

Editoriale

La moda che comunica

Martina Bassini

Non pare esagerato, ma al più veritiero, sostenere che la nostra vita si basa sulla comunicazione. Comunicare significa letteralmente mettere in comune e la condivisione è alle base delle relazioni umane. Il nostro rapporto con gli altri si basa sulla capacità di scambiarsi idee, opinioni, sensazioni, emozioni, pensieri e tutto questo viene fatto mediante parole, frasi, discorsi e anche gesti, toni di voce ed espressioni facciali: in breve, si tratta di comunicazione verbale e non verbale.

È qualcosa di insito nell'essere umano e nel suo modo di vivere da sempre; la remota possibilità di smettere di comunicare provocherebbe la fine del mondo per come attualmente lo conosciamo.

Ogni società ed ogni epoca sono caratterizzate da particolari mezzi di comunicazione che nel tempo si evolvono integrandosi tra loro e dando luogo ad esperienze innovative. È esattamente ciò a cui assistiamo oggi: il digitale mescola tra loro linguaggi e codici diversi, permettendo a ciascuno di noi di esprimersi in un modo completamente nuovo ed impensabile fino a qualche decennio fa.

La moda è parte integrante della società: abiti e accessori hanno la capacità di rivelare agli altri qualcosa di noi, per quello che siamo o per quello che vogliamo apparire. Ecco perché la moda è un modo di comunicare.

In questo quinto numero di Grounbreaking ci siamo occupati dei linguaggi e dei mezzi utilizzati dalla moda; ciò che in particolare abbiamo indagato, è l'evoluzione che moda e comunicazione hanno attraversato insieme, sottolineando la necessità della prima di adeguarsi alle trasformazioni apportate dalla seconda per poter arrivare realmente ai suoi destinatari e stare al passo con tempi.

I social network e i blog sono varchi di entrata ad un mondo un tempo considerato impenetrabile, diventato invece oggi accessibile a chiunque, ovunque e in qualunque momento. Ma questi strumenti sostituiranno i media più tradizionali quali riviste, mostre e canali televisivi? I nostri articoli intendono proprio restituire una panoramica della comunicazione di moda oggi, con l'obiettivo di dimostrare che ogni codice ed ogni media, con le loro peculiarità, non si escludono a vicenda, non tentano di sovrastarsi, ma convivono armoniosamente, dando vita ad un fenomeno ricco e vivace che non sarebbe il medesimo senza qualche tassello del puzzle.

Nella speranza che i nostri articoli arricchiscano le vostre conoscenze in materia e vi stimolino a riflettere sui cambiamenti che caratterizzano il nostro tempo e che toccano un settore florido come quello della moda, vi auguriamo una buona lettura.