

## EDITORIALE

*Con questo numero, «Comunicazioni sociali», giunta al ventitreesimo anno di pubblicazione, inaugura una nuova serie.*

*Ci sono diversi fattori di trasformazione, pur nella continuità, che ci hanno sollecitato a ripensare in parte le linee portanti della rivista, per valorizzarne il carattere di luogo di riflessione sul dibattito e sulla ricerca intorno ai temi legati alla comunicazione e ai media.*

*Anzitutto la centralità assunta dal tema della comunicazione, che si è tradotta, per esempio, nella proliferazione di corsi di laurea un po' in tutte le sedi accademiche del nostro Paese; a maggior ragione l'Università Cattolica, che vanta una riflessione pluridecennale su questo tema (pionieristicamente avviata da Mario Apollonio) non appiattita sulle manifestazioni più superficiali ma attenta alle dimensioni epistemologica, antropologica, filosofica oltre che alle trasformazioni tecnologiche e a quelle del contesto sociale, non poteva non raccogliere le nuove sfide, dotandosi di strumenti più adeguati per una presenza incisiva nel dibattito, nazionale e non solo.*

*Inoltre, in questi anni il gruppo di riflessione sui temi della comunicazione si è allargato: l'Istituto di Scienze della Comunicazione e della Spettacolo è diventato Dipartimento, con una più chiara suddivisione interna per aree di interesse; accanto alle figure più rappresentative, che guidano con immutato entusiasmo e rafforzata coesione la ricerca, sono cresciuti i giovani ricercatori, portando nuove competenze e nuove sensibilità al dibattito comune; molti si sono perfezionati in altre università europee e statunitensi, i contatti internazionali sono diventati più intensi e la riflessione di oggi non è più soltanto un prodotto «di scuola», ma una voce autorevole in un'arena internazionale.*

*In questo mutato scenario ci è sembrato indispensabile ripensare la rivista, per renderla uno strumento più agile e incisivo nel dibattito attuale sui temi della comunicazione. Un ripensamento che è avvenuto all'insegna della continuità, ma anche dell'apertura e del riconoscimento di tutti gli elementi di novità che caratterizzano la nostra riflessione, sempre più corale, interdisciplinare, transgenerazionale.*

*Il titolo della rivista, dopo un collegiale dibattito, è stato mantenuto, proprio a indicare una continuità. Riteniamo che il principale compito di un'università che non fa mistero della propria identità culturale sia quello di trovare nelle proprie radici la forza di confrontarsi alla pari e dal di dentro con il dibattito culturale contemporaneo.*

*Il sottotitolo, che costituisce invece un elemento di novità, cerca di rendere ragione, per quanto può farlo una breve formula, dei cambiamenti e degli arricchimenti, soprattutto in termini di contenuti e di temi affrontati, che negli anni più recenti hanno segnato la nostra riflessione comune. Oltre che individuare più esplicitamente le diver-*

*se aree di interesse (media, soprattutto cinema e televisione, e spettacolo, in tutte le forme della rappresentazione), il sottotitolo segnala un ulteriore terreno di indagine teorica ed empirica che negli ultimi anni ha visto impegnata una parte del nostro gruppo di lavoro, con risultati importanti e originali: si tratta dell'area degli usi sociali dei media, dello studio dei significati prodotti sugli oggetti, oltre che sui testi mediali, a partire dalle situazioni di consumo.*

*È, questo, un settore degli studi mediali colonizzato negli ultimi anni, con risultati discontinui pur nella rilevanza dell'approccio in linea generale, dai Cultural Studies angloamericani. La nostra idea è che si possa essere interlocutori autorevoli di un dibattito sugli stessi temi, apportando significativi contributi metodologici e aprendo prospettive teoriche diverse. Non si tratta, quindi, di un appiattimento su una corrente di moda, ma di un atto di responsabilità intellettuale, che ci spinge a portare il nostro contributo, così saldamente radicato in una riflessione prolungata e articolata, nel dibattito attuale.*

*Dal punto di vista strutturale, la rivista diventa quadrimestrale, con tre uscite all'anno, di taglio generalmente monografico, ciascuna dedicata interamente a una delle tre aree di Comunicazione, Cinema, Teatro. Ci auguriamo, in questo modo, di offrire uno sguardo più mirato e meglio identificabile a partire da interessi specifici, e di assicurare inoltre un'adeguata copertura alla riflessione teorica e alla ricerca empirica sviluppate all'interno del nostro Dipartimento e della Scuola di Specializzazione in Analisi e Gestione della Comunicazione, perché esse possano diventare, secondo l'intento che ci anima e nel rispetto del significato più autentico del termine «comunicazione», un patrimonio comune.*

Gianfranco Bettetini