

VOGUE

BELLEZA

Canas con medalla de plata

Cada vez más mujeres celebran el resplandor de sus canas. Un fenómeno de largo recorrido iluminado por pigmentos violáceos

POR PALOMA ABAD

16 de mayo de 2022



Rebekah Campbell

Nuestros periodistas recomiendan de manera independiente productos y servicios que puedes comprar o adquirir en Internet. Cada vez que compras a través de algunos enlaces añadidos en nuestros textos, Condenet Iberica S.L. puede recibir una comisión.

**Con el número de mayo Vogue España te invita a 3 meses de Filmin, la mejor plataforma de cine seleccionado. Solo tienes que canjear el código de la tarjeta que encontrarás en la revista aquí.*

Andie MacDowell se metió en el bolsillo al respetable durante el pasado festival de Cannes cuando se dejó ver, por primera vez, con arrugas en las sienes y **canas** en la melena. “Al principio era muy cautelosa, porque no quería que nadie se molestara, y trataba de llevar pelucas. Pero pronto tuve claro que mis instintos eran los correctos... **nunca me he sentido más poderosa**, más honesta. Siento que no estoy fingiendo y sí abrazando justo el momento en el que me encuentro. **En muchos sentidos, creo que le sienta mejor a mi rostro**”, aseguraba la actriz a *Vogue* semanas después de convertir la vulnerabilidad de envejecer frente a los focos en un *power move* de manual.

Para ella (y para gran parte de la población mundial que en los últimos dos años ha hecho del *going grey* una etiqueta en alza) **el cambio llegó durante el confinamiento**. Sin embargo, para aquel entonces la madrileña **Jana Fernández**, *podcaster* y experta en sueño, harta de tener que teñirse cada diez días y maltratar la fibra capilar en cada proceso, ya hacía tiempo que había abrazado las canas que poblaban su coronilla. “**He ganado tanto con la decisión que no he querido volver a teñirme**, ni cuando estaba en el proceso que puede ser más ‘traumático’ ni ahora que ya tengo mi pelo. Es cierto que aún hoy la industria es muy agresiva con el tema de las canas, como si fueran un signo de vejez o de no cuidarse, pero la duda me dura dos segundos porque **ahora me veo incluso mejor que cuando me teñía, con el pelo mucho más sano y brillante y con mucha luz en la cara**”, asegura.

Invirtió un año en lograr su tono natural. “Es muy importante cómo lo haces. Reconozco que verte durante todo ese tiempo el pelo de dos colores no es fácil. A mí me ayudó mucho mi peluquera: **a la vez que dejamos de teñir las canas, empezamos a hacer mechadas claras**. Y cada dos/tres semanas repetíamos el proceso. La melena teñida se iba aclarando de forma progresiva, el *shock* no era tanto, y las mechadas se integraban con la raíz cana sin problema. Así que en este sentido no fue nada traumático”, concede.

Según **Daniele Sigigliano**, director creativo del madrileño **salón Blow Dry Bar**, hay dos formas de llegar a la ansiada melena plateada: decolorar (“No siempre es la mejor opción si se tiene el pelo muy fino y color muy oscuro”, advierte) o **dejar crecer la raíz con cana**, “**una opción más sana, pero más lenta**. Lo suyo es acompañar este procedimiento con cortes muy cortos para agilizarlo. Es importante, además, el mantenimiento en casa, con champú y acondicionador *silver*, para evitar tonalidades amarillas o doradas”. Precisamente para una correcta hidratación, el consejo de **Chiara Scudieri**, fundadora de la firma capilar I.C.O.N., pasa por tener en cuenta “la ausencia de melanina en la fibra. **Anticreepamiento, hidratantes o matizantes son los tratamientos necesarios para mantener el pelo manejable, saludable y vibrante**”.

Las razones de que cada vez más gente se sume a la tendencia son principalmente dos: “La de la demanda de una definición más inclusiva de la belleza, que no se base únicamente en un determinado dictado juvenil, y la necesidad de encontrar **enfoques más saludables que eviten los productos químicos nocivos** innecesarios que a menudo se encuentran en los tintes permanentes para el cabello”, interviene **Michael Nolte**, director creativo de la consultora **The Beauty Streams**.

Advierte, sin embargo, que la normalización de este cambio aún depende de los consumidores. “A pesar de que las marcas ya incluyen modelos mayores en sus campañas y pasarelas, aún queda un largo camino por recorrer para aceptar que **la apariencia juvenil no es sinónimo de belleza**. El problema en realidad no proviene de la industria, sino de la sociedad”, lamenta.