

Campañás e influencers, una oportunidad de mejora en la moda

Escrito por Catalina Sánchez Santisteban.

Influencers, figuras en las redes sociales a nuevos asesores de imagen y consejeros, personajes que se configuran como preponderantes en el mercado de la moda.

Un influencer es una persona que cuenta con cierta credibilidad sobre un tema en específico, es una persona que logra destacar en las redes sociales debido al contenido que produce. Facebook, Instagram y TikTok son los escenarios de social media más comunes para el trabajo de estos personajes y, también, están los canales en YouTube. Dichos espacios son usados no solo para contenido de opinión sino que también para hablar sobre marcas de varios

productos o en este caso, de ropa. A través de los influencers de moda, en las redes sociales se puede ver de qué se trata el producto y cuáles son sus características, ellos tienen la libertad de usar un lenguaje coloquial para la explicación de lo que muestran, es una forma de humanizar a las marcas, ayudan a aumentar el número de clientes potenciales y mejoran la reputación de esta.



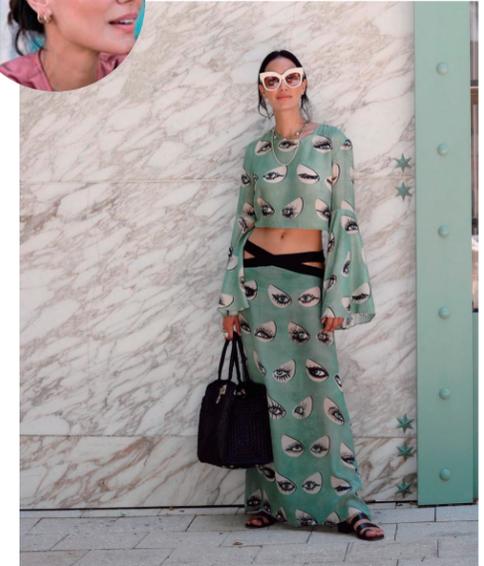
@sisterlystyle.



Amelia y Elisa de SisterlyStyle, son dos mujeres que están apasionadas por la moda, el estilo de vida saludable y las tendencias. Además de esto, son asesoras de imagen, quienes a través de sus consejos de moda y estilo expresan como piensan y como se sienten.



@lopezjennylopez.



"Jenny López es modelo, bloguera, madre y amante del lifestyle, que tiene un sentido agudo en la moda y todas las cosas de belleza. Jenny además es amante de las compras vintage y artesanales, descubriendo de esta forma nuevas caras de la moda. Jenny muestra su estilo romántico, gitano, pero elegante, a través de sus diferentes medios sociales. Inició su carrera como modelo a una corta edad y ha formado parte de numerosos proyectos y formado parte de campañas para diferentes clientes como L'oreal, Clinique, entre otros. Escribe una columna para Vogue Latino América llamada "Jenny on the Go", así como colaborar por diferentes proyectos" (MENDIVELSO, 2022).



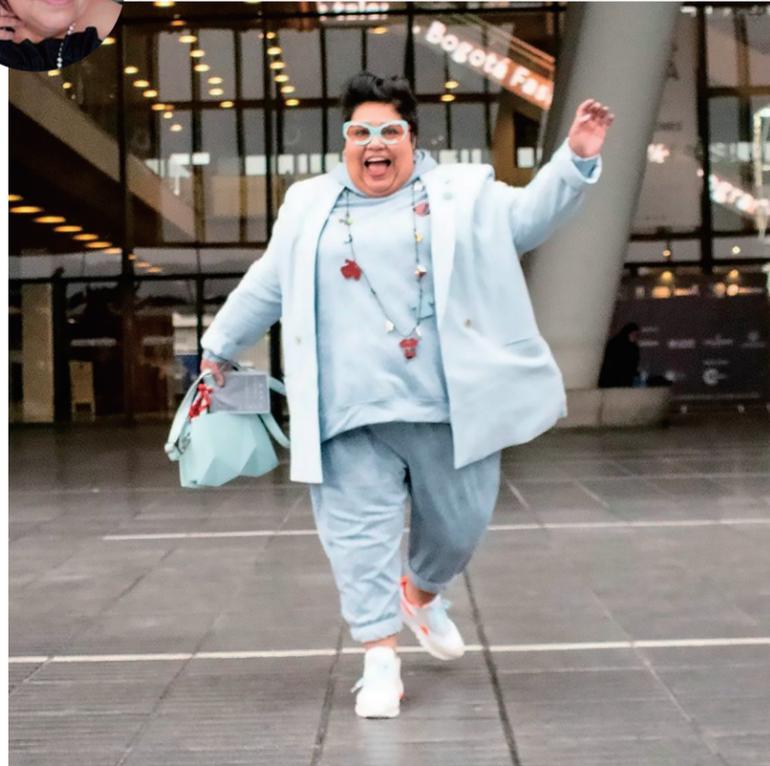
@alexhoyos



"Alexandra Hoyos es colombiana, diseñadora de moda, profesora en la Colegiatura Colombiana de Diseño. Alexandra es bloguera, pero además también es diseñadora de varias marcas Premium, de marcas como Saloon Lingerie, Naf Naf Lingerie, Chevignon Lingerie, C&A México. Es colaboradora para revistas y programas multimedia en otros países, así como ella es líder de opinión de diferentes marcas Premium del sector textil, joyería, viajes, estilo de vida entre otros. Ella también se enfoca en estrategias y experiencias digitales en redes sociales" (MENDIVELSO, 2022).



@lapesadademoda



La pesada de la moda

Un blogger o bloguero, es el antecesor de los influencers. Es una persona que, generalmente, se mueve a través de las páginas de internet con el fin de entretener, informar o vender algo.

“Un Blogger puede dedicarse a publicar contenidos interesantes para el público específico de su blog, además de promover productos o servicios” (Rock Content, 2017).

Laura Agudelo, además de blogger, es periodista, relacionista pública, profesora y conferencista. Ella realiza activismo plus size desde hace 17 años y desde hace 12 años empezó con su blog www.lapesadademoda.com, en donde habla sobre la importancia de aceptarse como es cada persona. Gordo, flaco, alto, bajo, con

crespos, con pecas o cualquier otra característica particular. Según Laura, ella le habla a todo tipo de público, no solo a las personas con sobrepeso, con el fin de aconsejar e infundir entusiasmo, en su blog muestra también crítica a la industria de la moda que catapulta a los cuerpos delgados como el estándar de belleza inteligencia y elegancia. Es docente en LCI Bogotá en la carrera de Mercadeo y Comunicación de la Moda. Es empresaria del sector moda y fanática de interactuar con sus seguidores en el blog. Investiga sobre el sector de tallas plus size y ha participado como conferencista o speaker en el TEDxBogotá2014. Laura se enfrenta a varios matices de la industria del vestuario que discrimina a las gordas y ha creado



elementos culturales que han llegado a dañar a muchas mujeres que se basan el paradigma que da a la mujer flaca como la que consigue todo y si no se es así no se logra nada.

“No hago apología a la gordura. Promuevo que es necesario aceptarse como uno es. Aquí estamos y toca divertirnos. Ahora, apoyo todos los cambios de hábitos alimenticios que se hagan, siempre que sean para mejorar, sean buenos y ayuden a bajar de peso. Lo de la moda es un tema complejo en Colombia. Me molesta que se venda la idea de que las gordas no tenemos gusto, o plata o no nos gusta sentirnos y vernos bien”, enfatiza Laura Agudelo.

Su principal propósito en la industria es hacer crecer el sector de las marcas de tallas grandes. Para eso creo Gordas: Salón de Moda Plus Size, que es un evento de moda dirigido exclusivamente a las personas que tienen marcas que realizan productos para tallas grandes,

“es un espacio donde las mujeres se sienten libres y felices, en el cual las modelos son ellas mismas, se prueban la ropa, se ven en el espejo con felicidad” (BONILLA, GARCÍA ROJAS, & RODRÍGUEZ, 2020).

Ella se refiere a la industria diciendo que:

“Colombia es muy fuerte en el tema textil, en el tema de confección, está muy bien posicionada, pasan muchas cosas interesantes y la cosa más interesante que están pasando es que el segmento de las tallas grandes está creciendo”.

Ya hay más marcas reconocidas que están creciendo en el mercado que se encargan de comercializar prendas de vestir para tallas grandes. Aun, es todavía difícil conseguirlas, a pesar de que están creciendo en la industria y muchas prefieren contar con el trabajo de las maravillosas modistas que se encargan, de alguna manera, de personalizar las prendas.

“En gran medida gracias al trabajo que yo hago y que he venido haciendo hace 17 años ha crecido este sector de la moda”, Laura recalca. A través de todos los trabajos mencionados anteriormente, como el blog y el espacio que se brinda para la introducción de marcas plus size al mercado, aporta mucho a como se está viendo este mercado hoy en día.

Claramente, ella dice que la industria de la moda tiene que trabajar más para que las marcas crezcan, se reconozcan y para que más gente llegue a apoyar este sector con una marca diferente o una ideología nueva.

“Soy parte de las campañas #EmpiezaConEllos de Twitter, #PanelFashion de Facebook Latam y #200AñosDeMujeresPioneras promovido por la Vicepresidencia de la República, con motivo del bicentenario de la independencia de Colombia”.

También cuenta un poco de su historia:

“Durante cinco años tuve una empresa de relaciones públicas, me dediqué a hacer free press/publicity. También escribí una columna para la revista Nueva, que circula con cinco periódicos regionales en Colombia”.



Referencias bibliográficas

BONILLA, N. P., GARCÍA ROJAS, D., & RODRÍGUEZ, C. (2020). LIKAN: <https://likan.poligran.edu.co/gorda-un-salon-de-moda-plus-size/>

MENDIVELSO, P. (18 de marzo de 2022). Zankyuu. Obtenido de Zankyuu: <https://www.zankyuu.com.co/plas-bloggers-mas-influyentes-de-colombia>

Rock Content. (8 de noviembre de 2017). rockcontent. Obtenido de rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-blogger/>