

revertidas para causas sociais. A previsão de arrecadação é de cerca de meio bilhão de dólares.

Uma das estrelas da campanha é a cantora e compositora Kim Petras, parte da comunidade LGBTQIAPN+ e a primeira artista abertamente transgênero a ganhar um Grammy e alcançar o primeiro lugar nas paradas da Billboard. Segundo a marca, ela incorpora perfeitamente a essência de MAC Viva Glam.

Entre os projetos apoiados pela marca se destacam o Projeto It Gets Better (EUA), que eleva, conecta e capacita jovens LGBTQIAPN+ e que, este ano, usará a doação da Viva Glam para apoiar “bailes de formatura queer” nos Estados Unidos, e o Trevor Project (EUA), que utilizará a sua doação para apoiar jovens trans por meio de advocacia, programas educativos e prevenção de crises.

No Brasil, a MAC Viva Glam doará R\$ 700 mil para as instituições Gerando Falcões, que recebe R\$ 400 mil, destinados ao Programa Decolagem — e GESTOS, que tem R\$ 300 mil investidos no compartilhamento de informações, controle social e apoio psicológico às pessoas que vivem com HIV/Aids.

## Yves Saint Laurent Beauty

Em 2023, a marca lançou um programa chamado Abuso não é amor, voltado para o combate da violência praticada por parceiro íntimo (VPI). Este ano, o foco da campanha é como esse tipo de violência impacta pessoas da comunidade LGBTQIAPN+.

Uma pesquisa encomendada pela YSL Beauty mostrou que 31% dos respondentes da comunidade afirmaram que foram vítimas de VPI em seus relacionamentos; 55% concordam que a população LGBTQIAPN+ é menos suportada do que outras; e 37% sentem falta de representação na mídia em casos de VPI na comunidade.

Percebendo como essa realidade é ainda mais invisibilizada dentro dos relacionamentos homoafetivos e transcêntricos, a marca passou a promover conscientização e ações específicas voltadas para a comunidade.

## Converse

A marca desenvolve uma coleção em homenagem ao Mês do Orgulho todos os anos, e em 2024, ela foi inspirada nos pioneiros da comunidade, protagonizando figuras do passado que sempre lutaram pela igualdade e suas próprias identidades.

A campanha é chamada Orgulho de Ser, e busca apoiar ainda mais a próxima geração a ultrapassar os limites de gênero, de identidade e de autoexpressão, oferecendo seus clássicos

Batons Viva Glam, da MAC (R\$ 139 cada)



Proud To Be Chuck 70 Cinza, da Converse (R\$ 699,90)



Libre Eau de Parfum, da Yves Saint Laurent Beauty (R\$ 979)



Camiseta Muscle Tank Levi's® Pride preta sem manga (R\$ 209,90)



Camiseta Levi's® Pride Community branca manga curta (R\$ 209,90)



Proud To Be Chuck 70 Preto, da Converse (R\$ 599,90)



Y Eau de Parfum, da Yves Saint Laurent Beauty (R\$ 949)



modelos personalizados com arco-íris neon.

Uma das maneiras que a Converse apoia continuamente a comunidade é por meio de parcerias com organizações sem fins lucrativos que geram oportunidades e garantem espaços para a comunidade, e para jovens com expansão de gênero para que possam aprender, desenvolver-se

e prosperar. A marca também promove doações anuais, e destinou quase US\$ 3 milhões para organizações locais, nacionais e internacionais desde o lançamento da campanha Pride, em 2015. Alguns desses parceiros são @itgetsbetter, @alifornycenter, @bagly\_inc, @outoffensive, @IGLYO, @cocnld e @homotopiafest.