



Makeup-kongen

spår hotte tider for røde læber

AF ANETTE KRISTINE POULSEN

Rød er en dragende farve. Ikke bare i denne sæson. Eller næste. Men på tværs af modens luner og tidernes skift i forhold til det at udtrykke sig som kvinde – gennem alle tider, gennem alle tendenser. For der er noget særligt ved rødt – som er farven, der gør piger til kvinder. Det mener jetsetter og kreativ ansvarlig for makeup-mærket MAC, Terry Barber, der slår fast, at

»rødt på læberne gør for ansigtet, hvad stiletter gør for kroppen.«

Og manden, der ved noget om farver, sætter netop spot på røde læber som et af sensommerens varme emner. Dog er hele den kommende sæson noget særligt for Barber. For det er slut med at være forsigtig med makeup. Rigtigt og forkert eksisterer ikke mere. Væk er sætninger som:

»Du kan ikke bære rødt«. Glem det. I hvert fald i 2008, smiler han. Og der er mere at være glad for. Som eksempelvis den nye nøgenhed:

»Du kan bære tæt på ingen makeup og stadig være ultra chic. Lidt farvet dagcreme og en mascara kan gøre det. Jeg er forgabt i minimalisme.«

Hvidpudret hankøn

Sådan har det imidlertid ikke altid været. For Terry Barber med tiden. Og hans tid begyndte, da han som

teenager vendte det sydlige Wales ryggen og indtog London. Det var i 1980, hvor alt sydede af punk, og hvor revolutionære Vivienne Westwood åbnede tøjbutikken »Seditionaries« – alt sammen i en tid, hvor »piger blev drenge, og drenge blev piger og jeg selv et hvidpudret hankøn«.

Makeup blev vigtig. Især den blege pudder – Pale Biscuit Powder – købt hos materialisten og brugt af Terry Barber med lidenskab. Samtidig kom han fast i den berømte Taboo Club i London og gik parade med alle de andre.

»Jeg var fattig, tynd, selvoptaget og kun hooked på to ting: Makeup og alt hvad der havde med Vivienne Westwood at gøre.«

Den virkelige aha-oplevelse kom dog først, da han uventet fik mulighed for at besøge New York. Han havde hørt om MAC og ville opleve fænomenet.

»Og der stod de. Folk som mig. Måske ikke lige med

Pale Biscuit-pudderen, men med hanebam, tatoveringer og frem for alt i deres eget blæksorte tøj.«

Det var en fest

Barber sugede til sig fra MAC-slænget, som bestod af vidt forskellige typer og personligheder fra alverdens lande. Og hans nedtælling til de sorte krukkes entré i Europa begyndte.

Smilet spredte sig da også i det ellers alvorlige ansigt ved tanken om den allerførste arbejdsdag – som var i 1993, da Europa slog dørene op for sin første MAC-destination i Harvey Nichols i London.

»Det var en fest. Og det var sindssygt. Menneskemuren var 20 personer tyk og folk anede ikke, hvad de stod i kø til. De ville bare være med. For det så cool ud.«

Og cool er da også et af de ord, der ligger først for, når man ser Terry Barber i dag. 15 år senere. Støvet fra den hvide pudder har lagt

sig. Ansigtet er uden synlig makeup.

Håret er væk, vægten normaliseret, og hvis den skodesløst hængende Ann Dem-eulemeester-jakke kunne tale, ville den sikkert fortælle, at også økonomien er bragt i orden.

For han sidder tydeligvis langt fremme i modebusen. MAC og mode er da også uadskillelige, siger Barber, som forklarer det med, at MAC blev født som et fashion brand, hvor der altid er nyt at komme efter med 35 nye kollektioner om året – eller »stories«, som de selv kalder det.

Han smiler venligt på spørgsmålet om, hvorvidt MAC mærker en svag brise i nakken af de mange andre makeup-artist-mærker, der dukker op. Alle sorte og minimaliske.

»Jeg tror aldrig, de vil kunne matche vores palette af farver – de masse, massevis af nuancer, vi konstant præsterer. Og så tror jeg heller ikke, de har vores talent.

Eller er i stand til at kopiere det,« siger han og holder øjenkontakten.

Test på modeller

MAC's dna er skabt i modeindustrien. Og det er her, produkterne »road testes«, som han siger. Ikke på dyr, men på fotomodeller, når MAC officielt sponsorerer modeugerne i New York, Milano og London. 180 shows per sæson.

Farverne er Terry Barbers mantra. Men også ærligheden. For han mener ikke, der eksisterer højtflyvende løfter bag MAC, ligesom der heller ikke følger nogen livsstil med krukkerne – uanset hvor cool de ser ud.

»Vi er ikke andet end makeup – til gengæld kan du være alt fra super minimalist til overpyntet dragqueen i vores selskab. Makeup skal udskiftes ofte og mest af alt være sjovt, sjovt ... og sjovt.«

Men det sjove skal dog ikke udelukke, at det også handler om hud – som stadig er modescenens vigtigste tilbehør. For med makeuppen – og især med de vanvittig hotte, bagte Mineralized Skinfinish – udfører vi, »hvad der svarer til kirurgi«, smiler han.

MAC blev solgt

I 1997 blev MAC solgt til Estée Lauder-koncernen med løfte til den tilbageværende ophavsmand, Frank Toskan om, at MAC's sjæl og engagement i velgørenhed ville blive bevaret. Og i dag – 11 år senere – er integriteten stadig intakt, bedyrer Barber. Det har ikke været dårligt at blive en del af en større familie. Forretningen er blot vokset, siger han og tilføjer, at det også er svært for ham at beklage sig, når selv de vildeste ungdomsambitioner er gået i opfyldelse via MAC.

»Jeg har arbejdet med Vivienne Westwood, som jeg forgudede i 80'erne – men ikke havde råd til. Og svunget penslerne i ansigtet på

Liza Minnelli, Diana Ross, Pamela Anderson, Grace Jones, Anni Lennox og Amy Winehouse,« siger han og holder inde med opremsningen. For selvfølgelig er der ansigter derude, han gerne ville have haft fingre i. Som blandt andre Marilyn Monroe. Ikke på grund af hendes sexappeal, men mere en fascination af masken, hvor alt udenpå var vidt forskelligt fra det indvendige.

»Jeger nok draget af Hollywood. Og af nulevende stjerner finder jeg Angelina Jolie fængslende – der er så meget mere at komme efter end blot historien om kvinden, der stjal Brad Pitt.«

At hele celebrity-bølgen dog synes ramt af begyndende metaltræthed, bekymrer ham ikke. For MAC går ikke efter de sidste nye navne. Ansigterne er kendte, men ofte går de mod strømmen på det tidspunkt, hvor der indgås aftale.

»Som eksempelvis da vi valgte Pamela Anderson som talskvinde for MAC Aids Fund. Fælles for vores berømtheder – heriblandt også Lisa Marie Presley og Debbie Harry – er, at de har en historie – bærer på en arv.«

For MAC's aidskampagner er tydeligvis en hjertesag, da stort set alle med engagement i modebranchen har berøring – eller kender nogen der har – med Aids eller Hiv.

»Så selvfølgelig er det os, der støtter sagen mod bøssevirussen. Vi er sjældent det pussenuskede selskab. Og vi er aldrig bange for at gå mod det etablerede. For nok er MAC moderne – men vi er fri for berøringsangst.«

Røre fantasien

For Terry Barber er det allervigtigste dog at røre folks fantasi. At begejstre dem på tværs af alder, køn, race og seksuelt tilhørsforhold. For netop fantasi og interesse for farver er de eneste fællestræk, der findes

1. Cool er et af de ord, der ligger først for, når man ser Terry Barber i dag – 15 år efter støvet fra den hvide pudder har lagt sig. I dag er også økonomien mere end bragt i orden.

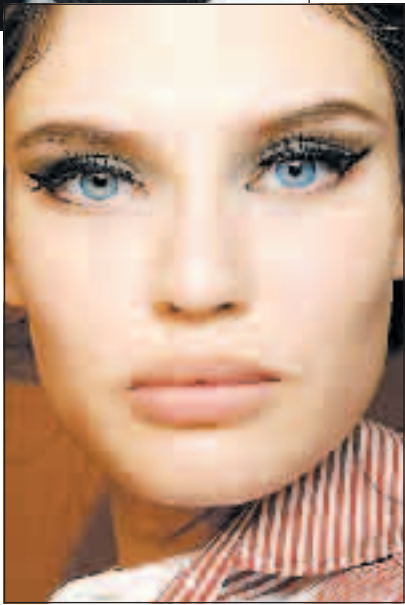
2. 70'erne inspirationen. Tænk 70'ernes rockgroupies. Tænk Jerry Hall. Tænk Yves Saint Laurent, elegance og Studio 54. Terry Barber kalder looket for Seventease. Vigtigst er at tjekke sæsonens metallic-farver, for ved at mikse øjenskyggen med metallic – eller bruge den alene – bringes lyset frem i øjnene.

blandt MAC's 3985 makeup-artister.

»De er så sindssyg vilde med makeup, at jeg ofte må sige hallo – husk nu, at det kun er makeup.«

Også de røde læber er kun makeup. Men ifølge eksperthen kan vi alligevel godt tage den røde sæson seriøst. Og glemme tidligere dystre regler om, at ikke alle med fordel kan bære rødt på læberne. Et godt tip er dog at skræddersy intensiteten efter humør og situation – og så spotte netop den røde farve, der passer bedst ... lys chianti-rød eller fuldblods postkasserød.

anette.kristine.poulsenborsen.dk



Bag om MAC

I starten af de vilde 70'ere mødtes MAC's grundlæggere, frisør Frank Angelo og makeup-artist Frank Toskan.

Utilfredsheden over hvad der fandtes på markedet satte gang i køkkenkogeriet hjemme i Toronto-forstaden, Cabbage Town. Produktudviklingen greb om sig og i 1984 etablerede de Makeup Artists Cosmetics (MAC).

Hurtigt blev MAC kendt som alle makeup-artisters valg, fordi der var skruet op for effekter og farveintensitet. Og med bankende hjerter for mode, glamour og rummelig skævhed voksede MAC sig stor – også på den seriøse konto med anerkendelse for sit engagement i aids-relaterede projekter.