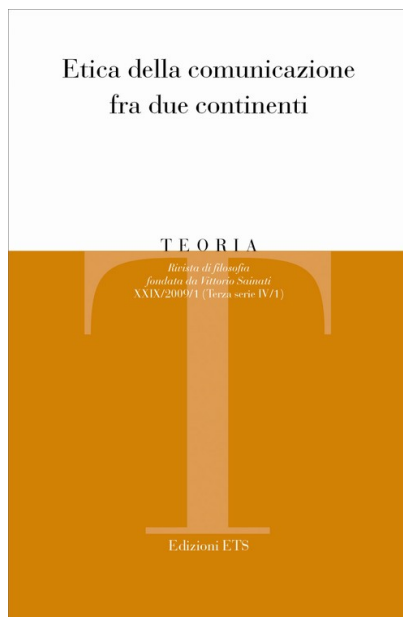


There are no translations available.



Il protagonismo della comunicazione nel funzionamento delle società complesse suscita, all'inizio di questo nuovo secolo, domande sempre nuove e ineludibili. Nonostante la comunicazione sia uno degli indicatori delle trasformazioni culturali che stiamo vivendo – e, forse, quello principale –, non è tuttavia ancora chiaro se le innovazioni che esso genera provengono «dal basso» oppure rispondono alle sollecitazioni di altri poteri (ad esempio il potere politico o quello economico). In ogni caso, oggi, la comunicazione è depositaria delle più grandi aspettative di inclusione, eguaglianza, giustizia e sviluppo. Ma allo stesso tempo rappresenta un nuovo fattore di esclusione e un potente strumento di manipolazione.

L'incertezza riguardo al conseguimento dei risultati è una caratteristica distintiva dei processi del comunicare. Le tendenze già consolidate di mercificazione e di sviluppo tecnologico dei processi informativi ci autorizzano senza dubbio a sostenere che la persona, nella sua dignità, è messa a rischio, paradossalmente, proprio dalla comunicazione. E ciò accade appunto quando il senso di cui essa si fa espressione è quello di sostenere il dispiegamento di ciascuno di noi nel quadro delle istituzioni di cui facciamo parte. Infatti la dimensione comunicativa, soprattutto sul piano mediatico, costituisce almeno potenzialmente una fonte di emancipazione e uno dei motori che rendono possibile il cammino della democrazia.

Questo volume di «Teoria» è il risultato di un progetto di ricerca comune condotto dal C.I.CO. (il Centro Interdisciplinare di ricerche e di servizi sulla COmunicazione dell'Università di Pisa) e dall'ICOS (l'Istituto di Comunicazioni Sociali dell'Universidad Católica Argentina). Esso ha riunito studiosi ed esperti di comunicazione appartenenti a «due continenti» – e provenienti, più precisamente, da Argentina, Brasile, Cile, Colombia, Etica della comunicazione fra due continenti Italia, Spagna e Svizzera –, allo scopo di mettere a fuoco alcuni dei principali problemi deontologici ed etici che riguardano il variegato ambito del comunicare. Si tratta, nonostante le differenze culturali e geografiche, di problemi in larga parte comuni, che richiedono di essere approfonditi per offrire punti di riferimento sempre più precisi e condivisi alle molteplici attività dei professionisti del comunicare.

La sfida che coinvolge tanto il nuovo quanto il vecchio continente è dunque quella della revisione critica dei valori che ispirano la comunicazione nella «comunità reale», allo scopo di renderla davvero migliore. E dunque i contributi raccolti in questo volume non vogliono cadere nella banalità di una velleitaria denuncia, ma intendono assumere un carattere davvero propositivo. Questa, d'altronde, è l'unica strada che si può percorrere se si vuole non solamente *comunicare* l'etica in epoca post-moderna, ma, soprattutto, *motivare* all'assunzione di atteggiamenti etici. Anche e anzitutto nell'ambito comunicativo.

[Leggi tutti gli abstract](#) (in inglese)