



Svenska Estetikens Yrkesförbund

Konkretisering Gesällprovsanvisningar/ makeupartistyrken

Provet, i sin helhet, omfattar valda delar utifrån följande områden som här finns med förtydliganden, bör ses som exempel på vad det är för typ av förståelse och kunskaper som kommer att provas på en grundläggande nivå.

Innehållsförteckning

| | |
|-----------------------------------|----------|
| Innehållsförteckning | 2 |
| Hygien & Ergonomi..... | 3 |
| Hantverkstekniska kunskaper | 3 |
| Språkliga kunskaper:..... | 6 |
| Konstnärliga kunskaper: | 6 |
| Branschkunskaper:..... | 8 |
| Företagande | 11 |

Hygien & Ergonomi

Personlig hygien; handlar om att ha kunskaper kring och kunna visa upp att man som yrkesutövare har basala hygienkunskaper och rutiner. Det handlar både om att man själv duschat, borstat sina tänder samt tvättat händerna, använt tvål och vatten; möjligen desinfektionssprit avslutningsvis. Att använda lämpliga, hela och rena kläder är också en del av den personliga hygien. Dels för att inte ge sina kunder och/eller arbetskamrater några obehag gällande lukt, samt för att hålla människokroppen ren från smittämnen, skadliga ämnen och smuts. För att ytterligare förbättra hygien kan man ta av smycken eller armbandsur, och hålla naglar kortklippta.

Verktyg och produkthygien; handlar om att ha kunskaper kring och kunna visa upp att man som yrkesutövare har basala hygienkunskaper och rutiner gällande användandet av vardagliga verktyg och produkter, samt hur man verkar för att hålla bakterier och ev. smitta borta från produkter och kunder.

Arbetsplats; handlar om att ha kunskaper kring och kunna visa upp att man som yrkesutövare har basala hygienkunskaper och rutiner kring sin arbetsstation och arbetsplatsens rumsliga miljö.

Arbetsställningar; Ergonomi härstammar från grekiskans ergon som betyder arbete och nomos som betyder lag. Ergonomi kan definieras som läran om hur man optimerar samverkan mellan människa och miljö utifrån hur man på bästa sätt kan anpassa arbetet för människan. Med betydelsen att man bör ta varje människas egna förutsättningar i beaktande men också se till begränsningar då arbetsätt, verktyg och arbetsplatser planeras och tas i bruk. Ergonomi uppmärksammar anatomin, fysiologin och psykologin i arbetsmiljön för att åstadkomma en säker, hälsofrämjande, bekväm och effektiv arbetsplats.

Hantverkstekniska kunskaper

Hantera och välja material och produkter på bästa sätt utifrån syfte, mål, media och förutsättningar för helhet och respektive detaljområde. Handlar om att vare sig du som yrkesutövare har i uppgift att hjälpa en privatkund som har behov av att få en vardaglig makeup lagd eller om du har en företagskund, som exempelvis en tidningsredaktion, fotograf, regissör eller reklambyrå som vill ha ett arbete gällande makeup utfört för ett reportage eller en kampanj, så behöver du ha goda kunskaper inom vilka produkter och material som finns att arbeta med och du som yrkesutövare bör ha grundläggande kunskaper inom området för att klara av att göra aktiva och genomtänkta val av dessa utifrån både tekniska och innehållsmässiga aspekter, likväl som ekonomiska och miljömässiga samt inneha ett grundläggande utvecklat handlag gällande att arbeta med de vanligast förekommande materialen, verktyg samt produkter.

Processkunskap, från idé till färdigt resultat, handlar om att ha grundläggande kunskaper gällande processsynsätt samt vad det innebär att arbeta i en fungerande process. Förståelse, engagemang och samspel mellan olika roller i olika team på aktivitetsbaserade arbetsplatser var yrkesaktörer inom makeup ofta verkar, men det kan också handla om samspel mellan en privat kund och yrkesutövaren. Och av vikt är att grundläggande förstå vad vinsterna är med ett processbaserat arbetsätt, men också vilka krav som ställs för att det skall fungera! Men med ett estetiskt och konstnärligt yrke som att arbeta med makeup så handlar det också om

processkunskap gällande design. Att kunna arbeta med olika designprocesser från idé som kan beskrivas muntligen i ett tidigt stadi, utifrån imaginära visuella bilder, dvs, kunden beskriver kanske hur man vill att något ska se ut och vilka känslor och stilar man vill förmedla genom att få en makeup utförd. Yrkesutövaren måste utifrån den information som ges klara av att tolka, bearbeta och sen praktiskt klara av att visualisera/presentera sina idéer om hur yrkesutövaren tänker att detta utförande ska se ut, utifrån vad som är praktiskt och konstnärligt möjligt, samt utifrån de förutsättningar som finns. När designprocessen är färdig och kunden godkänt så kan arbetet utföras och då är det ju av vikt att slutresultat överensstämmer med den presentation som kunden först godkänt. Att slutresultatet ser ut som presenterad och godkänd idébild. För att förtydliga med enkla ord kan man säga att det är av vikt att en kund som vill ha en makeup utförd som förmedlar en elegant, men "shabby chic" "Rock'n Roll"-stil, inte får en makeup utförd som gör att kunden ser mer "klassisk" och "damig" ut.

Materialkunskap handlar om att känna till de produktionsmaterial som huvudsakligen används inom aktuellt område. Det handlar om råvaror, förädlingsprocesser, var och hur materialet används i dag samt om kunskaper om materialets inre och yttre egenskaper ur såväl funktionella som kvalitativa aspekter. Samt metoder och tekniker för att forma, bearbeta, dela, sammanfoga samt applicera materialet. Som yrkesutövare bör man kunna uppvisa ett kreativt intresse för det dagens aktuella materials användningspotential och kunna utföra vanliga arbetsuppgifter inom relevant användning, enligt etablerade metoder och gällande säkerhetsföreskrifter. Men också visa grundläggande kunskaper inom teoretiska aspekter och praktiskt handlag samt klara av att ta hänsyn till det aktuella materialets allmänna egenskaper och tillfälliga status, samt utföra bearbetning enligt beskrivning. Som yrkesutövare bör man även klara av att visa grundläggande kunskaper i nödvändiga beräkningar och klara av att möta problemlösning i samband med hantering av olika material samt inneha kunskaper om materialhanterings betydelse för en produkts slutresultat. Dvs. Kunskaper om materialets användningsområden. Kunskaper om materialets inneboende egenskaper och samverkan med yttre tekniska, fysiska och kemikaliska betingelser och skeenden. Samt kunskaper om hur materialet interagerar fysiskt och kemiskt med omgivande material och miljö. Samt att det inte är skadligt att ha i närheten av och/eller appliceras på hud.

Produktkunskap handlar om flera olika delar. Dels behöver man som yrkesaktör ha en övergripande produktkännedom, vilka varumärken som finns, innehåll, ämnen, miljömässiga, ekonomiska samt etiska aspekter. Smink/makeup är ju som de allra flesta redan känner till ett kommersialiserat samlingsbegrepp bestående av pigment/färgpigment med en mängd olika tillsatser som på så sätt ska ges goda förutsättningar för att kunna målas på hud. Likt konstnären som målar på duk och istället väljer olje- eller akrylfärg. Alla är de konstnärer som har behov av att känna till alla olika produkters egenskaper för att produkternas olika användningsområden ska kunna hjälpa konstnären/yrkesutövaren att välja produkter utifrån förutsättningar och önskat slutresultat. Så det är av vikt att ha en god grundläggande produktkunskap. Så att man exempelvis inte applicerar en underlagskräm med ca 45% andelar pigment och 55% andelar tillsatser på en åldrad hud var man önskar få en nyansmässigt utjämnande effekt, men med en transparent, hudnära och lite blank känsla. Men det handlar också om att beroende på vilka val av produkter du som yrkesutövare väljer att arbeta med så kommer du indirekt att rikta dig mot olika kundmålgrupper. Dvs, om du väljer billigare varumärken som inte är ekologiska och som inte visar några

ställningstaganden inom huruvida man anser djurförsök oetiska eller inte så kommer vissa kunder att inte vilja arbeta med dig, även om du kan ta mindre betalt för dina arbeten för att dina inköp blir billigare än för en yrkesutövare som väljer att enbart använda sig av produkter som innehåller ekologiska ämnen tillverkade lokalt. Enbart naturliga och ekologiska ingredienser, fria från giftiga, skadliga och konstgjorda ämnen, samt från animaliska ingredienser. Och förpackningarna likaså, då kommer kanske dina exklusiva inköp bli dyra och du kommer att behöva ta mer betalt och varför vissa kunder kommer att välja bort dig och andra istället välja att anlita dig. Som yrkesutövare behöver visa att du har grundläggande kunskaper kring detta för att på så sätt kunna göra aktiva val gällande exempelvis produkter.

När du som yrkesutövare arbetar med att också sälja produkter och har gjort en ordentlig behovsanalys och lyssnat på kunden är det sen dags att presentera en lösning. För att kunna ge kunden bästa lösningen behöver du ha en gedigen produktkunskap. Det kan exempelvis handla om allergier för specifika ämnen/innehåll. I dagens informationsamhälle finns det ingen anledning för en säljare inom makeup att ha bristande kunskap om de produkter och tjänster som säljs. En säljare som har koll och kan produkten väl har mycket lättare att vinna kundens förtroende och få igenom försäljningen. Det sparar även kundens tid. Så av vikt är att investera tid i att lära dig allt om produkter.

Miljö och säkerhet: Detta är ett område som är stort och det är av vikt att man som yrkesutövare har grundläggande och övergripande kunskaper gällande detta område utifrån olika aspekter. Det kan handla om allt ifrån den rumsliga miljön var applicering av makeup utförs till hur man arbetar när man applicerar makeup, till hygien, till att känna till arbetsmiljölagen, till att kunna göra aktiva val gällande produkter, verktyg och metoder. Till att skapa möjligheter för att förbättra människors liv – för kunder, kollegor och leverantörer, alltså i ett bredare syfte som samhällsengagemang.

Planering & Logistik: Det kan handla om att planera bokningar av skönhetsrådgivning i butik utifrån tids- och ekonomiska aspekter men också hur du planerar makeupapplicering på 30 modeller inför en makeupvisning där alla även ska få sina hår gjorda, låt oss säga att du släpps in i lokalen 09.00 och visningen startar 15.00, beroende på hur lång tid respektive makeupdesign tar att utföra för respektive makeupartist/makeupassistent och hur lång tid det tar för respektive modell för hår så kan du räkna ut hur många assistenter och/eller makeupartister du behöver anlita till jobbet, men har du beräknat budgeten för tillräckligt många artister eller assistenter? Och finns det utrymme för att något inte sker som planerat? Hur mycket produkter och vilka behövs osv. Är det transportsträckor mellan sminkloger och visningssal? Här krävs inte bara logiktänk, problemlösningsförmåga och effektivitetstänk, utan det kan behövas kreativa sminklösningar för att effektivisera samtidigt som kunden kan vilja ha makeup utförd som ingen sett förut, men samtidigt i en speciell stil.

Historia: Makeupartisteri har funnits länge, men samtidigt är det ett förhållandevis ungt yrke. Med förenklade ord kan man kanske säga att makeupartistryrket är som en förgrening/utveckling av målerikonst, maskör/perukmakeriyrket, var dessa olika men närliggande yrkesområden idag är nischade mer mot olika riktningar och nivåer. Men värt att nämna är att i Sverige upprättades den första skråordningen för perukmakare redan 1711. Men makeupartistryrket blev kanske mer allmänt känt genom filmens uppkomst och genomslagskraft. Hollywoodstjärnorna blev kända internationellt och med dem också tidens

makeupartister som exempelvis Ben Nye (Benjamin Emmet Nye, Sr. Född 12 januari 1907) som var en känd amerikansk makeup artist för Hollywood/ i filmbranschen från 1930-talet till början av 1980-talet. Han arbetade på över femhundra 20th Century Fox filmer, inklusive klassikern Borta med vinden (1939). Nye pensionerade sig 1967 och skapade då Ben Nye Makeup Company, vars produkter professionella makeupartister använder än idag världen över. Men det finns många andra stora makeupartister som har banat väg för hur yrket och yrkeskulturen ser ut idag, utvecklat stilar och tekniker samt bidragit till att utveckla och förbättra verktyg och produkter nationellt och internationellt. Detta är det av vikt att ha lite "koll" på som yrkesutövare, detta är historia som ditt yrke vilar på, som du som yrkesutövare kan känna stolthet över, din historia som du är eller kommer att bli en del av. Exempel på artister: William J. Tuttle, Pat McGrath, Rick Baker, Gucci Westman, Bobbi Brown, Jeffree Star, Val Garland, Tom Savini, Ojas Rajani, Stan Winston, Laura Mercier. Har alla bidragit till yrkets utveckling på olika sätt och är på så sätt en del av dess historia.

Språkliga kunskaper:

Uppvisa god förståelse för estetisk kommunikation, tema, stil, känsla och klara av att förmedla och uttrycka sig genom sina hantverkstekniska och konstnärliga kunskaper. Detta handlar exempelvis om att klara av att tolka vad det är kunden vill ha utfört. Säg att en privatkund vill ha en makeup utförd som gör att kunden känner sig "stoltare som kvinna" och samtidigt "hårdare men med en feminin vibe" och gillar inte för mycket färg, men gärna någon stark färg någonstans. Kunden är runt 35 år och har en skraddad kostym i svart. Hur designar du som yrkesutövare en makeup för den kunden? Hur tolkar och omtolkar du och vidare kommunicerar med kunden för att komma fram till hur du ska lägga en passande makeup på denna kund? Och om kunden istället hade varit 19 år och haft en svart skinnjacka med nitar och jeans, hade du kommunicerat, tolkat och applicerat samma makeup på denna kund? Som yrkesutövare behöver du ha något mer än grundläggande språkliga kunskaper och visa att du kan praktiskt överföra/visualisera det kunden önskar att förmedla genom att ta hjälp av en kunnig yrkesaktör. Och har du en reklamkund eller arbetar med redaktionellt mode så behöver du som yrkesaktör ha än bredare och högre språklig förmåga då du kan få skapa utifrån stil och kulturhistoriska perspektiv som

Färger och formers språk och termer. Här handlar det om grundläggande konstnärliga kunskaper kring; nyans, mättnad, intensitet, färgscheman som monokromt, komplement, analogt. Stil, inriktning, men yrket kräver också förståelse för att människans ansikte är baserat på proportioner som förhåller sig till det gyllene snittet och pi.

Fackmässigt språk, termer och begrepp. För att kunna kommunicera visuellt genom att skapa med färg och form, göra behovsanalyser, och samtala med kunder och kollegor är det väsentligt att ha goda grundläggande yrkesspråkliga kunskaper.

Konstnärliga kunskaper:

Färglära, ljuslära: Alla färger som finns kan skapas genom att blanda tre färger, vi kan skapa egna baser och concealers genom endast dessa tre färger samt svart och vitt. Och genom att addera mer eller mindre pigment så ökar eller avtar mättnaden (hur mycket basen täcker). Men alla färger som finns kan också skapas genom att blanda färgat ljus av samma tre

primära färger – Röd, Grön och Blå. Färgerna blandas i lagom mängd. När alla tre belyses samtidigt på full effekt blir det resulterande ljuset vitt. Ett exempel på teknik som blandar färger på detta sätt är din skärm. Och om du hade tre ficklampor med olika färg skulle du själv kunna blanda färger mot en vit vägg. Men när det kommer till att applicera makeup i olika färg behöver vi ibland kunna kompensera nyanser på grund av att belysningen kan förändra färger i applicerad makeup, ett grönt filter på en lampa kan exempelvis göra ett par röda läppar svarta, och då behöver man ha denna förståelse för att kunna få läpparna att se röda ut, trots det gröna filtret på lampan. Men det är samma princip om du kanske sminkar en kund i lite för gult ljus och du kompenserar kanske då åt det kallare, eller mer rosa i basen och kunden sen går ut och färgtemperaturen ligger på 10000 kelvingrader ute (färgtemperatur även kallad färgton mäts på en skala där värdena anges i kelvin. Skalan sträcker sig i regel från 1000 kelvin (K) till 10 000 kelvin, där ett lägre värde innebär en varmare temperatur på ljuset. Med varmvitt ljus menas då inte hur många grader ljuset är utan snarare vilken färgton det har).

Formlära. Nyans, mättnad och intensitet, korrigerig. Harmoni, mått och proportioner. Stil, epok och kulturhistoriska perspektiv. Helhetsanpassning: Som makeupartist hjälper du till att förbättra eller förändra en persons utseende med smink och detta görs med grundläggande konstnärliga principer, och utifrån förutsättningar baserat på ansiktets geometri, proportioner samt kvalitet på hud. Varför dessa kunskaper är av högsta vikt att ha grundläggande kunskaper kring. Samt att det också handlar om att utgå från kroppsformer, färger och nyanser och stil på kläder. Man bör också ha lite koll på hur trender och stilar har förändrats genom historien, exempelvis från 40-talets "båtman", till 70-talets blanka hud och (nästintill) obefintliga bryn till 80-talets buskiga ögonbryn och kajalsvarta ögon, gärna med färgglad ögonskugga, till 90-talets matta bas med sotade ögon, skotskrutigt, Buffaloskor och halternecktoppar, Spice Girls och "grungen" med Kurt Cobain i spetsen, till dagens blogg-makeuptrend med kraftiga eyeliner, contouring, definierade bryn och matta munnar i alla färger, för att ta några exempel. Idag kan en kund referera till stilar och epoker, designers och/eller -ismer, exempelvis: jag vill se ikonisk ut som Bette Davis á la 40-tal, med en kvinnlighet som Coco Chanel och en blommighet som Ida Sjöstedt i en impressionistisk anda. Då är det bra att man som yrkesutövare får upp bilder direkt och eller vet var man kan snabbt finna denna typ av information och kan sätta igång en designprocess och börja fundera ut hur detta ska genomföras och med vilka produkter.

Design - Skiss och presentationstekniker: Behovsanalys och designprocesser är viktiga vare sig det handlar om privatkunder var man som yrkesaktör inom makeup oftare samtalar och sen muntligen förklarar hur man tänkt gällande en makeupdesign. Men det är av vikt att också kunna komma fram till och planera med hjälp av skisser och dokumentation, sminkkort och moodboards för att kunna presentera sina idéer för olika kunder som då kan komma med åsikter som utifrån dessa kan arrangeras om för att på ett så nära sätt som möjligt kan överensstämna med kundens imaginära bild. Och detta är också bra när det ibland är någon annan som ska utföra själva sminkningen och då krävs tydlig information så att slutresultatet blir så likt den presenterade idéen och den design man beslutat ska utföras, som möjligt.

Visuellt skapande: Och visuell kommunikation handlar bl a om olika visuella kulturer som idag fungerar som den nya skriften och det mest betydelsefulla i skriftlärandet är att skriften förflyttar talet från mun och öra till en ny förnimmelsevärld, synens och ögats. Med det förvandlar skriften talet och därmed också tanken så det är av vikt att förstå hur språk eller

skrift är uppbyggda för att begripa och anamma det kommunikativa systemet för att kunna använda det. Det ger oss visuella uttrycksmöjligheter, som kan jämföras med skriftspråket, men som kräver en högre nivå av abstrakt tänkande. Arbete med bilder vare sig det är att måla något i en privatkunds ansikte med smink, innebär det att man som yrkesutövare måste lära sig en bilds betydelser men också de betydelser som tillkommer då bilden sätts i ett sammanhang för att också själv kunna konstruera dessa bilder utifrån kundens önskemål med hjälp av smink, färg och form. Ord kan vi uppleva på olika sätt, men när vi ser det orden uttrycker så blir gestalter tydliga, även om dess värde kräver tolkning och konstnärliga kunskaper för att praktiskt kunna visualisera det man vill förmedla och uttrycka.

Branschkunskaper:

Kunskaper om olika yrken och roller; men vad vet du om skillnaden på några olika begrepp som exempelvis; makeupassistent, makeupdesigner, head of makeup, maskör, skönhetsrådgivare/ skönhetskonsulent, makeupartist/sminkös, makeupagent, sfx-
makeupartist, visual-art makeup. För att ta ett exempel: En makeupdesigner för TV och kan vara ansvarig enbart för förproduktion och just design av filmens karaktärer, men också vara "head of makeup department". Efter dagar eller veckor av förberedelser - inklusive möten med regissören, kostymdesignern, scenograf, och andra nyckelpersoner i film eller tv-teamet ska makeupdesignern ha allt väl förberett inför inspelningsstart. I en uppstart kan det handla om att bryta ner manus och bestämma hur makeuren ska se ut för varje scen och dokumentera detta, kontakta skådespelare, arrangera allt och skicka manus samt design och planering med skisser och dokumentation till makeupartister och assistenter som ska arbeta med inspelningen, eller fotograferingen. Var "head of makeup department" som ofta är ansvarig för budget, planering och organisation, kommer att göra inköp av material och produkter och sätter igång tillverkningsprocesser vid behov, och sminktester görs för att se om ngt måste ändras, ibland kan en snabb omprövning av kostymer och belysning och makeup behöva göras. När det gäller specialeffekter inom smink - liksom proteser, så engageras ofta en specialist, en maskör eller en special effects makeup artist, om budgeten tillåter. Annars får man förlita sig på kompetensen hos dem som redan är inhyrda för produktionen.

Branschområden, nationellt & internationellt: Man bör ha grundläggande och övergripande förståelse för vilka industrier huvudandelen av alla makeupartister verkar inom. Det finns exempelvis upplevelseindustri, mode-, reklam-, tv-produktion- och skönhetsindustri, samt fackhandel.

Nivåer: Inom ovanstående industrier finns mängder av möjliga arbetsområden och nivåer var en makeupartist kan positionera sig och verka beroende på lite vad man har för konstnärliga och tekniska, sociala och styrkor. Var varje artists specifika signum passar sig bäst genom att fylla ett tomrum i förhållande till närmaste konkurrenters specifika kunskaper. Vill man arbeta på en hög modegrad med konstnärliga uttryck så bör man känna till de aktörer som verkar där och hitta en nisch, eller ha ett specifikt signum som inte riktigt finns på den nivån för att en agent ska se potential nog för att vilja representera dig som artist och för att de ska se en möjlighet i att kunna sälja dina tjänster, för att du ska vara en god konkurrent på den nivå du vill verka, oftast kräver det några år i branschen innan du kan positionera dig här. Är du en artist mer i mängden artistiskt, du gillar att göra klassiska makeuper, men känner dig inte hemma med konstnärliga avant-garde makeuper som är

”over the top”, då kanske du ska försöka att positionera dig på en mellan nivå, men istället bli den där artisen som är lättsam att arbeta med, som aldrig gnäller, alltid är i tid, reser light och får jobbet utfört snabbt och snyggt i all sin enkelhet, och arbetar snabbt utan att göra avkall på kvalitet, oberoende av arbetsplats/situation/modell. Eller så kanske inte aktivitetsbaserade arbetsplatser är något som passar dig, då ska du kanske försöka att få in en fot på ett TV-produktionsbolag, där du ges möjlighet att ha en mer fast arbetsplats att gå till men till en början får du kanske då förbereda dig på att dina arbetsdagar kommer att starta kl 04.00.

Varumärken: Nu i världen finns det många märken som tillverkar kosmetiska produkter. Vissa märken är avsedda för ett brett spektrum av kunder, medan andra tillhör eliten rader av lyx. Den årliga vinsten i den här branschen, enligt Forbes, är ca \$382 miljoner. Märken av parfymer och kosmetika är nu de störst efterfrågade i världen. Och det är av vikt att man som yrkesutövare känner till de vanligaste och största varumärken och dess övergripande skillnader gällande produktsortiment, prisnivå och kvalitet.

Organisationer: Man behöver ha grundläggande och övergripande kunskap om vilka organisationer som på olika sätt finns för aktörer inom makeup exempelvis som Kemisk-Tekniska Leverantörförbundet (KTF), Svenska Estetikens Yrkesförbund (SEYF), Hantverksrådet, för att nämna några.

Kravklassificeringar: God kvalitet och ett etiskt förhållningssätt. Exempelvis så som att djur som används för att testa kosmetika skall få största möjliga skydd fram till genomförandet av förbud mot djurförsök för att testa kosmetika och mot att kosmetiska produkter som har testats på djur marknadsförs och släpps ut på marknaden. Medlemsstaterna ska genom tillsyn kontrollera att kosmetiska produkter inom EU/EES uppfyller reglerna. Hur tillsynen finansieras är upp till medlemsstaterna. Sverige har valt att finansiera kosmetiktillsynen via avgifter. 2013 införde EU ett förbud mot försäljning av djurtestad kosmetika och hygienprodukter. Förbudet har väldigt stort symbolvärde, även om undantag gör att djurtester ändå kan förekomma. EU:s kosmetikalagstiftning – och därmed djurtestförbudet – omfattar inte bara smink, utan även produkter som vi kanske snarare kallar hudvårds- och hygienprodukter, t.ex. schampo, tvål och tandkräm, massageoljor, nagellack, blekmedel för hud, antirynkrämer och munvatten mm. Produkter som inte räknas som kosmetika och hygienprodukter är bl a: desinfektionsmedel och antibakteriella produkter (till exempel handsprit) samt produkter som förs in i kroppen för att förändra utseendet eller ta bort rynkor, till exempel permanenta tatueringar, botox och ”fillers”.

Inte behöver man kanske kunna allt detta som yrkesutövare inom makeup, men man behöver känna till vad som håller god kvalitet och kunna grundläggande beskriva vad som klassificeras som varumärken i guiden ”Icke djurtestat” och som uppfyller kriterierna i den internationella standarden ”Humane Cosmetics Standard” samt ”Humane Household Product Standard” som genomgår vart tredje år en revision för att kontrollera att de fortfarande uppfyller kraven, då fler och fler kunder har önskemål om att yrkesutövare inte arbetar med oetiska varumärken, eller åtminstone tydligt visar ställningstagande.

På uppdrag av EU genomförde CEN tidigare en utredning under SIS ledning, som visade på behovet av att ta fram standardiserade analysmetoder för kända allergiframkallande ämnen. Detta resulterade i att ett europeiskt standardiseringsarbete bildades, Methods for analysis for allergens (CEN/TC 347) 2005. Den svenska kommittén Analysmetoder för allergiframkallande ämnen (SIS/TK 495) bildades strax efter. CEN/TC 347 "Methods for

analysis for allergens" består av fyra arbetsgrupper inriktade mot varsitt ämnesområde. CEN/TC 392 "Cosmetics" består av fyra arbetsgrupper inriktade mot varsina andra ämnesområden.

Designers /modeskapare: Under 1900-talet har sättet vi klär oss på förändrats mycket och fort, ansvaret ligger givetvis hos många av de ikoniska modeskapare vi välsignats med genom åren. De bästa modeskaparna tenderar att lämna en bestående prägel på branschen och på många sätt i vårt samhälle, det finns många modegiganter som satt standarden för hur världen ser på mode och som makeupartist så behöver du ha grundläggande kunskaper om och kring några av historiens och vår tids största, nationellt och internationellt, alltså från Jeanne Lanvin, Yves Saint Laurent, Karl Lagerfeld, Coco Chanel, Vivienne Westwood, till Per Engsheden, Back, Karin Wester, House of Dagmar, Ida Sjöstedt, Andreas Löwenstam m fl. Modehuset Givenchy kommer för evigt att förknippas med en stilikon som Audrey Hepburn. Tack vare henne har de skapat en företagskultur och stil av helt naturlig skönhet och aristokratisk förfining.

Branschhistoria; sitter ihop med hantverkets och yrkets historia, men kan än separeras på så sätt att man som yrkesutövare lär känna de olika branscherna var makeupartister i de allra flesta fall är verksamma. Historian är en viktig del inom hantverk, design, tillverkning och produktion, samt försäljning av produkter. För att ge exempel: Ytterst få i Europa sminkade sig före första världskriget. Helena Rubinstein öppnade en skönhetsalong i London 1908 och konstaterade redan då att de enda som hade en aning om smink var teaterfolk. Ryska balettens turné med Shéhérezade 1909 skapade en "orientfeber" och ökade försäljningen av kohl och ögonskugga i hela Europa. Detta år öppnade Selfridge's i London och blev det första varuhuset som exponerade smink fullt synligt på hyllor och diskar. Produkter som tidigare hade de dolts i lådor och under disk, om det fanns alls. 1914 rapporterades att Frankrike var det enda europeiska land där kvinnor sminkade sig öppet, "både den verkliga damen och den lättfotade". I Stockholm i början av 20-talet kunde vitt eller hudfärgat puder gå an men ögonsmink och läppstift väckte "obehagligt uppseende". Men "alla" sminkade sig i Paris 1922. Historian ger yrkesutövaren en tidsbild både av samhället och av yrkets utveckling utifrån teknisk och vetenskaplig grund. En bred baskunskap om branschen/ olika branschområdets historiska utveckling ger detta yrkesutövaren möjlighet att förstå och på så sätt bättre bemästra dagens krav på yrkesskicklighet samt förstå utvecklingen av dessa yrken, även framåt. Texten ovan var endast ett exempel. Är man verksam inom mode och reklamindustrin och arbetar i första hand med tillverkning av marknadsföringsmaterial och redaktionell produktion så bör man ha grundläggande kunskaper kring hur den branschen ser ut och hur den utvecklats från att exempelvis Sveriges första annonsbyrå Gumaelius, grundades 1877. Genom 1930-talet när reklamen allt mer handlar om att locka konsumenterna att köpa tillfredsställelse och byråerna börjar arbeta med olika säljstrategier och som vi idag kallar visuell kommunikation som också detta är de språkliga kunskaper en makeupartist behöver ha grundläggande förståelse för för att med sina konstnärliga och hantverkstekniska kunskaper kunna bidra till helheten genom att visualisera/förmedla och förhöja värdet i exempelvis ett foto, eller genom att på liknande sätt arbeta med samt utföra smink för karaktärsdesign/karaktärsgestaltning på exempelvis skådespelare/dansare/musiker/artister inom film-, teater- och/eller scenproduktion.

Modehuset Chanel grundades 1909 av Gabrielle Chanel. 1924, Chanel tillsammans med affärsmannen Pierre Vattenmelon öppnade en linje för tillverkning av parfymer. Chanel som varumärke har mer än 140 butiker över hela världen. Parfymhuset Guerlain kom till

marknaden 1828. Grundaren av detta världsberömda varumärke var Pierre Francois Pascal Guerlain. Kunder hos detta hus var kända personligheter av sin tid, som Napoleon III, Balzac, Queen Victoria och Isabella II av Spanien. Idag tillhör företaget Louis Vuitton Moët Hennesy. Christian Dior är ett legendariskt märke som grundades av Christian Dior 1942. Denna person hjälpte till att återfå pengar till stadskassan efter det krigshärjade Paris då han skapade världens mode. 1948 går Dior till produktionen av eget varumärke över hela världen.

Företagande

Budgethantering: här handlar det om att klara av att fakturera, och planera för inköp, resor och kostnader på samma sätt som alla mindre och egna företagare måste klara av för att kunna leva på sitt företag. Utan en förståelse för det grundläggande sambandet mellan budget och ekonomi, kan det vara svårt att arbeta som egen näringsidkare, men också som anställd kämpar många med att försöka visa sina överordnade på vilket sätt just deras projekt eller avdelning bidrar till företagets fundament. Oavsett om din målsättning är att hålla din budget, öka de övergripande kostnadsbesparingarna eller nå specifika lönsamhetskrav kommer du behöva ha tränat med övningar från verkliga livet för att på så sätt vara bekant med ekonomiska standarddokument, och för att kunna använda metoder och verktyg för budget och beräkning. Det handlar om att samla in, sammanställa och prioritera ekonomisk information för att ta fram, arbeta med och hantera budget. Förstå hur finanserna kan utvärderas, för att kunna ta affärsmissiga beslut.

Försäljning & Service: En professionell makeupartist följer upp varje aktivitet som sker med en kund. Allt från idéstadiet till callsheets, till inköp mm. Du behöver kunna skicka en offert och komma överens med kunden om när du skall återkomma för att följa upp. Om du skickar en broschyr hör du av dig till kunden för att svara på frågor osv. Det är inte helt ovanligt att kunder i sitt beslutsunderlag inkluderar huruvida säljaren/makeupartisten är bra på uppföljning. En yrkesutövare/säljare som inte följer upp under införsäljningen lär knappast göra det när affären är klar och arbetet är utfört. Det är viktigt att även om du som yrkesaktör ett av ett företags "options" klarar av att acceptera ett nej och trots detta vara artig. En framgångsrik säljare/yrkesutövare som säljer tjänster är uthållig utan att bli tjatig. Det kan leda till att kunden som sa nej till dina tjänster idag kommer att vilja boka dig i framtiden. Och av vikt är att tackar du ja till ett jobb så utför du det, även om du skulle råka få ett mer välbetalt uppdrag på en dag du redan är bokad, försöker du alltid ändra för att ta de mer välbetalda jobben så är det lätt att du landar i att kunder tillslut börjar att se dig som krånglig att arbeta med. Och att du inte tar ansvar för alla dina uppdrag på ett likvärdigt sätt.

Ansvar: Du har som yrkesaktör ett ansvar att se till att du har tillräckliga kunskaper och förståelse för uppdragets art, för att kunna ta på dig ett uppdrag som du praktiskt och teoretiskt klarar av utföra och klarar av att visualisera det kunden önskar att förmedla genom att de väljer att betala för din tjänst, vare sig det är en privatkund eller en företagskund.