

ROBERTO DALLO, LA NOBLEZA DE LA PELUQUERÍA MASCULINA

18 mayo, 2020



No hay buen peluquero sin una buena calidad humana. Y así, Roberto Dallo lleva más de veinte años dedicado al público masculino, dando lo mejor de sí mismo para hacer aflorar lo mejor de cada cliente. Esta fórmula a base de detalle, vocación de servicio y empatía son los sólidos valores con los que consolida cada día su trabajo. En esta entrevista comparte con nosotros su trayectoria y su visión de la peluquería masculina.

¿Por qué decidiste dedicar tu vida profesional a este mundo?

Cuando era pequeño, los vecinos, a diferencia de hoy en día, se relacionaban y cuidaban unos de otros. Una vecina (una segunda madre para mí) tenía su peluquería en casa, y allí nos cuidaba entre olores de laca a granel, permanentes, rulos y pelos. Eso me marcó para lo que es hoy mi profesión.

¿Qué tiene la peluquería que apasiona tanto?

Que una persona confíe en tí para encontrar esa imagen con la que conseguir seguridad, elegancia, carácter... en definitiva, sentirse bien. Tener ese poder

en tus manos y en tu don de empatizar, es lo que hace que enganche.

La peluquería masculina puede parecer menos espectacular. ¿Qué aspectos son los más sorprendentes?

Para nada y menos en estos momentos que vivimos. El público masculino está abierto a cambios de color, formas, texturas, barbas, bigotes... El hombre se está atreviendo a jugar y disfrutar con su imagen.

A nivel tendencias para este año ¿cual es tu look ganador? No nos cerramos a un tipo de imagen. Nuestra filosofía como Roberto Peluqueros es que cada persona necesita transmitir cosas diferentes con su imagen. Aunque diría que el cabello rizado con más largura y volumen es una tendencia que nos pide el cuerpo en estos momentos.

¿Qué es lo que mas te atrae de la imagen?

Sabemos que en los tres primeros segundos de visualizar a alguien, esa primera impresión determina nuestra actitud hacia ella. Por eso es tan importante nuestra imagen. Es nuestra carta de presentación.

¿Qué aportan los premios y los reconocimientos?

Son indicadores de que vamos por el buen camino y que nuestro trabajo gusta. ¡A todos nos gusta que se nos reconozca! ¡Ja, ja, ja! Y sirve para darte a conocer y potenciar tu marca.

En tu opinión, ¿qué importancia tiene para un salón realizar colecciones?

A nivel de equipo, poder plasmar toda la creatividad que llevamos dentro y ver de lo que somos capaces. Motivarnos más si cabe con algo en lo que invertimos tanto tiempo, ganas e ilusión. Tener tus propias imágenes de presentación en redes sociales, web... A nivel del cliente, aporta un plus de profesionalidad a nuestro trabajo. Hacerles ver que no somos un salón más, que tenemos nuestra propia identidad.

¿Qué has querido expresar con esta colección?

Elegancia, personalidad, estilo y carácter.

¿Cómo se gestó todo el proceso creativo y de producción?

Estudiando a cada modelo lo que nos transmitía, para potenciar más sus puntos fuertes y darle fuerza a la imagen. La importancia del estilismo es vital a la hora de potenciar las características de cada modelo y lo que queremos transmitir. La mayoría de las veces nuestros modelos son clientes y eso ayuda mucho a empatizar, potenciando su esencia y seguridad para que se sientan agusto delante de la cámara.

¿Qué es lo que más te inspira? ¿Cuáles son tus referentes?

Cuando una idea se te mete en la cabeza, o algo te llama la atención, se dispara tu radar creativo. La inspiración te viene en cualquier momento del día, mayormente trabajando. Un cliente que entra por la puerta y te transmite algo especial, una situación cotidiana de lo mas banal que derepente te llena la mente con una idea, una situación personal que te inspira... No soy persona de referentes concretos. Todo el mundo de la profesión me aporta algo.

¿En qué momento crees que está ahora la barbería?

Lleva ya unos años muy buenos, está en el lugar que se merecía. Y seguirá creciendo. Porque el hombre se ha empoderado con su imagen y ha roto con los estereotipos antes marcados conviviendo con la barbería clásica.

¿Qué busca un hombre cuando decide hacerse un cambio de *look*?

Potenciar su imagen o romper con la que tenía. Busca seguridad en sí mismo.

¿Qué proyectos tenéis para este 2020?

Seguir creciendo como marca. Seguir creando imágenes. Seguir aprendiendo. Y sobre todo, seguir disfrutando de nuestra profesión.