



A los 22 años los diseños de Diego Villalobos han sido alabados por el "New York Times"

Giro laboral: estudió producción de eventos, ahora confecciona vestidos

WILHEM KRAUSE

A los 19 años Diego Villalobos ya ejercía la profesión que había estudiado. Titulado como técnico de nivel superior en organización y producción de eventos, trabajaba para una importante productora local. A pesar de tener éxito en una carrera de empleabilidad compleja, no se convencía por completo: "Era algo que me gustaba pero fue una decisión súper apresurada, no había un contexto tan fuerte que me llevase a estudiar".

Aun así, su carrera prosperaba. Hizo la práctica, lo contrataron como asistente de producción y luego directamente como productor. En paralelo a los eventos comenzó a diseñar ropa, primero para amigas y luego para influencers y otros personajes. Bajo el alias "Bratty" su reputación empezó a forjarse, pero también aumentó la presión de llevar dos carreras en paralelo.

A los 20 años, Villalobos decidió dejar su trabajo y dedicarse de lleno a la confección. "Llegó un momento

Se dio a conocer gracias a su trabajo con influenciadores locales: la clave de todo éxito, dice, es ser constante.

en que no me daba el tiempo para esta doble vida y, en verdad, ya no me llenaba tanto la producción".

¿Lo cuestionó mucho su familia por la decisión?

"Sí, sobre todo mi mamá. Me decía '¿Para qué me hiciste pagar una carrera si no era lo que querías hacer?'. Yo le explicaba que uno en la vida evoluciona y que la decisión que tomé a los 17 años no iba a ser la definitiva. Intenté demostrarle que el cambio era positivo y que lo iba a lograr. Y eso es lo que estoy haciendo hoy".

Diego hoy tiene 22 años, pero ya cuenta con una carrera en la moda que cualquier veterano envidiaría. El lunes pasado fue uno de los diseñadores escogidos para mostrar una colección en el desfile de "Viste la Calle". Antes, en junio, uno de sus diseños usado por la publicista Valentina de Valiente para la premiere de "La Casa del Dragón" -con dragones esculpidos a mano en tela de alta densidad- fue destacado por "The New York Times". En febrero, vistió a Naya Fácil durante su exitosa participación como embajadora del Festival de Viña del Mar.

Villalobos sabe que su trayectoria es inusual, pero también ha aprendido a madurar de acuerdo con su nuevo estatus. "Al principio regalé



Diego Villalobos muestra su dragón de tela diseñado para "La Casa del Dragón".

mucho mi trabajo. Gastaba mi dinero en materiales y transporte, y había gente que ni siquiera era capaz de etiquetarte en sus publicaciones. Pasé por eso durante mucho tiempo, especialmente el primer año que comencé en serio con esto. Ahora aprendí a valorar mi trabajo y ser más estratégico".

Con todo lo que le ha pasado este año, ¿cómo le va hoy?

"Es muy variable; esa es la incer-

tidumbre de ser independiente. Hay meses increíbles, que ni yo me creo, y otros más tensos. Pero hoy, con más alcance y reconocimiento, la gente valora más mi trabajo. Hubo momentos en los que incluso consideré volver a trabajar en una agencia. Pero ser independiente tiene sus riesgos. Por ejemplo, este último mes estuve enfocado en el proyecto del desfile de "Viste la Calle", lo que me llevó a cancelar un proyecto de styling con

Karen Paola en el que estaba recién empezando, y estuve un mes sin recibir ningún trabajo particular. Pero son decisiones estratégicas que uno toma".

En el desfile estaba su familia. ¿Fue una manera de demostrarles que tuvo la razón al seguir su corazón?

"Me encargué de demostrarles que lo que estoy haciendo es viable. Este desfile, que considero uno de los más importantes del país, fue muy significativo para mí. Quise que mi familia estuviera allí para que vieran lo que estoy logrando. Es importante demostrarles más que decirles, y estaban muy emocionados. Ellos saben cuántas noches estuve sin dormir, cuánto lloré, cómo me esforcé, cuántas veces llegaba cargado de materiales, las horas que estuve en el taller trabajando".

La carrera

Janine Valenzuela es directora de las carreras de Hotelería, Turismo y Técnico en Organización y Producción de Eventos de la Universidad de Las Américas, donde Villalobos estudió. De ahí egresa la mayoría de los productores titulados en Chile, afirma. "Entre este y el año pasado representamos más del 80% del mercado; los demás lugares que dictaban la carrera han ido cerrando. Además de nosotros, la que queda es Culinary, que tiene una carrera de Producción de Eventos. Pero claro, ellos apuntan a otro foco". En UDLA se promueve un modelo teórico-práctico. "Nuestros alumnos hacen eventos desde el primer año. Nuestros egresados están muy bien ubicados hoy y trabajan para grandes centros de eventos, como Centroparque", afirma.

¿Cómo se le da valor agregado a ser productor de eventos?

"Creo que hay tres aspectos tremendamente importantes. Primero, el profesionalismo, lo que incluye el tema ético y medioambiental. Hoy se requiere que los eventos sean sustentables, que se maneje adecuadamente la basura, el ruido y que haya una buena convivencia con la comunidad. Segundo, el manejo tecnológico. La producción de eventos ha crecido significativamente en tecnología, especialmente después del Covid, con el auge de eventos online e híbridos. Finalmente está el manejo teórico-práctico. Un productor de eventos debe entender tanto el negocio como lo práctico. Desde el primer año, en nuestros cursos los estudiantes realizan eventos reales todos los semestres para adquirir esta experiencia".

ELISA VERDEJO