

Presentación a “Comunicación y moda: tendencias, estilos de vida y diseño”

Introduction to “Communication and fashion: trends, lifestyles and design”

Introdução a "Comunicação e moda: tendências, estilos de vida e design"

Nicole Cueva¹

Universidad Hemisferios (Ecuador)

ncuevao@profesores.uhemisferios.edu.ec

En este espacio que hemos creado desde nuestra revista científica de comunicación queremos expandir los conceptos de moda en toda la extensión de la palabra. Creemos fielmente en la proyección y el futuro que tiene esta área en todos sus campos y enfoques.

Esta convocatoria invita a estudiar varios temas como el arte, el consumo, la sostenibilidad, la responsabilidad social y el periodismo. Para quienes vivimos la moda a diario y la sentimos en cada minuto de nuestra profesión y vida encontrar estos espacios transmite frescura y libertad de pensamiento para entender que la moda deja de ser concebida como algo superficial y se expande hacia la expresión artística que la compone.

El cuestionamiento nace de la necesidad que tenemos para poner estos temas sobre la mesa, hablar de moda y entenderla desde varios prismas como: el arte, la política y la evolución de la sociedad. Todas las personas consumimos moda a diario, no salimos

¹ Nicole Cueva es Licenciada en Ciencias de la Información y Periodismo, Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional y Máster en Comunicación Corporativa. Tiene más de 14 años trabajando en medios como periodista, comunicadora, productora y locutora. Actualmente es docente en la Facultad de Comunicación y Tecnologías de la Información de la Universidad Hemisferios. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3462-7234>

desnudos de nuestra casa, la usamos a diario. Entonces entender que la moda es una expresión de lo que queremos comunicar y transmitir.

Desde la perspectiva de comunicadora estratega, se considera a la moda como el canal que comunica nuestra identidad utilizando las prendas y la ropa como esa manifestación de lo que deseamos expresar.

Imagen es percepción, una imagen bien construida y enfocada genera reputación, porque una corbata, un blazer, una cartera o un accesorio tan en boga como el cubrebocas o mascarilla funcionan como dispositivos que comunican nuestra intención y enfoque hacia el trabajo que queremos realizar.

Gracias a este número y las interesantes colaboraciones recibidas vamos a despejar dudas y pelar capas de todo lo que encierra este mundo, y así cuestionarnos sobre nuestra industria nacional, el consumo responsable, el valor artístico que aporta la moda y sus fascinantes etapas en la historia del mundo.