



Alicia Keys

BE REAL



POWER-CACHOS

Se antes as cacheadas tinham que recorrer a receitas caseiras, por causa da pouca oferta de produtos, hoje já há tratamentos altamente tecnológicos para seus fios. Descubra como influencers como Rayza Nicácio ajudaram a mudar o mercado de beleza em [abr.ai/cacheadas](#).

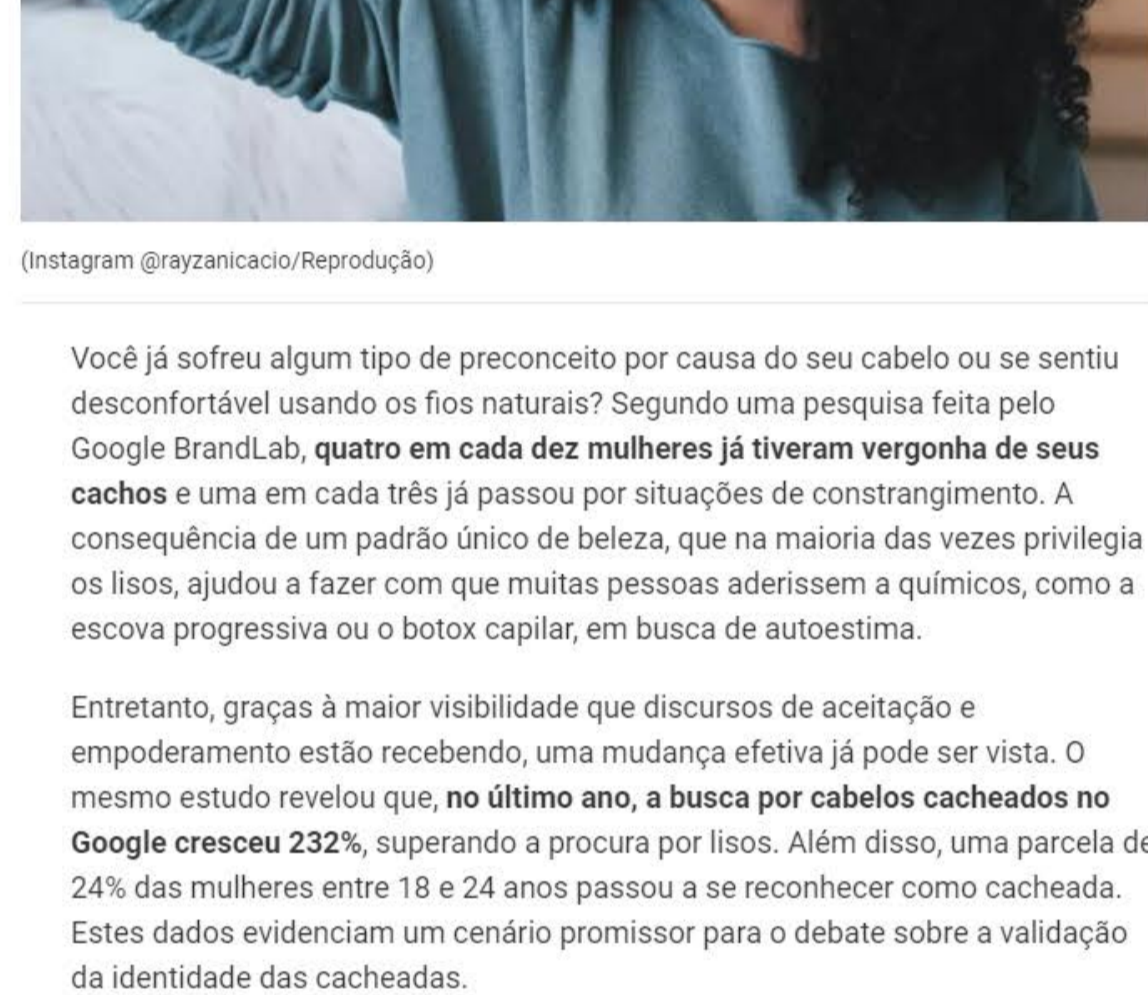


BELEZA, MODA

Como youtubers de cachos redefiniram o mercado de beleza

Entenda como as digital influencers foram decisivas nas mudanças que vêm ocorrendo nos produtos e marcas de cabelos.

Por [Glúcia Tani](#)
4 set 2017, 12h44 - Publicado em 3 set 2017, 17h13

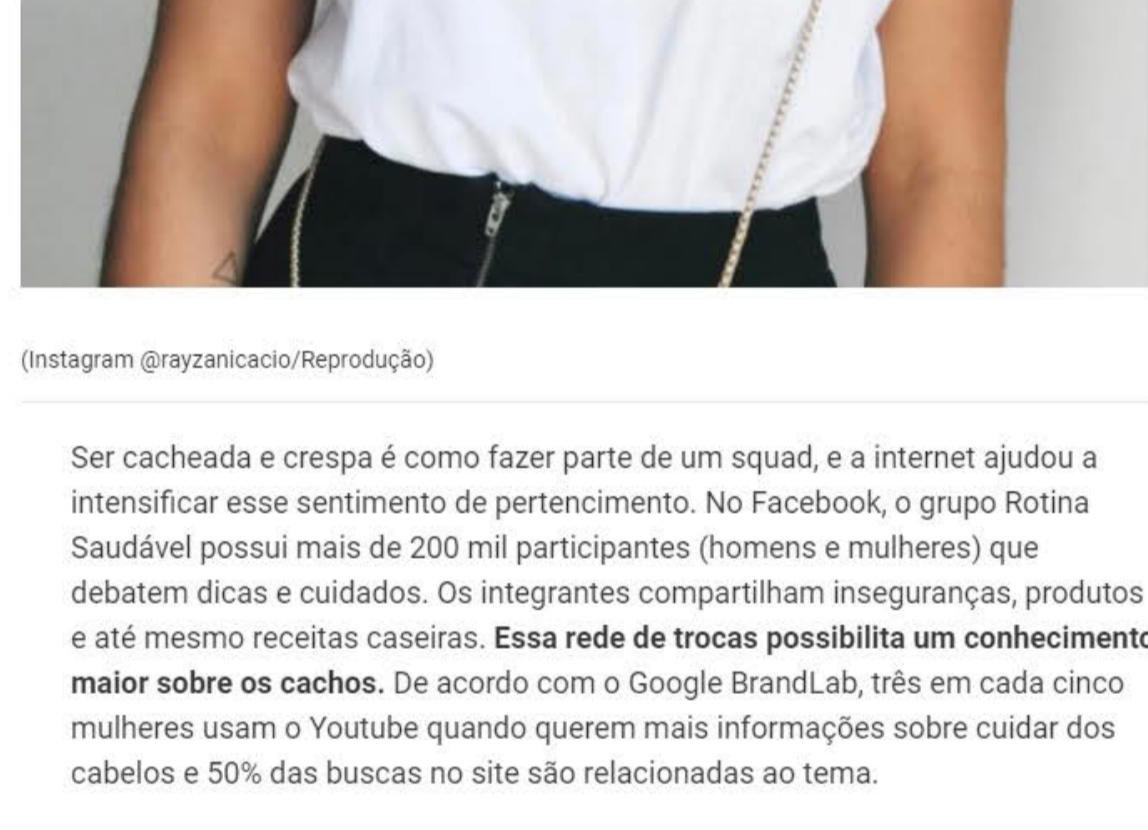


(Instagram @rayzanicacio/Reprodução)

Você já sofreu algum tipo de preconceito por causa do seu cabelo ou se sentiu desconfortável usando os fios naturais? Segundo uma pesquisa feita pelo Google BrandLab, **quatro em cada dez mulheres já tiveram vergonha de seus cachos** e uma em cada três já passou por situações de constrangimento. A consequência de um padrão único de beleza, que na maioria das vezes privilegia os lisos, ajudou a fazer com que muitas pessoas aderissem a químicos, como a escova progressiva ou o botox capilar, em busca de autoestima.

Entretanto, graças à maior visibilidade que discursos de aceitação e empoderamento estão recebendo, uma mudança efetiva já pode ser vista. O mesmo estudo revelou que, **no último ano, a busca por cabelos cacheados no Google cresceu 232%**, superando a procura por lisos. Além disso, uma parcela de 24% das mulheres entre 18 e 24 anos passou a se reconhecer como cacheada. Estes dados evidenciam um cenário promissor para o debate sobre a validação da identidade das cacheadas.

Mas se engana quem pensa que essas transformações só ocorreram de um ano para cá. Influencers como a youtuber Rayza Nicácio discutem e ensinam sobre o assunto desde 2012 e viraram referência para quem pretende assumir ou cuidar dos fios. Indo na contramão de um cenário saturado de blogueiras que apresentam um único ideal de beleza, **as youtubers cacheadas surgiram como inspiração e servem muitas vezes como um refúgio para quem está passando pelo delicado processo da transição capilar**. A maioria dessas mulheres ajudou a definir a indústria de produtos específicos para cabelos crespos — anteriormente muito escassa — e está escrevendo uma nova história sobre a relação do público feminino com sua beleza natural.



(Instagram @rayzanicacio/Reprodução)

Ser cacheada e crespa é como fazer parte de um squad, e a internet ajudou a intensificar esse sentimento de pertencimento. No Facebook, o grupo Rotina Saudável possui mais de 200 mil participantes (homens e mulheres) que debatem dicas e cuidados. Os integrantes compartilham inseguranças, produtos e até mesmo receitas caseiras. **Essa rede de trocas possibilita um conhecimento maior sobre os cachos**. De acordo com o Google BrandLab, três em cada cinco mulheres usam o Youtube quando querem mais informações sobre cuidar dos cabelos e 50% das buscas no site são relacionadas ao tema.

Rayza Nicácio possui mais de 1 milhão de inscritos em seu canal e é, sem dúvidas, a youtuber cacheada mais famosa do Brasil. Em entrevista à ELLE, ela contou um pouco sobre a carreira e suas impressões desse novo mercado que vem se formando. **"Eu costumo dizer que nós, através da internet, forçamos a indústria da beleza a nos ouvir**. Passei a minha vida inteira procurando opções de produtos que atendessem às necessidades do meu cabelo, mas só tinha um ou dois cremes para pentear. É gratificante ver que isso não irá acontecer com as meninas cacheadas de agora," comemora.

Leia Mais: [Quatro penteados incríveis e fáceis para cabelos crespos e cacheados](#)

Segundo Rayza é importante para o mercado estar atento às mudanças. "As marcas precisaram ir para perto de seu público e **as digital influencers tiveram um papel importante como porta-vozes**. Dentro de suas possibilidades e limitações, a indústria escuta e está atenta ao que queremos. Isso aconteceu porque eles são filhos, mas porque querem vender e está tudo bem, desde que seja o que a gente precisa. Também queremos comprar."



(Instagram @anallidalopes/Reprodução)

Outra cacheada famosa nas redes é a blogueira Ana Lídia Lopes. Com apenas 18 anos, ela coleciona mais de 700 mil inscritos em seu canal no Youtube, que fala de comportamento, beleza e, claro, cachos. Ela começou seu blog, o [Apenas Ana](#), aos 13 anos e desde então muitas mudanças ocorreram, entre elas, **a decisão de assumir o cabelo natural**. "Comecei a falar sobre cachos em 2014, quando dei início à minha transição capilar. Eu lembro que existiam algumas youtubers de cachos, mas **era difícil encontrar pessoas postando sobre transição**, então comecei a falar. Fez com que muitos se identificassem com minha história," relembra.

Para Ana Lídia, as transformações são lindas ocorrendo não são apenas sobre cachos. "O que está acontecendo vai muito além de cabelo. Nós estamos resgatando nossa autoestima. Aprendemos que o natural é lindo e que não há nada de errado. **Tudo bem mudar, somos livres com nossos cabelos**, porém, esse resgate de amor próprio não é moda e isso não vai passar," celebra. Ela entende o peso da responsabilidade de publicar esse tipo de conteúdo online. **"Somos consumidoras, mas também somos influenciadoras**. Nós indicamos o que usamos e gostamos. Por isso tenho esse compromisso de passar a verdade para minhas seguidoras", explica.

Não à toa, muitas marcas estão investindo em publicidade e em novas fórmulas, buscando se atualizar. Há 18 anos no mercado internacional e aproximadamente nove anos no Brasil, a **Deva Curl é um dos nomes mais atentos a este movimento de beleza**. Segundo Rodrigo Nakamura, educador Deva Curl no País, a proposta da empresa é entender as necessidades da mulher cacheada e fornecer os devidos recursos. Dessa maneira, os criadores inventaram **condicionadores e shampoos à base de plantas e sem o uso de sulfatos e parabens** — prejudiciais aos cachos —, batizados de Low-poo (concentração menor dessas substâncias) e No-poo (nenhuma substância).



(Instagram @anallidalopes/Reprodução)

Outro nome em evidência é a **Lolá**, que apesar de não ser uma marca específica apenas para cacheadas, possui uma linha extensa de produtos. "Exige dedicação, cuidado e paciência, mas pode apostar que vale à pena e é libertador", aconselha Dione Vasconellos, sócia-fundadora da marca. Segundo ela, a internet é uma grande aliada na hora de propagar cuidados para fios cacheados e crespos e é interessante ver um número crescente de **mulheres encontrando a si mesmas em seus cabelos**.

"A expressão do cabelo crespo e cacheado é a força para ir contra tudo o que já ouvimos falar sobre beleza na vida", finaliza Rayza. Já para Ana Lídia, aceitar os cachos foi um processo de transformação geral: "Eu digo que eu não mudei, eu me encontrei! Foi uma mudança de dentro para fora. Primeiro me aceitei, e depois aceitei o meu cabelo. Passar pela transição capilar não é fácil, são muitos comentários maldosos, o cabelo indefinido e o tempo parece que não vai passar. Mas é uma mudança tão boa, saber que **dia após dia você está se reencontrando, se redescobrimdo, indo de encontro com a sua verdadeira essência**".



APRESENTADO POR CORAL
3 formas de mudar o visual da casa apenas pintando as paredes

Últimas



NOTÍCIAS
Munroe Bergdorf é desligada da L'Oréal e fala antirracista
4 set 2017, 14h16



BELEZA
Após pressão para emagrecer, Miss do Reino Unido devolve coroa
4 set 2017, 12h30



MODA
Como youtubers de cachos redefiniram o mercado de beleza
3 set 2017, 17h13

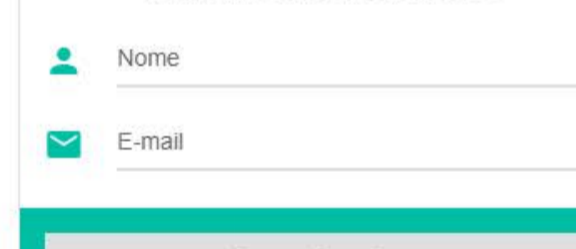
Pela web



Penteado topete feminino: looks de famosas para você se inspirar
Diva Linda com O Bonicão

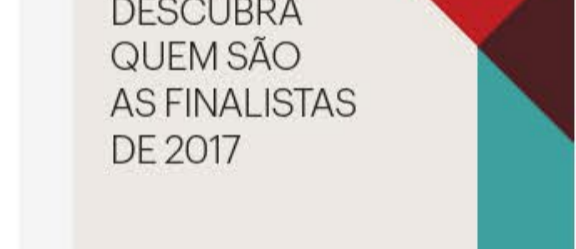


Renda Fixa: faça uma simulação de seus investimentos
XP Investimentos



Lindas Blusas para vo arrasar nesta estação: clique aqui e confira!
Boniprin

Para você



Moda e inovação estão em pauta no Rio de Janeiro



Esta cena deletada de O Diabo Veste Prada mudou a forma como



Nas Bancas
Edição 351 • Agosto 2017
Acesso o índice
Leia no GoRead
Assine
Leia também no

Newsletter
Conteúdo exclusivo para você
Nome
E-mail
Quero Receber

DESCUBRA QUEM SÃO AS FINALISTAS DE 2017

Últimas do M



Saúde
Pessoas casadas têm mais chances de sobreviver ao câncer

Mais vistas

1 A cena deletada do filme O Diabo Veste Prada

2 O street style deste SPFW desceu do alto

3 Cobrir a pele não é mais prioridade na beleza

4 Os prós e contras do implante de fios elásticos no rosto

5 O que o fenômeno Mansur Gavriel tem a ensinar?

