

PREMESSA

L'intento che ha animato il presente volume muove dall'idea di avviare una riflessione sugli aspetti etici della comunicazione pubblica nelle sue molteplici sfaccettature, in particolare nell'ambito della ricerca scientifica e *online*, dimensioni in cui troppo spesso l'informazione corre il rischio di essere fraintesa.

Le tecnologie emergenti, *in primis* la rete, hanno radicalmente modificato i modelli comunicativi tradizionali, aprendo le porte dell'informazione e della comunicazione a un pubblico sempre più ampio e variegato, ma, di contro, con il pericolo di incentivare e rafforzare idee e conoscenze, talvolta non comprovate da fonti autorevoli, ma strategicamente diffuse attraverso i canali del *world wide web*.

Il primo saggio è dunque incentrato sulle implicanze etiche di una comunicazione *online* (ir)responsabile, alla luce del profilarsi di uno scenario sempre più complesso e articolato, fondato su una *black box* di difficile decifrazione.

Si introducono, poi, i lineamenti fondamentali relativi alla comunicazione pubblica e istituzionale, sia da un punto di vista teorico che deontologico-normativo, per poi sviluppare gli aspetti etici propri della dimensione comunicativa pubblica in generale e della ricerca scientifica in particolare.

Il saggio successivo è incentrato, invece, sull'aspetto più teorico della comunicazione della ricerca scientifica, poi corroborato da un caso studio di comunicazione della ricerca di un ente pubblico che opera a livello nazionale e internazionale, l'Istituto di Fisiologia Clinica del CNR di Pisa. Sotto la guida dell'Ufficio Comunicazione che ha sovrinteso i lavori di studio e progettazione emerge un innovativo quanto "etico" piano di comunicazione settoriale.

Ezio-Maria Ferdeghini, Veronica Neri

