

“Um salão de cabeleireiro com bom marketing”

Estamos na rua Mayor, uma das ruas mais típicas e com mais tradição de Pamplona. Entre lojas de lembranças para turistas e estabelecimentos “de sempre”, está o salão de cabeleireiro de Lourdes Arriazu.

25/10/2010

A sua vida, diz, é muito normal. Levanta-se cedo e depois de tomar o

café-da-manhã, dirige-se à paróquia de São Lourenço, onde se encontra a capela de São Firmim – padroeiro de Navarra – e espera que a abram para fazer um tempo de oração e assistir à Santa Missa. Depois, percorre o caminho para o salão de cabeleireiro para começar o seu dia de trabalho. “As pessoas sabem que às 8 horas já estou aqui; de fato, algumas que têm mais pressa vão buscar-me na Igreja. Todos sabem que começo o meu trabalho com a oração e a Missa e o termino com outro tempo de oração e com o terço”.

“Conheci o Opus Dei porque vinham ao meu salão de cabeleireiro algumas pessoas da Obra e chamavam-me a atenção. Agradava-me muito a sua forma de viver. Primeiro, fui Cooperadora. Era uma ideia que me parecia genial. Demorei muito tempo a pedir a admissão”.

No seu salão encontramos revistas, jornais e alguns livros para que as suas clientes possam entreter- se enquanto esperam sua vez. “Quando me dizem, dá-me uma revista, digo-lhes: está bem, mas não preferes antes ler isto que é mais bonito?”. E Lourdes passa às nossas mãos uma entrevista com a mulher de um conhecido professor universitário publicada num jornal. “Não há profissão em que se possa ajudar tanto as pessoas como a de cabeleireiro. Aqui vem uma pessoa que teve um filho doente, outra que tem outro problema e continuam sempre a vir uma e outra vez. É muito fácil que, enquanto estou com uma cliente, repare que está um pouco triste e a convide a tomar um café ou a conversar um pouco... Diga-me em que profissão se pode fazer isto? Em nenhuma! Aqui, neste salão de cabeleireiro, organizamos palestras sobre virtudes, temas de família... vêm muitas pessoas.”

Além do seu salão de cabeleireiro, Lourdes foi durante algum tempo à cadeia visitar as presas. “Foi muito duro, a cadeia é a cadeia! Às vezes eram muito *sonsas*”. Cortávamos e penteávamos seus cabelos, levávamos-lhes sacos de roupa, falávamos com elas, dávamos-lhes conselhos... Uma vez, na Missa de Natal, aproximou-se de mim uma senhora e começou a dizer-me “muito obrigado, obrigado, obrigado, devo-lhe tanto...” enquanto me beijava a mão. Assustei-me um pouco. Era a mãe de uma presa política. Passado tempo, a filha disse-me que a tínhamos ajudado muito, parecíamos pessoas tão simples e naturais que no princípio antipatizou-se conosco, mas que depois de nos conhecer melhor mudou de opinião”.

Para Lourdes, o Opus Dei é a sua família, “noto que é família em tudo”. Ela soube transmitir esse

ambiente ao seu salão de cabeleireiro e afirma que qualquer cliente que vai até lá sente-se em casa. Durante alguns dias, o responsável pelo marketing de uma conhecida marca de cosméticos esteve como observador no seu salão de cabeleireiro. Ao cabo de uma semana disse-lhe que tinha aprendido o “marketing da Lourdes”, que não se aprende em nenhuma universidade. Para esse marketing eram necessárias três coisas, gostar muito das pessoas, ter boa memória e simplicidade para dizer a cada pessoa o que ela precisa ouvir. A essa afirmação respondeu a Lourdes: “Pois bem, esse marketing foi o que aprendi no Opus Dei: amar as pessoas”.

opusdei.org/pt-br/article/um-salao-de-cabeleireiro-com-bom-marketing/
(10/01/2026)