

Editorial

JCOM — Cinque anni nel futuro

ABSTRACT: Nei prossimi mesi JCOM subirà modifiche rilevanti. Una nuova proprietà si occuperà della sua gestione editoriale e ne definirà le linee di sviluppo. L'importante passaggio è l'occasione propizia per fare un bilancio degli ultimi anni e per immaginare una nuova rivista di ricerca in comunicazione della scienza.

“Le idee sono importanti non perché risolvono i nostri problemi, ma perché ci pongono nuove sfide”. Scrive più o meno così Umair Haque, direttore dell’Havas Media Labs e star mondiale nel pensiero manageriale, a conclusione di un post pubblicato di recente sull’Harvard Business Review.¹ Non potevo trovare citazione migliore per questo editoriale di JCOM.

Dopo più di tre anni è arrivato per me il momento di lasciare la direzione della rivista. Continuerò a collaborare, ma in un’altra veste. È un passaggio di cui non posso che rallegrarmi perché la fine della mia esperienza di direttore coincide con un progetto di rinnovamento e di miglioramento di JCOM.

Sono convinto che la nuova gestione editoriale, di cui sarà responsabile per i prossimi cinque anni il Sissa Medialab,² permetterà alla rivista di superare definitivamente la crisi di crescita che abbiamo osservato negli ultimi tempi.

In concreto i cambiamenti saranno comunicati già a partire dal prossimo numero, ma intanto la conclusione di questa fase è l’occasione più propizia per riflettere su cosa è stato JCOM negli ultimi anni e per chiedersi cosa vorremmo che diventasse in futuro.

Lo abbiamo domandato agli attuali membri dell’Editorial Board. Non tutti hanno potuto rispondere ma i riscontri ricevuti hanno fatto emergere, a mio modo di vedere, un filo rosso che esprime al meglio lo spirito di JCOM: uno spazio per la generazione di nuove idee sulla comunicazione della scienza.

Non ho la presunzione di ritenere che ci siamo sempre riusciti, ma i membri dell’Editorial Board, di cui potete leggere i contributi nel commentario, hanno colto quest’aspetto e vogliono che sia rinforzato in futuro.

Ma le nuove idee o addirittura le Grandi idee, e qui torno all’articolo di Haque, non sono utili perché “risolvono i nostri problemi”, ma perché ci destabilizzano con nuovi problemi. La sfida delle nuove idee non richiede solo la testa, ma anche e soprattutto il cuore; non richiede solo ragione, linearità e approvazione estatica ma soprattutto dedizione, frustrazione, sofferenza, passione; in altre parole, le nuove idee richiedono quello che di più umano possiamo mettere a disposizione.

Posso assicurarvi che il lavoro della redazione di JCOM in questi anni ha compensato la sua ingenuità accademica con queste qualità, perché abbiamo creduto, e continuiamo a credere, che ci sia un gran bisogno di problematizzare la

comunicazione della scienza per rinnovarla e per farla uscire dai confini di una discussione che troppo spesso continua a girare in tondo.

È per me doveroso riconoscere il merito a tutti coloro che hanno mantenuto vivo quest'approccio critico dedicando tempo, risorse ed energie a JCOM, spesso con l'unico beneficio di partecipare ad un'avventurosa, quanto appassionante, iniziativa di produzione intellettuale.

Rivolgo un ringraziamento sentito all'ufficio editoriale, agli informatici, ai referee, ai traduttori, all'Editorial Board e soprattutto allo staff scientifico, nelle persone di Yuri Castelfranchi Alessandro Delfanti, Daniele Gouthier, Pietro Greco, Paola Rodari e Donato Ramani, che hanno continuato a credere sempre e comunque nella rivista.

Un grazie infine ai lettori, che hanno premiato JCOM non solo con un aumento costante di visite e di citazioni, ma esprimendo una forte voglia di partecipare alla sua vita editoriale. E di sicuro, uno degli obiettivi della prossima gestione sarà quello di amplificare gli strumenti e le modalità di interazione. Abbiamo elaborato un questionario per aiutarci in questo compito e per conoscervi meglio. Se rispondete ditemi anche se volete rimanere in contatto con noi. In tal caso vi chiedo per piacere di lasciarci un vostro indirizzo email. Spero sarete in tanti a voler essere coinvolti nel futuro di JCOM.

Nico Pitrelli

Notes and references

¹ U. Haque (2013), *Let's Save Great Ideas from the Ideas Industry*, *HBR Blog Network*, http://blogs.hbr.org/haque/2013/03/lets_save_great_ideas_from_the.html, ultimo accesso 11/03/2013.

² <http://medialab.sissa.it>.

HOW TO CITE: N. Pitrelli, *JCOM — Five Years into the Future*, *JCOM* **12**(01) (2013) E.