

Comunicazionepuntodoc
Numero 6 – giugno 2012
ScuolaXComunicazione
Special issue

Rivista semestrale
Registrazione presso il Tribunale di
Milano n. 134 del 20-03-2009
Isbn 978-88-95962-72-6

Direzione editoriale

Logo Fausto Lupetti Editore
Via del Pratello, 31 – 40122 Bologna
Tel. 0039 051 5870786

In coedizione con
Galatea srl
Piazza Grandi, 24 – 20137 Milano
www.faustolupettieditore.it

www.comunicazionepuntodoc.it
comunicazionepuntodoc@uniroma1.it

Direttore responsabile

Mario Morcellini

Comitato Scientifico

Maria Stella Agnoli
Davide Borrelli
Luois Begioni
Simona Colarizi
Nicolò Costa
Peter Dahlgren
Federico Di Trocchio
Franca Faccioli
Giovambattista Fatelli
Renato Fontana
Valeria Giordano
Jeong-Nam Kim
Silvia Leonzi
Felipe Julián Hernández Lorca
Jorge Luis Lozano Hernández
Rolando Marini
Barbara Mazza
Raffaella Messinetti
Mario Morcellini
Pierre Musso
Isabella Pezzini
Michele Prospero
Diana Salzano

Comitato di Redazione

Marzia Antenore
Erica Antonini
Marco Bruno
Francesca Comunello
Mihaela Gavrilă
Fabrizio Martire
Fabio Matassa
Laura Minestroni
Paola Panarese
Andrea Rocchi
Christian Ruggiero
Cristina Sofia
Marialuisa Stazio
Elena Valentini
Guido Vitiello

Coordinamento Editoriale

Daniela Cinque
Francesca Colella
Valeria Lai
Paolo Fedeli
Sara Ritucci
Alessandra M. Straniero

*L'immagine raffigurata in copertina è
un'opera originale di Ciriaco Campus
realizzata per Comunicazioneepuntodoc*

Comunicazionepuntodoc è la rivista progettata e curata dalla *community* di dottorandi, dottori di ricerca, ricercatori e docenti del Dottorato di Ricerca in Comunicazione Tecnologie Società e della Scuola di Dottorato Mediatrends della Sapienza Università di Roma.

La rivista affianca i contributi dei giovani studiosi alle competenze più esperte dei formatori, dei ricercatori e dei docenti, al fine di creare un dialogo di saperi in cui mettere in scena punti di vista differenti e sfondi interpretativi originali, lasciando ampio spazio alle nuove prospettive di ricerca.

Comunicazionepuntodoc è uno strumento di conoscenza rivolto agli studiosi delle aree di Comunicazione e Scienze Sociali degli atenei italiani e del panorama accademico internazionale, che possono contribuire con propri articoli.

La struttura della rivista prevede una sezione monografica dedicata a uno specifico tema (saggi, articoli, interventi e interviste) e uno spazio dedicato in maniera trasversale e transdisciplinare alle diverse tematiche di ricerca delle Scienze della Comunicazione: l'analisi dei prodotti mediali, la sociologia del lavoro e delle professioni, le scienze semiotiche, i contenuti e le piattaforme espressive dei media digitali, la comunicazione politica, l'innovazione comunicativa nella Pubblica Amministrazione, l'approccio transdisciplinare alla comunicazione scientifica, il rapporto tra etica e comunicazione, la comunicazione ambientale.

Indice

| | |
|---|-----------|
| Per una Sociologia critica della comunicazione Editoriale <i>di Mario Morcellini</i> | 9 |
| Come nasce, e perché, un gruppo di Sociologia critica Editoriale <i>di ScuolaXComunicazione</i> | 25 |
| Le illusioni della modernità <i>di Valeria Giordano</i> | 33 |
| La conoscenza promessa dai media. Alcuni spunti di riflessione epistemologica <i>di Luca F. Tuninetti</i> | 45 |
| La comunicazione tra conoscenza percepita e democratizzazione apparente. Il caso dei referendum del giugno 2011 <i>di Francesca Belotti</i> | 53 |
| Comunicare la fede ai giovani in tempi di crisi. Il caso dei giovani universitari di Comunione e Liberazione <i>di Christian Bonafede</i> | 67 |

| | |
|--|------------|
| Sociologia dei media digitali e dispositivi sociali di mediazione. Perché abbiamo ancora bisogno dei “giganti” <i>di Simone Mulargia</i> | 81 |
| La promessa della mediazione. Dal declino del politico alla crisi del giornalismo <i>di Christian Ruggiero</i> | 93 |
| Per un’eredità senza fondamenti: riscoprire gli studi umanistici per rinnovare le scienze della comunicazione <i>di Davide Borrelli</i> | 103 |
| Qualcosa in comune? Alcune note sull’azione che si apre al mondo <i>di Carmelo Lombardo</i> | 115 |
| Resistere all’esistente in tempi di crisi. Hannah Arendt e il giudizio politico <i>di Francesca Macrì</i> | 125 |
| Politica e sondaggi alla prova dei media <i>di Maria Concetta Pitrone</i> | 139 |
| Communication bug: dalla comunicazione eroica alla crisi della comunicazione <i>di Giovanni Ciofalo</i> | 155 |

| | |
|--|------------|
| E-modernity <i>di Letteria Fassari</i> | 165 |
| La dimensione etico-deontologica dei mezzi d'informazione <i>di Valentina Cillo</i> | 179 |
| Comunicazione e professioni: scenari della crisi <i>contributi di Mihaela Gavrilă, Elena Valentini, Manuela Bartolotta, Valentina Cillo</i> | 189 |
| Discussant <i>contributi di Erica Antonini, Antonietta Censi, Andrea Cerase, Paola Panarese, Paolo Ricci</i> | 215 |
| Recensioni <i>contributi di Mario Morcellini, Francesca Belotti, Cristina Coccimiglio, Antonio Di Stefano, Mihaela Gavrilă, Simone Mulargia, Christian Ruggiero</i> | 241 |
| Cross-Com <i>contributi di Alessandro Lovari, Anna Carla Meloni, Annalinda Monticelli, Mattia S. Gangi, Serena Gemaro, Alessandro Porrovecchio, Christian Ruggiero</i> | 269 |

Le illusioni della modernità

di Valeria Giordano

Abstract La modernità si caratterizza come un luogo difficile da abitare, in cui la crisi del pensiero filosofico e scientifico si intreccia con l'apparente impossibilità di trovare una sintesi alle opposizioni che lacerano l'esperienza umana.

L'uomo moderno è allora costretto a vivere all'interno del paradosso e della contraddizione, oscillando, nell'esempio più interessante, tra l'incomunicabilità dell'esperienza e la nuova necessità di comunicare. Ridefinire il campo della comunicazione, allora, è la nuova sfida dell'umano.

Parole chiave Modernità, Narrazione, Comunicazione, Identità.

Abstract Modernity seems to be a difficult reality to live in, where the crisis of philosophical and scientific thought mixes with the apparent impossibility to find a synthesis to the oppositions tearing human experience. Modern man is hence forced to live the paradox of contradiction, swinging (in the most interesting example) from the incommunicability of human experience to the new need to communicate. To redefine the field of communication has become, therefore, man's new challenge.

Keywords Modernity, Narration, Communication, Identity.

La conoscenza promessa dai media.

Alcuni spunti di riflessione epistemologica

di Luca F. Tuninetti

Abstract I media promettono di allargare e diffondere la conoscenza. Nel valutare l'efficacia di tale promessa gli studiosi di comunicazione potrebbero giovare del contributo che viene dall'epistemologia intesa come studio delle credenze giustificate. Si tratterebbe per un verso di vedere come le fonti di conoscenza (esperienza, testimonianza, inferenza) siano trasformate dai media. Per un altro verso una concezione adeguata del ruolo dell'autorità nella formazione delle credenze dovrebbe permetterci di chiederci se i media siano una autorità capace di stimolare la formazione del giudizio personale o non tendano invece a identificare la realtà con la rappresentazione che essi ne danno.

Parole chiave Epistemologia, Media, Fonti di conoscenza, Autorità.

Abstract The media promise to widen and spread our knowledge. While trying to assess this claim scholars in the field of communication could benefit from the contribution of epistemological inquiry on justified beliefs. It should be noticed how the sources of knowledge (experience, testimony, inference) are transformed by the media. An adequate understanding of the role of authority in shaping our beliefs should enable us to ask whether the media can be seen as an authority that is able to kindle personal judgment or rather tend to identify their own representation with reality.

Keywords Epistemology, Media, Sources of knowledge, Authority.

La comunicazione tra conoscenza percepita e democratizzazione apparente.

Il caso dei referendum del giugno 2011

di Francesca Belotti

Abstract Con il presente contributo s'intende avviare una riflessione critica circa la capacità della comunicazione di incidere sui processi di democratizzazione e distribuzione della conoscenza e, dunque, sull'effettiva capacità dei cittadini di partecipare alla vita politica del paese in modo consapevole. In questo senso, il caso dei referendum del giugno 2011 sembra essere un'occasione utile per interrogarsi su quale comunicazione abbia ancora la capacità di funzionare da abilitatore sociale e attivare forme di democratizzazione, e quale, invece, sia in crisi.

Parole chiave Referendum 2011, Comunicazione, Conoscenza, Partecipazione, Democrazia.

Abstract With the present article, our objective is to reflect critically about communication's capacity to influence the processes of democratization and distribution of knowledge, and consequently about the concrete ability of citizens to consciously take part in Italy's political life. In this sense, the case of the referendum of June 2011 seems to be a useful opportunity to ask ourselves when communication still has the ability to operate as a social enabler and to activate forms of democratization, and when, instead, it is in crisis.

Keywords Referendum 2011, Communication, Knowledge, Participation, Democracy.

Comunicare la fede ai giovani in tempi di crisi.

Il caso dei giovani universitari di Comunione e Liberazione

di Christian Bonafede

Abstract “Un uomo colto, un europeo dei nostri giorni può credere, credere proprio, alla divinità del Figlio di Dio, Gesù Cristo?”. La domanda di Dostoevskij centra il cuore del dibattito sulla secolarizzazione, riaccesi di recente nel nostro paese. E interroga soprattutto le nuove generazioni. Queste, infatti, disertano rituali e pratiche religiose e dichiarano, in quote maggiori, un senso di non-appartenenza, di indifferenza e distacco dalla Chiesa. Con il mio contributo intendo riflettere sulla crisi della socializzazione alla fede cattolica, presentando alcune note a margine di una ricerca (in corso) sugli universitari del movimento di Comunione e Liberazione. I nuovi movimenti sono una forma di resistenza alla crisi religiosa giovanile?

Parole chiave Socializzazione, Giovani, Secolarizzazione, Movimenti religiosi.

Abstract “Can an educated man, a European of today, believe, really believe, in the divinity of the Son of God, Jesus Christ?” Dostoevsky’s question focuses on the heart of the debate about secularization, recently rekindled in our country. And the question hits home particularly for the younger generations. Young people, in fact, are turning their backs on rituals and religious practices, and more and more of them are becoming indifferent towards the Church, from which they feel detached. In this paper I wish to reflect upon the crisis of the socialization of the Catholic faith by presenting some findings of my (ongoing) research on the University students in the Communion and Liberation movement. Are these new movements a form of resistance to the religious crisis of young people?

Keywords Socialization, Youth, Secularization, Religious movements.

Sociologia dei media digitali e dispositivi sociali di mediazione.

Perché abbiamo ancora bisogno dei “giganti”

di Simone Mulargia

Abstract La crescente pervasività delle tecnologie di rete non fa che accrescere una tendenza di lungo periodo all'interno degli studi sulla comunicazione. Il ricorso a competenze e saperi specialistici di natura tecnologica – indispensabili per comprendere le pratiche sociali di utilizzo dei media digitali – rischia di rendere meno profondo ed efficace il riferimento alla natura sociale dei fenomeni studiati. Il confronto con teorie e modelli della comunicazione elaborati in un contesto pre-digitale – tutt'ora in grado di aiutare la comprensione delle pratiche sociali connesse alla frequentazione dei social network sites – dimostra la necessità di ripartire dal sapere sociologico per affrontare al meglio la sfida interpretativa che i digital media propongono ai ricercatori di scienze sociali.

Abstract The growing pervasiveness of network technology increases a long-course trend in communication studies. The adoption of a technological point of view in order to better understand social practices related to digital media use, can lead social researchers to underestimate the importance of a sociological approach.

In this paper, we analyze how the “two step flow of communication” model and the “opinion leaders” theory can be effectively applied to the study of social practices related to social network sites, in order to reassert the special need for a sociological framework to face digital media development.

Keywords Network Society, Networked Sociability, Social Network Sites, Opinion Leaders, Two Steps Flow of Communication.

La promessa della mediazione

Dal declino del politico alla crisi del giornalismo

di Christian Ruggiero

Abstract Tra le “promesse” che la comunicazione sembra aver disatteso, rispetto alle aspettative che gli studiosi di scienze umane hanno nutrito nei suoi confronti a partire dagli anni Ottanta, c’è quella di offrire ai soggetti nuove figure di mediazione, in grado di “guidarli” nelle scelte anzitutto politiche da una posizione meno “autoritaria” rispetto alle agenzie tradizionali di socializzazione.

Le professioni comunicative, e quelle del giornalismo in particolare, sembrano nei primi anni Novanta contribuire alla realizzazione di una simile prospettiva. Ma i due decenni successivi sanciscono piuttosto la vittoria di un giornalismo polarizzato nella sostanza, condiscendente o aggressivo nella forma, *specchio* della politica nei confronti della quale avrebbe dovuto garantire un maggior pluralismo nella lettura qui offerta.

Parole chiave Professioni comunicative, Giornalismo, Politica, Mediazione.

Abstract One of the “promises” that communication seems to have disregarded, with respect to the expectations nourished by social sciences scholars in the Eighties, is to offer new mediators capable of addressing people in their political choices, from a less “authoritarian” position than that of traditional socialization agencies.

In the early Nineties, the communication professions, and the ones regarding journalism in particular, seemed to favor such a perspective.

But the following two decades saw the victory of a kind of journalism divided in poles apart, sometimes compliant, sometimes aggressive, reflecting the world of politics it should have described with a higher degree of pluralism.

Keywords Communicative professions, Journalism, Politics, Meditation.

Per un'eredità senza fondamenti: riscoprire gli studi umanistici per rinnovare le scienze della comunicazione

di Davide Borrelli

Abstract L'articolo intende esemplificare come le scienze della comunicazione potrebbero trarre profitto dall'eredità dei classici delle scienze umane e sociali.

Vi si sostiene che i problemi di cui si occupano oggi i *media studies* andrebbero affrontati con il repertorio dei saperi umanistici. Per illustrare il cambiamento delle infrastrutture della conoscenza in rete, vengono richiamate le riflessioni di Ortega Y Gasset sull'"uomo-erede", da una parte, e quelle di Foucault sull'"ordine del discorso" dall'altra.

A differenza che in passato, il sapere nel quale navighiamo su Internet non si dà nella forma definitiva del *libro* a stampa bensì in quella dinamica del *codice* manoscritto.

Parole chiave Sociologia, Tradizione, Vecchi e nuovi media, Comunicazione.

Abstract The paper's aim is to illustrate how communication science can benefit from the heritage of the humanistic and social sciences. It is asserted that the issues of contemporary media studies should be tackled using the knowledge of the humanistic sciences. To explain the change of knowledge infrastructures on the Web, one can consider the reflections of Ortega Y Gasset on the concept of "man's heir" on one hand and those of Foucault on the "the order of discourse" on the other hand. Differently from the past, the knowledge we find on the Web is not given in the stable form of a printed *book*, but in the dynamic form of a handwritten *code*.

Keywords Sociology, Tradition, Old and new media, Communication.

Qualcosa in comune?

Alcune note sull'azione che si apre al mondo

di Carmelo Lombardo

Abstract L'articolo affronta il tema del rapporto fra azione e senso comune, indagandolo dal punto di vista della sua genesi concettuale.

L'apertura al mondo è la caratteristica che la comune appartenenza trasmette all'azione. Ma si tratta di passare dall'appartenenza comune intesa come prossimità all'appartenenza comune che riconosce invece la distanza e la molteplicità.

Parole chiave Prossimità, Distanza, Senso comune, Appartenenza comune.

Abstract The paper describes the relationship between action and common sense, investigating it from the point of view of its conceptual origin. The opening to the world is the characteristic given to action by the sense of shared belonging. But the question is how to pass from a shared belonging considered as proximity to a shared belonging capable of recognizing instead distance and multiplicity

Keywords Proximity, Distance, Common sense, Shared belonging.

Resistere all'esistente in tempi di crisi.

Hannah Arendt e il giudizio politico

di Francesca Macrì

Abstract Hannah Arendt è una pensatrice appassionata e indipendente, che, vissuta nella tempesta, avvertiva con urgenza la necessità di comprendere i motivi della perversione avvenuta nella politica. L'imperativo personale assume nella pubblicità carattere di giudizio. Il suo è un pensiero aperto al mondo e alle possibilità che solo l'agire può aprire.

L'articolo ricostruisce i termini di quella teoria del giudizio politico che Arendt non fece in tempo a scrivere. Il giudizio ha per Arendt un enorme potenziale etico e politico, dà la possibilità di scegliere fra giusto e sbagliato. Dando voce al pensiero, il giudizio consente alle persone di resistere all'esistente e "in tempi di emergenza politica", diventare azione.

Parole chiave Giudizio politico, Immaginazione, Senso comune, Spazio pubblico, Azione politica.

Abstract Hannah Arendt was a passionate and independent thinker who lived in the storm of the political world. She therefore felt the strong need to understand the reasons of the perversion present in politics. The personal imperative becomes public, and then assumes the character of a judgment. Her mind was open to the world, and to the possibilities that only action can create. The present paper tries to reconstruct the elements of her theory of political judgment, that death made it impossible for her to describe. Judgment has for Arendt a huge ethical and political power, as it gives people the possibility of choosing between right and wrong. And, by giving voice to thinking, judgment makes people capable of resisting to reality, and "in times of political emergency" it becomes action.

Keywords Political judgment, Imagination, Common sense, Public space, Political action.

Politica e sondaggi alla prova dei media

di Maria Concetta Pitrone

Abstract Nell'articolo si intende richiamare l'attenzione sul cattivo uso che politici e giornalisti fanno dei sondaggi di opinione pubblica. I primi spesso per mancanza di leadership e quindi di capacità di mediare politicamente i diversi interessi che naturalmente si agitano nell'elettorato. Tale carenza spinge i politici ad affidarsi ai mutevoli umori dell'opinione pubblica. I giornalisti usano i risultati dei sondaggi come notizie da lanciare nell'arena mediatica senza alcuna consapevolezza dei limiti gnoseologici e metodologici di ogni sondaggio, e in particolar modo di quelli che si riducono a una o due domande. È auspicabile che i politici, in quanto committenti, si rendano conto della necessità di affidarsi a sondaggi ben progettati e meglio condotti. I giornalisti, nel commentarli, dovrebbero mostrarsi in grado di presentarne i risultati criticamente e con competenza metodologica.

Parole chiave Opinione pubblica, Sondaggi, Politica, Giornalismo.

Abstract The aim of this paper is to show how politicians and journalists misuse public opinion polls. The first do so probably out of lack of leadership and of ability to mediate the various interests that flounder within the electorate; this results in them relying on the volatile swings of public opinion. Journalists, instead, use survey results as news they can just throw into the media arena, without any previous critical analysis, nor any awareness of the epistemological and methodological limits of surveys, in particular those consisting of only a few questions (i.e. polls). It is desirable that politicians, being those who commission the surveys, become aware of the necessity to entrust well-planned surveys that are carried out in a more careful way. Journalists, in commenting the results, should be able to present them with methodological competency and showing a critical understanding of the matter.

Keywords Public Opinion, Opinion polls, Politics, Journalism.

Communication Bug

dalla *comunicazione eroica* alla *crisi della comunicazione*

di Giovanni Ciofalo

Abstract All'interno del dibattito, particolarmente ricco ed eterogeneo, che ha riguardato la modernità e la sua possibile fine, la comunicazione ha occupato e continua ad occupare un ruolo di primo piano.

In realtà, al pari della modernità, e del processo di modernizzazione, che non hanno tardato a mostrare significativi lati d'ombra, il potenziale empowerment dell'*homo communicans* ha nascosto debolezze e dubbi, mancanze e rischi che l'enfasi posta sulle nuove opportunità, capacità e competenze, consentite dall'evoluzione tecnologica, ha contribuito ulteriormente ad offuscare. L'obiettivo di questo articolo è quello di valutare come alcune delle categorie utilizzate per osservare i processi di modernizzazione e la modernità possano essere adottate anche per leggere l'evoluzione della comunicazione.

Parole chiave Modernità, Comunicazione, Società, Cultura.

Abstract In the debate, particularly rich and varied, referring to modernity and its possible end, communication has played and continues to play a fundamental role. In reality, if modernity and the process of modernization have shown significant contradictions, also the empowerment of the *homo communicans* has hidden weaknesses and doubts, shortcomings and risks.

Moreover, the emphasis on new opportunities, skills and expertise, deriving from technological development, has further contributed to the obfuscation of the communication process. The paper's aim is to evaluate how some categories used to analyze modernity and modernization processes can be adopted also to understand the evolution of communication.

Keywords Modernity, Communication, Society, Culture.

E-modernity

di Letteria Fassari

Abstract Lo sviluppo tecnologico è un processo sociale che si può tentare di comprendere se si analizzano le interpretazioni che individui e gruppi sociali danno agli stessi artefatti. In questo saggio, richiamando il contributo di autori classici e contemporanei, si pone la questione dei significati sugli usi delle tecnologie della comunicazione emergenti nella dinamica individuo e modernità. Ne risulta una mappa orientativa, un artificio analitico per situare i tanti contributi che animano il dibattito sociale e sociologico e per affermare come le concezioni sottese alla dinamica attore-sistema non sono neutrali ma intervengono sulle aspettative sociali che influenzano le stesse traiettorie tecnologiche.

Parole chiave Tecnologia, Cultura, Individuo, Modernità.

Abstract Technological development is a social process that can be understood looking at the interpretations given by individuals and groups to the same technological artifacts. In this paper, recalling the contributions of past and contemporary authors, the question is the meaning of the use of communications technology in the dynamics between the individual and modernity. The result is an analytical device capable of positioning the many contributions that characterize the contemporary social and sociological debate and of explaining how the concepts underlying the actor-system dynamics are not neutral for they have an influence on the social expectations that affect the same technological trajectories.

Keywords Technology, Culture, Individual, Modernity.

La dimensione etico-deontologica dei mezzi d'informazione

di Valentina Cillo

Abstract Il filone della “responsabilità sociale dei media” si inserisce all’interno della Corporate Social Responsibility, un movimento iniziato nel 1953 con la pubblicazione del libro di Howard Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman*. Accanto al riconoscimento dell’importanza della stampa per il mantenimento e lo sviluppo di una società libera emerge la necessità di una sua assunzione di responsabilità proprio nei confronti di quella società che è chiamata a sostenere. Secondo tale teoria, i media hanno dei doveri fiduciari nei confronti della società, devono essere credibili e obiettivi, devono essere liberi e auto-regolamentati e, in alcuni casi, possono subire delle limitazioni da parte del Governo in difesa dell’interesse pubblico. La loro prima responsabilità riguarda il ruolo che rivestono nella formazione dell’opinione pubblica. In questo senso, le narrazioni sull’immigrazione e le diversità sono centrali per comprendere il rapporto tra comunicazione e democrazia.

Parole chiave Democrazia, Responsabilità sociale, Etica, Opinione pubblica.

Abstract “Media social responsibility” tradition fits in with Corporate Social Responsibility, a movement born in 1953 with the book by Howard Bowen *Social Responsibilities of the Businessman*. Together with the acknowledgement of the relevant role of the press in preserving and developing a free society, appears the need of its acceptance of responsibility toward the society it is asked to support. According to this theory, media have trust duties toward society, have to be trustworthy and objective, have to be free and self-regulated, and, in some cases, they can be subjected to Government restrictions to safeguard public interest. The first duty of media concerns the role they hold in developing public opinion. Narrations on immigration and diversities, for example, are crucial to understand the relationship between communication and democracy.

Keywords Democracy, Social responsibility, Ethics, Public opinion.

Comunicazione e professioni, scenari della crisi

*contributi di Mihaela Gavrilă, Elena Valentini,
Manuela Bartolotta, Valentina Cillo*

Abstract Il ruolo delle professioni della comunicazione è stato più volte chiamato in causa in questo numero di *Comunicazione punto doc*.

Per offrire un contributo il più rigoroso e completo possibile, nelle pagine che seguono l'analisi dei ricercatori sugli scenari di crisi che ci sembrano lambire i territori delle professioni della comunicazione in generale e del giornalismo in particolare si affiancano alla testimonianza di due *opinion leader* del settore: il Direttore di *Libertà civili* Giuseppe Sangiorgi e a Pasquale Mallozzi, la cui attività professionale ha spaziato dalle colonne del "Corriere dello Sport" all'insegnamento del giornalismo online alla Sapienza.

Parole chiave Professioni comunicative, Giornalismo, Crisi, Sistema dei media.

Abstract To offer a rigorous and complete contribution to the discussion, in the following pages we consider how researchers analyze the scenarios of crisis touching the media professions and we report the declarations of two opinion leaders.

The editor of *Libertà civili* Giuseppe Sangiorgi, and Pasquale Mallozzi, whose professional activity ranges from articles in the "Corriere dello Sport" to the teaching of online journalism at the Sapienza University of Rome.

Keywords Communicative professions, Journalism, Crisis, Media system.

Referaggio dei contenuti

Questo numero conferma la scelta di affidare i contributi di autori riferibili alla Sapienza Università di Roma a **referee anonimi** appartenenti ad altri Atenei (con particolare riguardo a Tor Vergata e RomaTre), e di ricorrere ad un docente della Sapienza per contributi che non siano riconducibili allo stesso Ateneo.

Per inviare contributi

La doppia mission di *Comunicazionepunto doc* si realizza:

- attraverso il continuo confronto scientifico e critico tra dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori da una parte, ed importanti esponenti delle Scienze Sociali e dei *professionisti dello spazio pubblico* dall'altra;
- grazie alla diffusione della conoscenza resa possibile dall'invio di contributi da parte di dottorandi, dottori di ricerca e giovani ricercatori impegnati a livello nazionale e internazionale nella ricerca nel campo delle Scienze Sociali.

Per inviare contributi e proposte:

comunicazionepunto doc@uniroma1.it

Comunicazionepuntodoc

è la Rivista semestrale del dottorato in Scienze della Comunicazione e della Scuola di Dottorato Mediatrends della Sapienza Università di Roma.

Registrazione presso il Tribunale di Milano
n. 134 del 20-03-2009

- Un singolo numero Euro 12,00
- Abbonamento annuale Euro 20,00
(Spedizione gratuita)
- Abbonamento 4 numeri Euro 30,00
(Spedizione gratuita)

Per abbonarsi online

www.faustolupettieditore.it

Per abbonarsi Banco Posta

c.c postale n.92525948

Intestato a Logo Fausto Lupetti Editore

Responsabile abbonamenti

danielelupetti@fastwebnet.it

Telefono 0039 02 36536238

L'editore garantisce il trattamento dei dati personali forniti dagli abbonati nel rispetto e a tutela della riservatezza a norma della legge 675/96 e dell'art. 13 del D.lgs 196/2003