

LA MENTE CREATIVA DETRÁS DE FUCSIA

Innovación y estilo colombiano

Por: Ana María Rodríguez
Vanessa Beltrán Orjuela
Ana María Mahecha Ramírez



En el marco del conversatorio *Moda en los Entornos Digitales: del periodismo a las redes* que se llevó a cabo el 24 de septiembre del 2024 en el auditorio principal del Politécnico Granco-lombiano, Mónica Garzón, reconocida periodista y directora de las revistas Fucsia y Soho, nos contó cómo ha revitalizado el concepto de ambas publicaciones del Grupo Semana. En este espacio, en el que compartió con la *influencer* Emily León y la modelo Belky Arizala, Garzón nos contó cómo con una visión fresca y digitalmente avanzada ha impulsado a Fucsia como una publicación multimedia que trasciende la impresión tradicional, adaptándose al lenguaje y

las exigencias de las nuevas generaciones. Hoy, la revista no solo aborda temas de moda y belleza, sino también contenido profundo sobre el papel de las mujeres en la sociedad actual, explorando desde el empoderamiento y los derechos femeninos hasta el emprendimiento y la cultura.

Fucsia es una de las revistas de moda más reconocidas en Colombia, centrada en estilo de vida, belleza y temas de interés para la mujer actual. La publicación cubre desde las últimas tendencias de moda y colecciones de diseñadores hasta temas de bienestar, cultura, feminismo y derechos de las mujeres, ofreciendo contenido que mezcla lo visual con análisis profundos sobre el papel de la mujer en la sociedad contemporánea. Además de su formato impreso, Fucsia cuenta con una sólida presencia digital a través de su sitio web y redes sociales como Instagram, donde publica artículos de actualidad, entrevistas exclusivas y

“Fucsia es una de las revistas de moda más reconocidas en Colombia”



Mónica Garzón en el conversatorio *Moda en Entornos Digitales*

cubre eventos de moda locales e internacionales, como el Bogotá Fashion Week. La revista también impulsa iniciativas para el desarrollo y apoyo de diseñadores emergentes en Colombia, brindando una plataforma de visibilidad en la industria.

La gestión de Mónica se ha caracterizado por su enfoque innovador, promoviendo un formato audiovisual que permite a la revista llegar a una audiencia cada vez más amplia. Su objetivo no es solo crear contenido visualmente atractivo, sino también generar espacios de conversación que reflejen la realidad y las aspiraciones de la mujer contemporánea en Colombia. Esto se ve complementado por su participación en el “Círculo de Mujeres”, una iniciativa del Grupo Semana que busca crear una comunidad de mujeres líderes en diversos sectores del país, promoviendo el crecimiento profesional y personal de sus integrantes.

Con 36 años, una edad en la que muchos profesionales aún están consolidando las bases de su carrera, Mónica ha alcanzado un rol de liderazgo como directora de la publicación. Sin embargo, este ascenso no fue instantáneo; su camino en

Fucsia ha sido progresivo y desafiante. Garzón comenzó como periodista, demostrando rápidamente su capacidad y compromiso, lo cual la llevó a ser promovida a coordinadora editorial en tan solo seis meses. Al cabo de un año, fue nombrada editora y, tres años después, asumió el puesto de directora.

Este nuevo rol le ha impuesto muchos desafíos, y aunque admite sentir cierto temor, su enfoque está en el aprendizaje constante y la enseñanza. “Cuando me ofrecieron la dirección sentí mucho susto, aún me da, porque llevo pocos meses en este puesto” confiesa. Con humildad y perseverancia, asume las responsabilidades que vienen con la dirección, enfocándose no solo en gestionar, sino también en inspirar y motivar a su equipo.

Mónica enfrenta retos diarios como aprender de sus compañeros en áreas en las que no tiene tanta experiencia. “Para mí es fundamental saber cómo voy a enseñarle a alguien recién egresado y al mismo tiempo estar abierta a que el *community manager* me enseñe sobre redes porque él está más inmerso en ese mundo”, explica. Esta dinámica de doble aprendizaje y enseñanza es, según ella, una de las claves para ser una directora efectiva en un entorno en constante evolución.

El equipo detrás de las revistas *Fucsia* y *Soho* es sorprendentemente pequeño, dice Mónica: “aunque muchos imaginan que cuentan con una redacción de 100 personas, en realidad son menos de 10 los encargados de llevar a cabo todas las tareas. Se trata de un grupo de profesionales contemporáneos. Uno de los principios que caracteriza a este equipo es la creencia de que nadie es competencia de nadie y en ese ambiente colaborativo la persona que lidera valora la apertura y el



Mónica Garzón, Fotografía de Juan Manuel Vargas

crecimiento de todos” expresa Garzón. “Un claro ejemplo fue cuando surgió la posibilidad de entrevistar a la cantante Shakira. Decidieron ofrecer a una amiga apasionada por su música, brindándole una experiencia única. Esta apertura permite que cada integrante del equipo desarrolle su estilo y enriquezca el trabajo de la revista”.

La evolución de Fucsia es impresionante. Desde sus inicios en el año 2000 ha sido uno de los grandes ejemplos de la moda colombiana. Esta transformación también da cuenta del público: el público de entonces era uno muy diferente del que hay ahora. Con el paso de los años, la revista ha evolucionado y transformado medio mundo, abarcando temas más allá de la moda. En el ahora, Fucsia está dirigido a un nicho más moderno, mostrando los diferentes emprendimientos colombianos, lo que les ha generado un público más amplio que está compuesto principalmente por mujeres desde los 18 hasta los 45 años, modernas, empoderadas y conscientes que buscan contenido relacionado con el estilo de vida, la moda, la belleza, el bienestar y los temas sociales que impactan su vida cotidiana.

La gestión de Mónica se ha caracterizado por su enfoque innovador, promoviendo un formato audiovisual



El equipo detrás de las revistas Fucsia y Soho es sorprendentemente pequeño



Mónica Garzón, Fotografía de Juan Manuel Vargas

Algo que da cuenta de esta transformación es la colaboración entre Fucsia y Corabastos, la plaza de mercado más grande y representativa del país, ubicada en Bogotá. Este proyecto representó un desafío importante, ya que “implicó alinear la esencia de la revista, tradicionalmente enfocada en temas de estilo y moda, con un ámbito aparentemente distante. Sin embargo, esta alianza logró combinar innovación y creatividad de manera única”, expresó Mónica. Como resultado, Fucsia desarrolló una serie digital en colaboración con el reconocido chef español Poldo Miranda, radicado en Colombia y distinguido por ser el único en el país con una estrella Michelin. En esta serie se muestra cómo Miranda selecciona personalmente ingredientes frescos en Corabastos para su restaurante, ubicado en la calle 116. Esta colaboración no solo resaltó el valor de los productos locales, sino que también permitió a la revista ampliar y diversificar su audiencia.

Una de las etapas más importantes para Fucsia fue la colaboración con Soho, una revista que está dirigida al género masculino. “Las dos revistas se unieron para romper límites y generar artículos que abarcan desde el estilo de vida hasta el empoderamiento, resonando tanto con nuestros lectores habituales como con una audiencia nueva que busca algo más que moda y glamour”.

Mónica nos cuenta que la lección más grande que ha aprendido es que no hay límites cuando se trata de innovar. La transformación de Fucsia, enfocada en lo digital, no solo les ha permitido llegar a otro público, les ha permitido romper con todas las barreras que han existido. La revista se reinventa constantemente para seguir siendo un referente. “El mercado editorial es competitivo, pero la clave para destacar está en ser auténtico y ofrecer algo que realmente marque la diferencia”, afirma. En un entorno tan dinámico, el verdadero valor radica en la creatividad y en atreverse a ser único.

La gestión de Mónica se ha caracterizado por su enfoque innovador, promoviendo un formato audiovisual



Portada de la revista Fucsia, imagen tomada de Instagram



Garzón también destaca la importancia de superar el miedo y desarrollar la fortaleza necesaria para enfrentar los desafíos que surgen en el camino. “Es fundamental mostrar tu visión y el aporte único que puedes dar a una editorial. Atrévete a ser diferente, porque ahí es donde nace la autenticidad.” “Cada gran proyecto comienza con una idea y la valentía de llevarla a cabo. Si tienes una visión clara y un deseo ardiente de compartirla, lánzate al mundo editorial con confianza. No hay sueños imposibles cuando permaneces fiel a tu esencia”, aconseja Mónica.

