


# BELEZA PRATEADA

*A Silver Generation já é um fato consumado. Donos do próprio nariz e das próprias vontades, seus membros são exigentes, sabem o que querem e adoram ser paparicados (quem não?...). E você, está preparado para atender a demanda? Oferece serviços especiais para os “silver”? Sabe quais são as tendências e novidades de beleza e bem-estar para o mercado 60+? Não? HM tem o prazer de apresentar o público sênior brasileiro*

 KARINA HOLLO (@KARINAHOLLO)

**MAKE:** ROOSEVELT VANINI  
**MODELO:** CACILDA HIROTA  
**FOTOS:** PATRÍCIA CANOLA



Quando Jane Fonda subiu ao palco para apresentar o prêmio de Melhor Filme, no Oscar de 2020, havia algo diferente nela: em vez de morena ou loira (como se exibiu nas últimas duas décadas), a lenda de Hollywood desfilou seu novo corte pixie em salt-and-pepper. Isso mesmo: a estrela de 82 anos pintou o cabelo de prata. O resultado foi uma loira gelada que surpreendeu a todos e que, com certeza, vai inspirar ainda mais mulheres a assumirem seus cabelos grisalhos.

E essa é só uma das mudanças que se observa no público 60+. Sim, o mundo envelheceu. E o Brasil também. A imagem do cabelo preso ao coque já não faz o menor sentido. Segundo a ONU, hoje temos 30,3 milhões de idosos no Brasil e seremos 68,1 milhões em 2050 (enquanto as crianças e adolescentes com até 14 anos serão 18,8 milhões, segundo a Secretaria Nacional de Promoção e Defesa dos Direitos Humanos). Como essa fatia da população se relaciona com cabelo, maquiagem, auto-estima, corpo, bem-estar? Quais seus anseios?

Segundo a pesquisa “Tsunami Prateado”, conduzida pela Pipe.Social e Hype60+, com 2.242 pessoas acima de 55 anos de todos os estados brasileiros e de todas as classes sociais, essa parcela da população está mais viva do que nunca.

No Brasil, os prateados já movimentam, anualmente, R\$ 1,6 trilhão. É isso mesmo: enquanto milhões debatem a forma de lidar com a geração millennial, o planeta envelhece. Os números não mentem. No mundo, há 962 milhões de pessoas com mais de 60 anos; no meio do século XXI, a população sênior passará dos 2,1 bilhões, de acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU). Esse progresso demográfico cresce 3% ao ano e é resultado do aumento da longevidade e da queda da taxa de natalidade. Esse mercado deve ser visto como um desafio, mas também uma força positiva para a economia e uma oportunidade social – sobretudo no Brasil, onde já temos mais avós do que netos.

“Envelhecer é uma novidade – e o futuro, é velho. Por mais que a frase possa parecer uma contradição, estamos vivendo mais do que o esperado, encontrando desafios nunca enfrentados e mudando paradigmas antigos sobre a idade”, analisa Mariana Fonseca,

futuróloga, cofundadora da Pipe.Social e uma das coordenadoras do Projeto Tsunami60+. “Os estereótipos estão sendo quebrados por esses brasileiros prateados. Os idosos de hoje têm um estilo de vida e hábitos de consumo que eram, há três décadas, associadas aos jovens. Namoram online e têm vida sexual ativa; trabalham; são ativistas de causas modernas; continuam curtindo rock e buscando aprimoramento intelectual e profissional”, complementa Layla Vallias, cofundadora da Hype60+ e uma das coordenadoras da pesquisa.

#### **FALTAM PRODUTOS E SERVIÇOS**

As marcas não percebem o público 60+: faltam produtos e serviços que se aproximem do universo e dos códigos da geração prateada. Como resposta, eles não são fiéis. “No Brasil, 52% dos prateados não são fiéis a nenhuma marca ou ponto de venda; esse dado aumenta para 74% entre os maiores de 75 anos. Para essa geração, as marcas falham em não conhecer o consumidor prateado”, fala Bete Marin, cofundadora da consultoria de Marketing Hype60+.

#### **GRAY HAIR, DON'T CARE**

O tempo traz mudanças inevitáveis no nosso corpo – na pele, no cabelo, nas unhas. A cabeça grisalha é o sinal mais obvio do envelhecimento. “Com a idade, os melanócitos perdem a capacidade de continuar produzindo melanina”, fala a Dra. Kédima Nassif, dermatologista e tricologista, membro da Sociedade Brasileira de Dermatologia. A queda de cabelo e a perda do brilho também têm a ver com a idade. Como o cabelo é menos espesso e os folículos capilares acabam parando de produzir novos fios, a perda de volume também é comum. Acontece que cabelos brancos, bem cuidados, são tendência de beleza. Verdade que o público maduro é diverso. “Enquanto uma parcela enorme das maduras defende os cabelos grisalhos, muitas ainda afirmam que jamais deixariam seus cabelos brancos, simplesmente por não gostarem, não desejarem essa aparência para si”, fala Bete Marin. Como cuidar bem deles? “O ressecamento e a mudança da estrutura dos fios que acompanha a perda de melanina podem ser combatidos, por exemplo, com hidratações semanais”, diz a hairstylist Sandra Zapalá, do Espaço de Beleza que leva o seu nome, em São Paulo. “Para prevenir o ‘arrepinado’ e a falta de brilho, é →



importante aplicar máscaras de tratamento capazes de fechar a cutícula, intercaladas com uma reconstrutora e uma emoliente; para os fios mais grossos, as hidratações com óleo de coco são perfeitas”, continua ela. Outro ponto importante é ter muito cuidado com o uso em excesso de secador, chapinha e babyliiss, já que como os fios brancos são mais sensíveis.

#### COMO ASSUMIR OS CABELOS BRANCOS?

Assumir os cabelos brancos não é nada fácil! “Estamos falando de pessoas que as vezes fazem coloração por muitos anos e não existe nenhum tipo de procedimento que vá fazer isso de forma amigável”, observa Ricardo Rodrigues, hair stylist e proprietário Riro Salon, em São Paulo. “Se a pessoa for loira é mais fácil, fazemos mechas bem claras e elas se misturam com o branco”, continua ele, que aplica a técnica de usar um tonalizante no cabelo que está crescendo, para o branco ficar menos aparente. “Conforme vai crescendo e o tonalizante desbota, o branco não chama tanta atenção.” Mas a melhor hipótese para largar a coloração e assumir de vez os fios brancos é deixar crescer de 10 cm à 15 cm de raiz e realizar um corte curto e moderno. “Quanto mais fios brancos a pessoa tiver, melhor. Porque quando o cabelo é grisalho, escuro com claro, o look fica cinza. No salão, um gloss (aplicação do tonalizante com creme específico que neutraliza o tom dourado é indicado).” Esse processo de transição do cabelo colorido para o grisalho/branco realmente depende da coloração que tem no cabelo. “Se a mulher não quiser cortar bem curtinho, a saída é fazer uma superdescoloração e tonalizar com tom prateado”, diz o hair stylist Ronan Gedeoni, do salão 1838, em São Paulo. Depois, é preciso usar shampoos para cabelos grisalhos, para evitar o amarelamento, até três vezes por semana. “Para manter o prata bem luminoso e bonito.”

O corte precisa ser bacana, moderno, dar um aspecto leve e atual, que combine com textura, tipo de cabelo e personalidade dela. “Cortes desconectados ou desfiados, dão mais movimento. O mix de camadas gera mais luminosidade (o que é ótimo para fios grisalhos) que os cortes de base reta”, ensina Ronan.

## No Brasil, os prateados já movimentam, anualmente, R\$ 1,6 trilhão. É isso mesmo: enquanto milhões debatem a forma de lidar com a geração millennials, o planeta envelhece

#### A MAQUIAGEM CERTA

As mulheres da geração prata não saem de casa sem hidratar e proteger o rosto. O kit básico de maquiagem é composto por base, batom e máscara de cílios. “Nos cursos de automaquiagem para pele madura que dou no salão, logo de cara afasto o fantasma de elas não poderem usar certas cores ou produtos”, fala o maquiador Roosevelt Vanini, do C. Kamura, em São Paulo. A ideia é usar uma make mais leve, iluminada, natural, que funcione para qualquer ocasião – de jantares e vernissages a reuniões de trabalho. “Mas o look básico, nude pode se transformar em look noite apenas intensificando algumas cores e acrescentando alguns detalhes. É possível, sim, ter make mais elaborada e marcada sem envelhecer”, garante Roosevelt. O segredo é harmonização e uso adequado de cada produto. “Pode batom vermelho, sombra colorida, delineador com cor diferente... Sugiro tons mais elegantes e discretos, mas coloridos. E a boca é o ponto forte: é importante redesenhar as formas e apostar em batom coral, vermelho, vinho, em textura matte aveludada, ou até em lip tints.” Além disso, outros aliados são sobrancelha bem delineada e olhos bem contornados, sempre com sutileza. “E blush, que traz o corado da pele que o tempo vai levando. Pode ser cremoso, com leve luminosidade...”, aconselha ele.

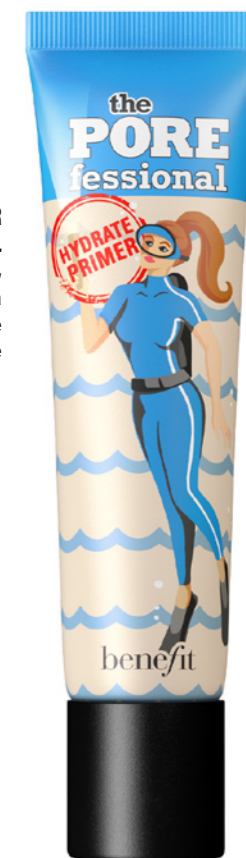
### BEAUTY SHOP SÊNIOR



**BASE STUDIO WATERWEIGHT, MAC:** cobertura leve com uniformidade e viço



**WATER LIP STAIN, CLARINS:** cor translúcida e fresh



**PRIMER POREPROFESSIONAL HYDRATE, BENEFIT:** para efeito aveludado e hidratante



**HD MICRO FOUNDATION CACHE, KRYOLAN:** efeito fino, hidratante, com pigmentação impecável e acabamento natural



**SHAMPOO, CONDICIONADOR E SÉRUM DENSIAGE, DUCRAY:** com propriedades antioxidantes, para reduzir os sinais de envelhecimento capilar e aumentar densidade e volume

**SHAMPOO MATIZADOR NATURA LUMINA:** efeito anti amarelamento e antidesbotamento, sem ressecar + polimento da fibra capilar



**PALETA DE SOMBRAS NAKED HONEY, URBAN DECAY:** tons terrosos que cabem em qualquer ocasião.

**#OndeEncontrar**  
 SAC BENEFIT: [www.sephora.com.br](http://www.sephora.com.br)  
 SAC CLARINS: SAC 0800 704 3440  
 SAC DUCRAY: <https://www.ducray.com/pt-br/contact>  
 SAC GOLDWELL: 0800-413011, [sales@ozcosmetics.com](mailto:sales@ozcosmetics.com)  
 SAC KRYOLAN: (11) 3045-0087  
 SAC MAC: 0800 892 1695  
 SAC NATURA: [www.natura.com.br](http://www.natura.com.br)  
 SAC URBAN DECAY: [www.sephora.com.br](http://www.sephora.com.br)

HM

# TRANSFORMANDO VIDAS



ESTAMOS A 26 ANOS AJUDANDO PESSOAS A TEREM UMA PROFISSÃO. COM MAIS DE 1500 HORAS DE CURSOS VARIADOS, NÓS CAPACITAMOS O PROFISSIONAL E O INSERIMOS NO MERCADO DE TRABALHO.



AQUI SE APRENDE A ARTE DE LAVAR OS CABELOS !!! ESTAMOS PREPARADOS PARA O MERCADO DE TRABALHO !



ESSE PROJETO É O MELHOR !!! AQUI TRABALHAMOS PELA DIGNIDADE. SÃO MAIS DE 40 MIL PROFISSIONAIS FORMADOS.



NO PROJETO TESOURINHA VAMOS DA TEORIA À PRÁTICA, BORA MODELAR OS CABELOS !!!

OPORTUNIDADE PARA TODOS É O QUE NOS MOVE 85% DOS NOSSOS ALUNOS SÃO BOLSISTAS



DOAMOS AMOR, GRATIDÃO, RESPEITO, SORRISOS, AÇÕES... O QUE DE FATO IMPORTA, É A RELEVÂNCIA DESSE ATO DE ENTREGA QUE DEVEMOS TORNAR UM HÁBITO.

AQUI NO TESOURINHA TODOS TEM O DIREITO DE APRENDER A SER PROFISSIONAL DE BELEZA