DONA DA BELEZA

POR GIOVANNA FISCHBORN

A internet virou uma das "empresas" mais rentáveis do planeta. E no terreno amplo da criação de conteúdo, alguns — poucos — se destacam pelo resultado. A plataforma britânica Cosmetify apontou os 10 influenciadores de beleza mais bem pagos do mundo de 2022. No top 10, Mari Maria, única brasileira no ranking, vem em nono lugar. Para estimar o valor recebido pelos produtores, a pesquisa considerou número de seguidores e engajamento. Assim, pôde analisar os ganhos potenciais de cada um por meio de posts patrocinados. Quem lidera é a estadunidense Safiya Nygaard (*@safiyany*), do canal Bad Makeup Science.

Nascida em Minas Gerais, Mari Maria mora com o marido e os dois filhos em Brasília, cidade que mais gosta no país, confessou à *Revista*. Mari começou na web em 2014. Na época, ficou famosa por tutoriais de beleza, makes impecáveis e sardas que cobriam todo o rosto. Aliás, o que foi motivo de vergonha para a blogueira na infância, depois, a fez ir longe profissionalmente.

São quase 55 milhões de seguidores combinados nas redes (YouTube, Instagram e Tik Tok). No Youtube, por vídeo publicado, ela recebe cerca de U$ 618, aproximadamente R$ 3,2 mil. No Instagram, por post, fatura U$ 66,78 mil, cerca de R$ 342,5 mil. No TikTok, a cada vídeo postado, Mari faz U$ 8,2 mil, mais de R$ 42 mil, segundo cálculos da Cosmetify.

O espírito empreendedor ganhou nova forma em 2017, quando ela lançou a marca Mari Maria Makeup. A linha completa de produtos veio em 2019. Foi pioneira no mercado ao introduzir o primeiro pincel de base com formato triangular patenteado, com foco no acabamento da aplicação para uma preparação de pele perfeita. O catálogo da marca tem ainda bases, iluminadores em pó solto e compactos, delineadores, sombras, máscara de cílios, blushes, batons... Mari lidera as operações diárias da empresa, o desenvolvimento de produtos e as estratégias de marketing — nas redes, aproveita para dar dicas aos seguidores de como aproveitar o portfólio da marca.

Entre uma gravação e outra, um shooting e outro, e tantas outras funções da vida pessoal, a influenciadora bateu um papo sobre o início dessa história e a mensagem que deseja passar com a make: confiança.

Como surgiu o vínculo com a maquiagem?

Minha conexão com a make vem de muito nova. Com 7, 8 anos, comecei a perceber que tinha muitas sardinhas, por todo o rosto, e queria dar um jeito de esconder. Sofria bullying na escola. Aí, em casa, pegava o corretivo e a base da minha mãe e usava para cobri-las.

Era daquelas que pegava as makes da mãe com frequência ou só nesses casos?

Sempre usava! Minha mãe não tinha muitos produtos, mas o pouco que ela tinha eu era a que mais usava. E ela deixava! Mãe de cinco filhas, acho que já estava acostumada (risos).

Lembra do primeiro conteúdo que fez para a internet?

Foi um vídeo de maquiagem que postei no YouTube. Era uma make mais pesada, aquele olhão preto. Lembro também que, no início, eu começava a gravação com a pele já pronta, por causa da vergonha que sentia das sardas. Mas o primeiro conteúdo que realmente viralizou foi um compartilhado pela Huda Beauty (marca internacional de cosmético). Na época, passei de 15 mil para 30 mil seguidores muito rápido. Nele, eu ensinava uma make dourada com preto.

Em que momento entendeu que tinha um público interessado e fiel?

Ah, sempre fui bem segmentada para o lado da maquiagem. Por esse motivo, acredito que já fui crescendo com um público fiel. Sempre adorei manter contato. Tenho muito carinho por cada um deles que me apoia.

O quão importante foi iniciar a Mari Maria Makeup?

A Mari Maria Makeup é a materialização de tudo que eu sempre sonhei em relação à maquiagem. Estar à frente da minha própria marca é mostrar para as pessoas que a beleza delas pode ser, sim, referência — considerando que eu não era nada referência na época que comecei. Também dar esperança a outras meninas. Passar a mensagem de que é possível, sim, elas trabalharem com beleza, moda ou outra área e se destacarem no que quer que escolham fazer.

Do portfólio da sua marca, tem algum produto favorito?

Adoro a esponja, mas o pincel, com certeza, é um dos meus favoritos. A base Velvet também, uso muito.

E das outras produtoras de conteúdo do meio, quem gosta de acompanhar?

A Huda, do canal Huda Beauty, é uma das minhas principais referências. Foi um marco para mim quando ela compartilhou um vídeo meu pela primeira vez. Eu já era seguidora, gostava dos produtos, que, na época, ainda era um só: os cílios postiços. Nem tinha para comprar no Brasil. Porém, entendo que a beleza é um meio emergente. Estamos descobrindo novas pessoas e produtores de conteúdo a todo momento. Quando vejo, estou identificando novas inspirações.

O que a maquiagem é e o que ela não é?

Definitivamente, a make é um realçador de beleza. O que ela não é? Não é pra você se esconder.

Ficar entre as top 10 influenciadoras de beleza mais bem pagas do mundo: como foi saber do feito e qual é a sensação?

Nossa! Na lista, está muita gente que eu admiro o trabalho. Ver que estou entre elas é perceber que o esforço tem sido efetivado e que estou chegando a um lugar diferenciado, que, aliás, nunca imaginei. É uma realização.