grande, que exige muito da gente. Estamos falando do terceiro maior evento de moda do Brasil”, afirma. Há 23 anos no mundo da moda, Reginaldo é dirigente da Companhia Paulista de Moda. Neste evento, sua equipe é formada por mais de 200 profissionais. **O que espera do evento:** “Minha expectativa é que dê supercerto e que esta edição supere a edição passada. Isso acontecendo eu já fico muito feliz”.



JACKSON ARAUJO (curador) – junto à gerência de marketing do ParkShopping, é ele quem define todo o conteúdo e a programação do evento. Jackson Araujo é jornalista, consultor de tendências e *sound stylist* e é o curador do Claro ParkFashion há quatro anos. “Eu trabalho com a direção criativa e de conteúdo do evento. Desde o começo, quando a gente começa a conversar sobre o que é o

inverno, eu começo a amarrar as tendências da temporada ligadas ao varejo, ao visual, ao merchandising, a música, e campanha impressa, que são coisas que podem nos auxiliar a encontrar um caminho que dialogue com as tendências que virão na passarela”, diz. Ele pesquisa as tendências para criar o tema, e em seguida o apresenta para a equipe de marketing do ParkShopping. Na sequência, o assunto é discutido e adequado à realidade do shopping. **O que espera do evento:** “Estou muito feliz e apostando muito no conforto, na limpeza visual, no ambiente com salas mais aconchegantes, desde o *backstage* até chegar à sala de recepção. Neste espaço, as pessoas se sentem bem recebidas. Essa expectativa é de proporcionar conforto para o público”.



DANIEL UEDA (stylist) – pelo terceiro ano consecutivo, o *stylist* paulista participa do Claro ParkFashion. Com 16 anos de carreira, ele é o responsável por definir o estilo dos desfiles coletivos, fazendo combinações de peças das lojas do ParkShopping, criando *looks* inusitados e que sempre fogem do óbvio. Este ano, o profissional contará com o apoio de Rita Lazaretti no *styling* e produção de moda dos desfiles. “Trabalhar já se tornou um hobby onde busco levar emoção às pessoas”, diz Ueda. **O que espera do evento:** “Neste evento precisamos falar de moda de uma forma direcionada para o público. É diferente da São Paulo Fashion Week, por exemplo, onde trabalhamos com conceito e não revelamos a moda direta para o comprador. Aqui, os *looks* já estarão nas lojas”, destaca.



NUNO QUENTAL (coordenador geral) – há mais de 15 anos na indústria da moda, Nuno Quental é responsável por coordenar todas as equipes. “Acompanho as montagens, como a do lounge, da cenografia, da iluminação, da estrutura, de passarela, dos painéis de LED, além da organização do camarim, recebimento de roupas, ou seja, tudo o que acontece no evento”, conta Nuno, que também compõe a equipe de Reginaldo Fonseca. **O que espera do evento:** “Nós tentamos fazer o link e gerenciar todas as equipes de profissionais para que tudo funcione e flua da melhor maneira possível. A cada ano o evento se supera e traz sempre novidades e novas propostas”, avalia o coordenador geral.



MING LIAO TAO (agente internacional) – parceiro de Reginaldo Fonseca há mais de 15 anos, Ming Liao Tao está sempre presente entre os profissionais responsáveis pela seleção de novos talentos, o ParkFaces. “Venho colaborar na seleção de pessoas que tenham potencial para ingressar no mercado de moda local, nacional e, até mesmo, internacional. Minha função é escolher novos talentos”, conta. O agente internacional participa do Claro ParkFashion desde a primeira edição. **O que espera do evento:** “O evento é super válido porque realmente descobre novos talentos. Beleza não é difícil de achar o problema é encontrar adolescentes que encarem isso como uma profissão. Isso a gente não tem conseguido tanto porque muitas pessoas participam de um concurso meramente por participar. Também por isso, neste ano estamos bem mais seletivos”.



ANDRÉ VELOSO (coordenador do beauty) – o maquiador recifense está entre os profissionais de beleza mais conceituados do país, com mais de 15 anos de experiência na área. No Claro ParkFashion, ele é responsável pela coordenação de beleza, cabelo e maquiagem. É Veloso quem transmite as informações para a equipe de execução dos desfiles coletivos e os exclusivos e, ainda, faz toda a direção do trabalho. Este ano, o maquiador contará com o reforço local do salão brasileiro Concept Hair, dos cabeleireiros Alexandre Viana e Júnior Passarinho. “Meu papel no evento não é ditar tendências, pois é um evento de temporada outono-inverno, onde cada estilista apresenta sua viagem de maquiagem pensando na coleção. Nos desfiles exclusivos a beleza já vem definida pela marca, somente para ser executada pela equipe”, explica. Já o conceito de cabelo e maquiagem dos desfiles coletivos é definido por André Veloso e pelo *stylist* Daniel Ueda. “Geralmente, buscamos produzir uma beleza mais comercial que de fato vai para as ruas, pois esse desfile é um evento para o consumidor final”. **O que espera do evento:** “Minha expectativa é a mais incrível possível. Tenho coisas bacanas para mostrar ao público”.



NELSON MORAIS (coordenador de som e luz) – com 23 anos de experiência no segmento, Moraes é o responsável geral pela iluminação, som e projeção do Claro ParkFashion, desde a sua primeira edição. “Eu recebo o *layout* de uma planta de passarela, por exemplo, e fazemos o estudo do que será usado em relação à luz e som naquele espaço”, detalha. **O que espera do evento:** “Acredito que esta edição será uma das melhores já realizadas”.



ROBERTO CAMACHO (coordenador geral de estruturas) – com mais de 40 anos de profissão, Bob é o responsável por toda a estrutura do evento. Ele está acostumado a viajar por diversas cidades para coordenar a construção de eventos de moda e empresárias. “Sou cenotécnico de carreira, entre marcenaria, carpintaria, serralheria”, diz. Este é o quarto ano consecutivo que ele coordena a montagem das estruturas básicas do ParkFashion. **O que espera do evento:** “A nossa proposta a cada ano é melhorar e apresentar coisas novas, com isso, temos tido resultados sempre positivos”.



Os escolhidos para a final do ParkFaces almejam sucesso como modelos

Concurso ParkFaces

10 finalistas disputam o grande prêmio do ParkFaces, uma vitrine de novos talentos das passarelas

DA REDAÇÃO

O Claro ParkFashion, como manda a tradição do evento, promove, todos os anos, o concurso ParkFaces. Dez jovens encontram-se na expectativa de angariar o primeiro lugar, cujo prêmio inclui um vale-compras no valor de R\$ 5 mil, a ser usufruído nas lojas do ParkShopping.

Os participantes são todos estreadantes, ou seja, nunca atuaram como modelos profissionais. Porém, o sucesso de cada um depende do profissionalismo com o qual encaram o concurso. "Ser modelo é um processo em construção. O que vai determinar o sucesso é a seriedade, foco e determinação", ressalta Ming Liao, responsável pelo *casting* do ParkFaces.

CARREIRAS EM ASCENSÃO

O concurso já abriu portas para muita gente. Um exemplo é o modelo Pedro Albuquerque, que ganhou a primeira edição em 2006. Graças à façanha, ele ficou conhecido em Brasília, realizou duas campanhas para o ParkShopping, fez os maiores desfiles da cidade e, logo depois, seguiu para São Paulo e para o exterior. "Já fiz trabalhos em Milão, Alemanha, Paris, Espanha e China; agora, estou indo para Nova Iorque, em abril", adianta. As oportunidades vieram de marcas como Diesel, Armani e Dolce & Gabbana.

Finalista do concurso atual, o irmão de Pedro, Paulo Albuquerque, 17 anos, também considera-se um vitorioso. "Cheguei desconfiante e nervoso, mas, depois, fiquei tranquilo e consegui chegar à final", comemora.

Colaborou a estagiária Karine Sousa

União entre moda e alta tecnologia

O Look VIP Fashion é a novidade do estande do Grupo Comunidade de Comunicação. A ação une alta tecnologia à moda, e permite montar looks pelo computador

DIANA LEIKO
dmiura@jornaldacomunidade.com.br

O Grupo Comunidade de Comunicação (GCC) traz uma novidade que promete agitar o público que passar pelo estande da empresa. Trata-se do *Look VIP Fashion*, uma ação que vai eleger, diariamente, as três melhores produções de moda. No local, estão instalados cinco totens com minicomputadores. O público pode interagir com avatares desenvolvidos pela empresa 3Mídia, criando *looks* masculinos e femininos com peças reais da nova coleção outono-inverno das marcas Calvin Klein, VR Menswear, Mandi & Co, Avanzo, Victor Hugo, Lua e Tyrol. "A parceria com o *Jornal da Comunidade* é sempre proveitosa e os clientes gostam dessa brincadeira de montar um *look* diferente", observa Leonardo Carvalho, superintendente das lojas Calvin Klein, VR Menswear e Mandi & Co.

Júlia Penteado, assessora de estilo da loja Avanzo, separou cuidadosamente as peças fotografadas que estão no programa para a montagem dos *looks* dos avatares, e a Victor Hugo fez uma seleção de bolsas da nova coleção. A Tyrol, por sua vez, traz peças e acessórios infantis, enquanto a loja Lua participa com itens voltados ao público adolescente. "A nossa parceria é



Foto: Alan Santos

Em um espaço de 24 m², o estande do Grupo Comunidade de Comunicação traz um mix de atrações e interatividade

fundamental, porque identifiquei o *Jornal da Comunidade* como o meio de comunicação mais importante em Brasília", enfatiza Alcemir Richter, proprietário da Lua.

No estande, os visitantes podem selecionar também os aromas. Três vendedoras da loja Universo Garden Angels aprendem as fragrâncias Sensuality, Love, Tranquility, Relax, Energy, Lespress e Clarity. Os participantes têm direito, ainda, a escolher um *pop card*, que pode estar premiado ou com desconto para produtos da marca.

E as novidades não param

por aí. A perfumaria Lord vai lançar, com exclusividade, o perfume *Parisiennes*, assim como sua loja virtual, no estande do GCC. Para quem quiser dar uma incrementada no *look*, um ponto de maquiagem com produtos Yves Saint Laurent está instalado durante todos os dias do Claro ParkFashion.

PARCERIAS DE SUCESSO

Para viabilizar seus eventos, o Grupo Comunidade de Comunicação conta com a parceria de grandes empresas. Uma delas é a Top Sound, que utilizou o aparelho Spot Led,

uma exclusividade da empresa em Brasília.

A Ilha da Imagem, por sua vez, cuidou de toda a parte de estrutura e televisores, incluindo a tecnologia de transmissão ao vivo das passarelas e a transmissão do Mídia Indoor, televisores que oferecem conteúdo de notícias em tempo real, da empresa 3Mídia. Ao todo, são quatro telas no estande de 24 m². Os painéis de fundo do espaço, adesivos dos computadores, revestimento parcial em lona das caixas de televisão e a adesivagem dos totens ficou a cargo da Pix Solutions.

Histórias imagéticas

O FotoFashion, concurso de fotografia do Claro ParkFashion, lançou, este ano, como desafio, a criação de uma história de moda contada por meio de fotos em um editorial. Com o tema *Fantasia de inverno*, mais de 100 projetos foram inscritos. "Foi um prazer avaliar esses tra-

balhos. A qualidade do material mostra que estamos no caminho certo", diz Jackson Araujo, curador da semana de moda do ParkShopping.

Na noite de ontem, Cilene Vieira, gerente de marketing do shopping, anunciou a premiação de R\$ 5 mil em com-

pras no ParkShopping e uma viagem com direito a acompanhante. O vencedor foi o estudante de publicidade Robson Amorim. "Procurei fazer algo lúdico e que estivesse relacionado ao inverno de Brasília. Escolhi como locação um prédio em ruínas na UnB", esclarece. O jovem de 21 anos contou com a amiga Julia Ritter para ser sua modelo e as ideias foram materializadas com peças do guarda-roupa de sua mãe e de Júlia. Em PB, os registros con-

tam a história de um lenço.

As fotos estão expostas na área de convivência do evento, ao lado dos ensaios de outros 14 finalistas. São eles: Thiago Sabino, Daniella Silva Nogueira, Leonardo França, Breno Pina de Azevedo, Flávia de Aquino Gnone, Cristian Phillips, Saulo Stéfano D'acri Soares, Daniel Akira, Henrique Alves Corrêa, Valquíria de Oliveira Rosa, Rafael Viana de Araujo, Pedro Henrique Cavalcante de Melo e Fernanda Portela.



Foto: Rubio Guimarães

Robson Amorim venceu o FotoFashion, exibindo o lado lúdico do inverno



Invista em Você

Venha até a Lord e conheça o lançamento Parisienne, a nova fragrância feminina de Yves Saint Laurent.

PARISIENNE
YVES SAINT LAURENT
Living and loving in the moment



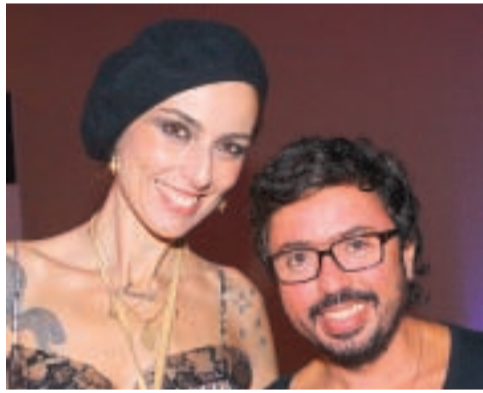
DressReporter

Veja as pessoas mais bem-vestidas do coquetel de abertura do Claro ParkFashion:

**QUEM:** Chiara Gadaleta**PORQUE:** não abriu mão de seu estilo e abusou da estampa e dos vários colares da sua própria marca, a Tarantula**QUEM:** Victoria Junqueira**PORQUE:** a jaqueta caramelo com aplicações Von Dutch é superatual. A blusa é Abercrombie & Fitch, jeans Carmim, bolsa Urban Outfitters e sandália Zara**QUEM:** Luiza Gnone**PORQUE:** apostou na tendência flúor do sapato Diesel e na blusa estilo podrinha Forever 21. O short jeans é Ellus e a bolsa Chanel**QUEM:** Maria Victória Venâncio**PORQUE:** usou a saia cintura alta como gente grande. O look é resultado da combinação de peças Mina Mino e Paola da Vinci**QUEM:** Renata Garcia**PORQUE:** abusou das taxas e da tendência *rocker*. Os sapatos são Studio TMLS e as roupas Zara

Colaborou a estagiária Ana Luiza Lima

A 6ª edição do Claro ParkFashion começou oficialmente ontem à noite, com prestigiado coquetel no lounge montado no estacionamento superior do ParkShopping. Os convidados celebraram a semana de moda mais *fashion* de Brasília com muito champanhe e comidinhas do Sweet Cake. Durante o evento também aconteceu a *vernissage* da exposição *Jóias de lixo*, da designer Chiara Gadaleta, e a final do concurso *FotoFashion*



Chiara Gadaleta e Jackson Araujo



Lúcia Itapary e Tiago Correia



Carina Azevedo, Celso Jabour e Natália Vaz



Marcelo Martins e Cilene Vieira



Benigna Venâncio e Maria Victória Venâncio Reis



Sueli de Micco, Augusta Lobo e Leila Chagas



Marco Antônio Vieira e Luiza Gnone



Nivaldo Oliveira

Lord.com.você.
Toda a Lord ao alcance de um clique.

A Lord agora tem loja virtual, lá você encontra produtos das melhores marcas ao alcance de um clique, além de dicas para realçar sua beleza. Lord virtual, realçando sua beleza real.

Acesse: www.lordperfumaria.com.br



Valéria Oliveira e Conceição Santiago



Marlene Nóbrega e Rita Ballock



Isabela Araujo, Simone Xavier e Thais Freud



Antônio Jotta