

PURO DESCARO

Didi de Diego



Son las nuevas estrellas de la comunicación. Objeto de deseo de las grandes firmas, los miles seguidores de sus perfiles de **Instagram** no dudan en entregarles sus corazones virtuales cuando comparten un pedacito de sus vidas de lujo, moda y belleza.

En cada una de sus estudiadas instantáneas se muestran luciendo las últimas creaciones de los diseñadores con más engagement, en alguno de los destinos más exóticos del planeta, mientras saborean un delicioso cóctel. Precisamente en la presentación del **nuevo vermouth de Bodegas Nodus, "Descaro"**, compartimos mesa en **Marina Restaurante** con **Didi de Diego**, uno de los instagramers valencianos más descarados y admirados, como así lo atestiguan sus campañas para marcas internacionales como **Loewe** o **Calvin Klein**.

Cómo te muestras en la red?

Soy pasional, lo vivo todo intensamente, tanto lo bueno como lo malo. Me lo tomo todo a la 'tremenda'. Además, tengo carácter y descaro.

¿Por eso te gusta tanto el nuevo vermouth de Bodegas Nodus?

Me encanta su rojo cereza intenso y su frescura mediterránea. Como todo buen vermouth hay cantidad de maneras de prepararlo, pero a mí Descaro como más me gusta es con mucho hielo y una aceituna o una cascará de hielo.

¿Cuándo empezaste en el mundo de Instagram?

Hace un año tenía 3.000 seguidores, pero hice un libro para J.W Anderson junto a Luis Venegas y una campaña

para Loewe y a raíz de ahí empecé a crecer en Instagram. ¡Conseguí 500 seguidores al día! Tampoco soy instagramer al uso porque no hago acciones con marcas, no me gusta hacer publicidad, a no ser que la marca cuadre mucho con mi estética y mi forma de ser.

¿Te imaginabas que ibas a conseguir 50.000 seguidores?

Siempre me he fiado bastante de mí mismo. Ha sido fácil conseguir lo que me había propuesto, soy una persona muy cabezota, la vida me ha enseñado a luchar por lo que deseas. No me rindo fácilmente. El tema de los seguidores es divertido, al fin y al cabo vendo una estética y una forma de vida, por lo que me parece interesante tener a casi 50.000 personas compartiendo mi visión y siguiendo mis pasos. La gente es muy agradecida y eso da ganas de seguir.

¿Qué le dirías a esos chicos y chicas que abren un perfil de Instagram pensando que van a conseguir miles de seguidores fácilmente?

Creo que las cosas suceden cuando tienen que suceder, las busques o no. Un trabajo bien hecho siempre da sus frutos.

¿Cómo se llega a tener un Instagram de éxito siendo tan joven?

En mi caso estudié unos años diseño de interiores. Me fui a vivir a Londres y estuve trabajando dos años como visual merchandiser, pero era vivir para trabajar y cuando aprendí todo lo que tenía que aprender, me volví. Esa formación previa me ha servido para saber cómo quiero que sea cada imagen que comparto y que todo el conjunto tenga un estilo muy definido.



Didi de Diego

PURO DESCARO

Son las nuevas estrellas de la comunicación. Objeto de deseo de las grandes firmas, los miles seguidores de sus perfiles de **Instagram** no dudan en entregarles sus corazones virtuales cuando comparten un pedacito de sus vidas de lujo, moda y belleza.

En cada una de sus estudiadas instantáneas se muestran luciendo las últimas creaciones de los diseñadores con más engagement, en alguno de los destinos más exóticos del planeta, mientras saborean un delicioso cóctel. Precisamente en la presentación del **nuevo vermouth de Bodegas Nodus, "Descaro"**, compartimos mesa en **Marina Restaurante** con **Didi de Diego**, uno de los instagramers valencianos más descarados y admirados, como así lo atestiguan sus campañas para marcas internacionales como **Loewe** o **Calvin Klein**.



Cómo te muestras en la red?

Soy pasional, lo vivo todo intensamente, tanto lo bueno como lo malo. Me lo tomo todo a la 'tremenda'. Además, tengo carácter y descaro.

¿Por eso te gusta tanto el nuevo vermouth de Bodegas Nodus?

Me encanta su rojo cereza intenso y su frescura mediterránea. Como todo buen vermouth hay cantidad de maneras de prepararlo, pero a mí Descaro como más me gusta es con mucho hielo y una aceituna o una cascará de hielo.

¿Cuándo empezaste en el mundo de Instagram?

Hace un año tenía 3.000 seguidores, pero hice un libro para J.W Anderson junto a Luis Venegas y una campaña

para Loewe y a raíz de ahí empecé a crecer en Instagram. ¡Conseguí 500 seguidores al día! Tampoco soy instagramer al uso porque no hago acciones con marcas, no me gusta hacer publicidad, a no ser que la marca cuadre mucho con mi estética y mi forma de ser.

¿Te imaginabas que ibas a conseguir 50.000 seguidores?

Siempre me he fiado bastante de mí mismo. Ha sido fácil conseguir lo que me había propuesto, soy una persona muy cabezota, la vida me ha enseñado a luchar por lo que deseas. No me rindo fácilmente. El tema de los seguidores es divertido, al fin y al cabo vendo una estética y una forma de vida, por lo que me parece interesante tener a casi 50.000 personas compartiendo mi visión y siguiendo mis pasos. La gente es muy agradecida y eso da ganas de seguir.

¿Qué le dirías a esos chicos y chicas que abren un perfil de Instagram pensando que van a conseguir miles de seguidores fácilmente?

Creo que las cosas suceden cuando tienen que suceder, las busques o no. Un trabajo bien hecho siempre da sus frutos.

¿Cómo se llega a tener un 'Instagram' de éxito siendo tan joven?

En mi caso estudié unos años diseño de interiores. Me fui a vivir a Londres y estuve trabajando dos años como visual merchandiser, pero era vivir para trabajar y cuando aprendí todo lo que tenía que aprender, me volví. Esa formación previa me ha servido para saber cómo quiero que sea cada imagen que comparto y que todo el conjunto tenga un estilo muy definido.

PURO DESCARO

Didi de Diego

Son las nuevas estrellas de la comunicación. Objeto de deseo de las grandes firmas, los miles seguidores de sus perfiles de **Instagram** no dudan en entregarles sus corazones virtuales cuando comparten un pedacito de sus vidas de lujo, moda y belleza.

En cada una de sus estudiadas instantáneas se muestran luciendo las últimas creaciones de los diseñadores con más engagement, en alguno de los destinos más exóticos del planeta, mientras saborean un delicioso cóctel. Precisamente en la presentación del **nuevo vermouth de Bodegas Nodus, "Descaro"**, compartimos mesa en **Marina Restaurante** con **Didi de Diego**, uno de los instagramers valencianos más descarados y admirados, como así lo atestiguan sus campañas para marcas internacionales como **Loewe** o **Calvin Klein**.



Cómo te muestras en la red?

Soy pasional, lo vivo todo intensamente, tanto lo bueno como lo malo. Me lo tomo todo a la 'tremenda'. Además, tengo carácter y descaro.

¿Por eso te gusta tanto el nuevo vermouth de Bodegas Nodus?

Me encanta su rojo cereza intenso y su frescura mediterránea. Como todo buen vermouth hay cantidad de maneras de prepararlo, pero a mí Descaro como más me gusta es con mucho hielo y una aceituna o una cascará de hielo.

¿Cuándo empezaste en el mundo de Instagram?

Hace un año tenía 3.000 seguidores, pero hice un libro para J.W Anderson junto a Luis Venegas y una campaña para Loewe y a raíz de ahí empecé a crecer en Instagram. ¡Conseguía 500 seguidores al día! Tampoco soy instagramer al uso porque no hago acciones con marcas, no me gusta hacer publicidad, a no ser que la marca cuadre mucho con mi estética y mi forma de ser.



¿Te imaginabas que ibas a conseguir 50.000 seguidores?

Siempre me he fiado bastante de mí mismo. Ha sido fácil conseguir lo que me había propuesto, soy una persona muy cabezota, la vida me ha enseñado a luchar por lo que deseas. No me rindo fácilmente. El tema de los seguidores es divertido, al fin y al cabo vendo una estética y una

forma de vida, por lo que me parece interesante tener a casi 50.000 personas compartiendo mi visión y siguiendo mis pasos. La gente es muy agradecida y eso da ganas de seguir.

¿Qué le dirías a esos chicos y chicas que abren un perfil de Instagram pensando que van a conseguir miles de seguidores fácilmente?

Creo que las cosas suceden cuando tienen que suceder, las busques o no. Un trabajo bien hecho siempre da sus frutos.

¿Cómo se llega a tener un 'Insta' de éxito?

En mi caso estudié unos años diseño de interiores. Me fui a vivir a Londres y estuve trabajando dos años como visual merchandiser, pero era vivir para trabajar y cuando aprendí todo lo que tenía que aprender, me volví. Esa formación previa me ha servido para saber cómo quiero que sea cada imagen que comparto y que todo el conjunto tenga un estilo muy definido.