

# MIENTRAS esperas no esperes para Leer

ANIMACIÓN A LA LECTURA  
EN PELUQUERÍAS



*Entre lavados y mechas, permanentes y cortes de pelo, en las peluquerías solemos leer publicaciones del corazón o prensa deportiva mientras llega nuestro turno. En Argentina, conscientes de que en estos espacios no convencionales se podrían ofrecer otras lecturas, se llevó a cabo una curiosa campaña consistente en facilitar amenos libros que compartían revistero con las publicaciones habituales y que dieron un nuevo look a las peluquerías.*

Si hay algo que hoy nos caracteriza a la mayoría de los humanos es la falta de tiempo, el ritmo de vida tan acelerado y agitado que solemos padecer. Parece una contradicción, pero las múltiples comodidades y los evolucionados sistemas de comunicación con los que contamos no logran hacer que el tiempo sea cada vez más mezquino, que se nos pase volando.

Sin embargo, cuando esperamos nuestro turno en la cola de alguna ventanilla, en la sala de espera de una consulta médica o en la peluquería, ese tiempo parece detenerse. Para amortiguar la espera acostumbramos a echar mano de alguna que otra revista o diario.

En las peluquerías, sobre todo, se suelen leer revistas del corazón o de moda. Y si son barberías -como antes se llamaba a las peluquerías de caballeros- las lecturas que predominan son los diarios deportivos. Publicaciones que no siempre resultan atractivas para todos los públicos.

Con el fin de promover otro tipo de lecturas, el Ministerio de Educación de Argentina lanzó una llamativa campaña que denominaron *Mientras esperas no esperes para leer*.

La propuesta perseguía la promoción de la lectura en momentos de ocio de manera que publicaron y entregaron libros en las canchas de fútbol, balnearios, estaciones de tren, autobuses, hospitales y, cómo no, en las peluquerías. El desafío era acercar distintos materiales de lectura a la mayor cantidad de habitantes de todo el país.

Fueron 32.000 peluquerías las que ofrecieron a sus clientes una colección compuesta por 10 títulos. Con el apoyo de Silkey Mundial, una empresa dedicada a productos de cosmética, se



distribuyeron cinco relatos elegidos con *mirada femenina* y otros cinco con una *mirada masculina*. La selección de los títulos se realizó combinando los gustos de los distintos tipos de personas que van a las peluquerías.

Se trata de textos breves de autores argentinos entre los que destacan *Destino de espejo, y otros cuentos*, de Susana Kesselman; *Qué yeta ser mujer*, de Inés Fernández Moreno; *Historieta*, de Maitena; *La suerte de la fea, la linda la desea*, de Alejandro Dolina; *Hijo sin dolor, madre sin amor*, de Isidoro Blaisten; o *Adiós mu-*



Presentación de la campaña con la presencia de Maitena y María Kodama, entre otras personalidades.

ñeco, de Miguel Briante, entre otros. Maitena, artista y humorista, cedió todas las tapas y el contenido completo de uno de los ejemplares para esta campaña.

La idea original era que mientras se espera antes y durante el peinado, corte o tinte, la gente pudiera leer algo más que revistas de chismes, promocionando al mismo tiempo a varios escritores a través de una “tintura” de humor.

Disfrutar de un momento ameno con la lectu-

*La propuesta perseguía la promoción de la lectura en momentos de ocio de manera que publicaron y entregaron libros en las canchas de fútbol, balnearios, estaciones de tren, autobuses, hospitales y, cómo no, en las peluquerías.*



ra de un poema, una semblanza, un relato, una historia de amor, acortan sin duda la espera y prolongan el placer por el encuentro con la palabra escrita.

Si bien la idea era que las personas pudieran llevarse el ejemplar a su casa, la mayoría de la

gente los leía y dejaba para que pudieran leer otros. Por esa razón, en algunas peluquerías aún se conservan varios ejemplares.

Desde luego, se trata de una buena manera de atender a la clientela, embelleciendo el exterior y el interior. ■

**AUTOR:** Redacción *Mi Biblioteca*. Con información del Ministerio de Educación de la Nación (Argentina).

**FOTOGRAFÍAS:** Ministerio de Educación de la Nación (Argentina).

**TÍTULO:** Mientras esperas no esperes para leer. Animación a la lectura en peluquerías.

**RESUMEN:** Se describe aquí la experiencia llevada a cabo en Argentina por parte del Ministerio de Educación de la Nación y la empresa Silkey Mundial, consistente en repartir lotes de libros en las peluquerías para formar así una biblioteca accesible a los clientes y clientas de estos establecimientos. El objetivo era, como se llamaba la campaña: *Mientras esperas no esperes para leer*, pero esta vez en la peluquería.

**MATERIAS:** Peluquerías / Lectura / Latinoamérica.