

*Emozioni, sentimenti, passioni invadono le scienze sociali e chiedono attenzioni e investimenti teorici. La comunicazione che di desiderio si alimenta non può ignorarli. Cos'altro del resto è comunicazione se non desiderio, movimento verso, attraversamento, nella speranza che qualcuno accolga e rilanci? Cos'altro trasmette se non propensione partecipativa?*

*Questa rivista lavora sugli aspetti borderline della comunicazione: sull'energia donativa che della comunicazione munus costituisce il nucleo vitale. E può farlo attingendo alla storia del territorio su cui il Corso di studi agisce, un'area –la salentina– di contatti, accoglienze, in cui le differenze si contagiano e sviluppano capacità a trattare i desideri, favorendo la comprensione, lo scambio, il progetto. Una cultura del contatto libera la metis dal destino occidentale del profittevole, aprendola ai linguaggi esclusi; consentendo di problematizzare quel sensibile che vive in una sfera separata il suo destino di precarietà e illusorietà.*

*Su questi temi discute in questo fascicolo tematico la comunità di studio raccolta attorno alla riflessione sui fatti comunicativi. Coscienza, ancor prima che scienza della comunicazione, dei suoi limiti e poteri a fronte del lungo arco storico che sta tra l'archeologia platonico-aristotelica e il macchinismo edipico (e antiedipico) in cui il desiderio è irretito.*

*Lo slancio teorico racchiuso nei diversi contributi trova un suo asse di lettura nel desiderio di cogliere –del desiderio– la forza trasformativa dell'umbildung, in grado forse di indicare altre possibilità al mondo globalizzato nel disordine dell'oeconomicus, portatore di una incontrastata neoideologia dei (falsi) bisogni.*

*È educabile il desiderio perché non diventi bramosia distruttiva? È riconducibile il glutinum mundi dell'oeconomicus a proporzioni e ruoli più ragionevoli rispetto alle altre sfere delle attività umane? Su questo, da diverse angolazioni, si interrogano e discutono i professori e i primi laureati di una laurea triennale raccolti nella koiné comunicativa leccese. Dalle amazzoni riproposte dallo stilista*

*Gaultier, furie devastatrici di passioni cannibaliche, al desiderio smarrito dell'Achille soldato di ogni guerra, ostaggio della sua stessa sofferta indifferenza: dal mito all'analisi filosofica, alle geografie delle emozioni, ai loro trattamenti nelle piattaforme digitali; dal desiderio di comunicare alla comunicazione di desiderio: pedagogia, etica ed estetica di un desiderio rivolto alla realizzazione, all'autosviluppo della persona. Doppio movimento tra l'estetica degli stili comunicativi e sfera etico-politica dell'agire pubblico.*

*Un modo insomma per dire che la comunicazione non è nemica delle idee e che queste debbono semmai trovare il modo di incontrare il ricevente nelle condizioni di in cui gli è dato -oggi- di poterle ricevere.*

a. s.

