

PERCORSI

L PUBLIC ENGAGEMENT NELLA RICERCA:
CONSAPEVOLEZZA, OBIETTIVI,
RESPONSABILITÀ, STRUMENTI, IMPATTO

REPORT DI RICERCA



CONCORSO PUBBLICO DI IDEE DI RICERCA ANVUR

Tematica di ricerca

Metodi di valutazione della terza missione

Linea di ricerca

Valutazione del public engagement (PE) delle università

TITOLO E ACRONIMO

**Il Public Engagement nella Ricerca:
Consapevolezza, Obiettivi, Responsabilità,
Strumenti, Impatto
(PERCORSI)**

RESPONSABILE SCIENTIFICO DEL PROGETTO

prof. Sergio Bernardino Scamuzzi

TEAM DI PROGETTO

**prof. Sergio Bernardino Scamuzzi
dott. Andrea Maurilio De Bortoli**

Torino, giugno 2017

TEAM DI RICERCA E RINGRAZIAMENTI

Ha coordinato e condotto tutte le fasi della ricerca e ha redatto il report conclusivo il dott. Andrea De Bortoli con la supervisione e il contributo del responsabile scientifico del progetto Prof. Sergio Scamuzzi.

Ha realizzato l'analisi LDA dei testi il dott. Luigi Di Caro del Dipartimento di Informatica dell'Università degli Studi di Torino.

Hanno collaborato alla realizzazione della piattaforma web e alla organizzazione del workshop e hanno supportato le diverse fasi del progetto la dott.ssa Alessia Dino, la dott.ssa Maria Flores, il dott. Giovanni Gallo e la dott.ssa Dunja Lavecchia della Sezione "Valorizzazione della ricerca e public engagement" dell'Università degli Studi di Torino.

PROF. SERGIO BERNARDINO SCAMUZZI

Vice Rettore alla Comunicazione e professore ordinario di Sociologia dell'Università degli Studi di Torino, il suo campo di studi sono le classi sociali, lo sviluppo e la cultura locale. Il suo lavoro teorico si incentra sullo studio di modelli di equità sociale. Ha condotto svariate analisi comparative sulle società locali, sui trend storici di sviluppo e sulle politiche sociali. Più recentemente ha condotto studi sull'impatto della comunicazione sulla opinione pubblica in merito a varie questioni. Ha in attivo oltre 80 pubblicazioni tra articoli e libri.

DOTT. ANDREA DE BORTOLI

Responsabile della Sezione "Valorizzazione della ricerca e public engagement – Agorà Scienza" della Direzione Ricerca e Terza Missione dell'Università di Torino, è stato esperto di valutazione ANVUR per la Terza Missione delle università. Si occupa di public engagement, organizzazione e valutazione attività di terza missione, strumenti innovativi per la comunicazione e la valorizzazione dei risultati della ricerca. Tra le sue pubblicazioni più recenti, Le attività di public engagement nelle università italiane. Riconoscerle, censirle, valutarle, valorizzarle (con E. Predazzi e S. Scamuzzi), in Apriti scienza (il Mulino, 2015).

Si ringrazia il prof. Enrico Predazzi per aver intuito la necessità di avviare azioni di PE dentro l'università più di 10 anni fa e per il lavoro fatto per e con Agorà Scienza. Molte delle riflessioni di questo report nascono dal confronto e dal lavoro fatto insieme.

Grazie alla prof.ssa Paola Borgna dell'Università di Torino e al prof. Vincenzo Barone dell'Università del Piemonte Orientale per la costante disponibilità al confronto e per i loro preziosi punti di vista.

Grazie a tutto il team della Sezione "Valorizzazione della ricerca e public engagement – Agorà Scienza" dell'Università di Torino perché da anni sperimenta e realizza iniziative di PE. In diversi momenti il progetto non sarebbe avanzato senza questo supporto e questa esperienza.

Grazie al dott. Paolo Pomati e alla dott.ssa Selena Agnella dell'Università del Piemonte Orientale per il lavoro fatto insieme e in particolare per il censimento delle iniziative di PE.

Grazie al dott. Renzo Carriero dell'Università di Torino per il supporto metodologico e alla dott.ssa Paola Ferrari dell'Università di Torino per l'aiuto nella redazione dello strumento di auto-valutazione.

INDICE

0.		
ABSTRACT E SINTESI DEI RISULTATI	p. 5	
1.		
DESCRIZIONE DEL PROGETTO DI RICERCA	p. 8	
Premesse		
Esperienze precedenti e stato dell'arte		
Obiettivi		
Risultati		
Metodologia e strumenti		
Fasi e tempi del progetto		
2.		
RISULTATI DI RICERCA	p. 15	
Workshop "Destinazione Public Engagement"		
Il PE in Italia dai dati VQR 2011-2014		
3.		
STRUMENTI	p. 85	
Monitoraggio		
Auto-valutazione		
La Rete per il PE		
RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI	p. 98	

0. ABSTRACT E SINTESI DEI RISULTATI

La conoscenza è oggi un fattore determinante per lo sviluppo sociale, culturale ed economico, ma non deve essere un elemento di esclusione sociale.

La terza missione si configura oggi come un modo nuovo di fare didattica e ricerca attraverso l'ascolto, il dialogo e la collaborazione con tutti gli attori sociali. Le università diventano catalizzatori di processi di sviluppo economico, sociale e culturale per il territorio e l'intero Paese.

In Italia, il decreto legislativo 19/2012, che definisce i principi del sistema di Autovalutazione, Valutazione Periodica e Accreditamento delle università, e successivamente i DM 47/2013 e 987/2016, hanno riconosciuto a tutti gli effetti la terza missione come una **missione istituzionale delle università**.

La terza missione per come è definita oggi comprende:

Attività di valorizzazione economica della ricerca (brevetti, spin-off, conto terzi)

Attività di produzione di beni pubblici sociali e culturali

Le seconde hanno per oggetto la capacità degli atenei di **condividere con la società** i benefici di didattica e ricerca con un importante valore di **responsabilità sociale di restituzione** al territorio.

L'ANVUR ha predisposto un processo informatizzato per raccogliere i dati di terza missione all'interno della **Scheda Unica Annuale (SUA)**. Sono già state raccolte le informazioni per gli anni 2011-2014 (utilizzate per la **valutazione** della terza missione all'interno della **VQR 2011-2014**).

Da questi dati, dai risultati di progetti di ricerca precedenti e dal confronto con numerosi atenei italiani e con alcune esperienze europee è stata ottenuta una **fotografia del Public Engagement in Italia**.

Questa fotografia, unita alla sperimentazione di strumenti e processi organizzativi e alla condivisione dei bisogni e delle aspettative delle università, ha portato allo sviluppo di due **strumenti operativi per il monitoraggio** delle iniziative di PE e per l'auto-valutazione delle strutture di ricerca e alla nascita di una **rete nazionale di atenei e centri di ricerca per il public engagement**.

Il public engagement rappresenta per le università italiane un'opportunità. È un importante cambiamento culturale che necessita di pazienza, condivisione e collaborazione tra strutture di ricerca, istituzioni e sistema nazionale di valutazione.

I risultati, le riflessioni, gli strumenti proposti in questo report rappresentano una base di partenza - condivisa nel corso del progetto con un numero significativo di università e centri di ricerca - sulla quale continuare a lavorare e a sperimentare per accompagnare il cambiamento in atto e per realizzare ciò che la Commissione Europea definisce **Responsible Research and Innovation (RRI)**.

Segue una sintesi dei risultati del progetto - inseriti nel contesto del processo di sviluppo e istituzionalizzazione del PE in Italia - nella forma di una matrice SWOT.

PUNTI DI FORZA

- La maggior parte degli atenei e dei dipartimenti italiani realizzano attività di PE
- Le iniziative di PE crescono nel tempo, sono varie, sufficientemente ben distribuite geograficamente e in linea con altre esperienze europee
- Le università sono interessate a strutturarsi per censire, valorizzare e supportare le iniziative di PE
- La SUA-RD Terza Missione permette alle università di individuare le iniziative più significative di PE

PUNTI DI DEBOLEZZA

- La maggior parte delle iniziative di PE sono a scarso/medio coinvolgimento dei destinatari
- Le risorse economiche destinate specificamente al PE sono scarse
- Il PE raramente è istituzionalizzato e integrato nelle attività di ricerca e didattica
- Le università hanno difficoltà a individuare strategie e a valutare l'impatto delle iniziative
- Non esiste un ambito disciplinare specifico all'interno del quale sviluppare ricerca e formazione sul PE
- La scheda PE della SUA-RD Terza Missione non raccoglie alcune informazioni utili per descrivere le iniziative

OPPORTUNITÀ

- La valutazione del PE all'interno della VQR motiva le università a occuparsene
- Strumenti di monitoraggio e di auto-valutazione condivisi aiutano gli atenei a monitorare le iniziative e individuare strategie e l'ANVUR a valutare più efficacemente il PE
- La rete APEnet è uno strumento che accompagna a livello nazionale il cambiamento in atto
- Rispettare gli obiettivi fissati dalla Commissione Europea sulla RRI incrementa l'impatto di ricerca e didattica sulla società

RISCHI/MINACCE

- Istituzioni e media non valorizzano il PE
- Il PE è vissuto come un compito a sé non integrato nella didattica e nella ricerca
- La valutazione è vissuta in modo normativo e non come un'opportunità di miglioramento continuo
- La ricerca perde credibilità e supporto, le università non sono considerate risorsa chiave per il territorio e non contribuiscono alla società della conoscenza
- L'Italia si allontana dagli obiettivi europei della Responsible Research and Innovation (RRI) e dalle esperienze degli altri Paesi

1. DESCRIZIONE DEL PROGETTO DI RICERCA

PREMESSE

Da oltre un decennio, in tutta Europa, le università si interrogano sul ruolo che rivestono nella società della conoscenza. Nasce l'esigenza di una nuova missione che affianchi o integri le due principali: didattica e ricerca. La terza missione si configura come ponte tra il mondo della ricerca accademica e la società nel suo complesso [De Bortoli, 2011].

Non esiste ancora tuttavia una definizione chiara e univoca di terza missione dell'università, mentre è sufficientemente condivisa la presenza al suo interno di due tipologie principali di attività:

- a) **valorizzazione economica della conoscenza** (scientifica, tecnica, economico-sociale, umanistica) attraverso il trasferimento dei risultati della ricerca dall'università agli utilizzatori: imprese, enti pubblici, governi, organizzazioni non profit;
- b) **comunicazione e condivisione della conoscenza** (scientifica, tecnica, economico-sociale, umanistica) attraverso attività senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società della conoscenza [De Bortoli, 2015].

Il progetto di ricerca PERCORSI si è occupato della tipologia di attività b) utilizzando la nomenclatura più diffusa a livello internazionale, cioè attività di *public engagement* (PE) [National Science Foundation, 2009; Research Councils UK, 2009; ANVUR, 2015].

Questa terminologia deriva dal modello che nell'ultimo decennio è stato prevalentemente utilizzato per descrivere la comunicazione della scienza, cioè il *Public Engagement with Science and Technology* (PEST). Il National Co-ordinating Centre for Public Engagement del Regno Unito (NCCPE) definisce in questo modo il public engagement:

Public engagement describes the myriad of ways in which the activity and benefits of higher education and research can be shared with the public. Engagement is by definition a two-way process, involving interaction and listening, with the goal of generating mutual benefit.

Da un lato, si avverte il bisogno di una maggiore responsabilità da parte dei ricercatori nei confronti della società, di una piena disponibilità al dialogo con una grande varietà di interlocutori; la Commissione europea individua nella Responsible Research and Innovation (RRI) l'approccio trasversale e fondamentale per lo sviluppo del suo programma quadro per la ricerca e l'innovazione Horizon 2020.

Dall'altro, appare sempre più urgente affermare e prendere atto che la scienza è un elemento fondamentale di crescita nella società della conoscenza.

L'università si trova quindi a essere protagonista di un cambiamento culturale che la porta a essere – con le sue due missioni fondamentali di ricerca e didattica – catalizzatore di processi di sviluppo economico, sociale e culturale insieme a tutti gli altri attori sociali.

Pur non essendoci ancora un modello chiaro, sono ormai moltissime le università in Italia e in Europa che hanno avviato attività più o meno istituzionalizzate di PE. Negli ultimi anni si è sviluppato quindi un importante dibattito sulla necessità di valutare o perlomeno di monitorare tali attività [VA, 2011; Neresini, 2011; E3M, 2012].

Valutare le attività di public engagement significa per le università avere uno strumento chiaro per catalogare tali attività, per dar loro visibilità e per poter definire piani di azione istituzionali.

La valutazione quindi come strumento di sensibilizzazione del mondo accademico verso la necessità di integrare la ricerca e la didattica con attività di coinvolgimento della comunità e di valorizzazione di ciò che già viene fatto, prima ancora che strumento per confrontare la performance degli atenei rispetto a questo importante indicatore di impatto.

ESPERIENZE PRECEDENTI E STATO DELL'ARTE

PERCORSI ha posto le sue basi sui risultati di due progetti di ricerca¹ e dall'osservazione e dalla valutazione di 11 anni di attività del Centro Agorà Scienza di Torino.

Dal 2006 l'Università di Torino si è infatti dotata di uno strumento *ad hoc* con il quale realizzare iniziative di coinvolgimento della società ad ampio spettro: il Centro chiamato, non a caso, *Agorà Scienza* (www.agorascienza.it). Dal 2009 il Centro è stato esteso a tutte le altre Università piemontesi, il Politecnico di Torino, l'Università del Piemonte Orientale e l'Università di Scienze Gastronomiche trasformandolo in Centro Interuniversitario.

¹ - Progetto Alfieri, Fondazione CRT, I pubblici della scienza e l'innovazione delle forme di comunicazione della scienza. Analisi e proposte per il territorio piemontese [De Bortoli, 2012]

- Progetto di ricerca di Ateneo, Università degli Studi di Torino, Italian Scientists Multi-technique Auditing and Analysis on Science Communication [Scamuzzi, 2015]

Oggi Agorà Scienza è una struttura dell'Università degli Studi di Torino: la Sezione "Valorizzazione della ricerca e public engagement" della Direzione Ricerca e Terza Missione.

La Sezione opera per:

- la **diffusione della cultura scientifica** (con particolare attenzione al mondo della scuola);
- il **dialogo tra scienza e società e il Public Engagement**;
- la **formazione dei ricercatori** alla comunicazione della scienza e dei risultati delle loro attività di ricerca;
- l'**innovazione nella didattica** delle scienze;
- la **ricerca sui temi Science in Society**;
- la **ricerca nel campo della valorizzazione e valutazione delle attività di Public Engagement**;
- lo **sviluppo di una cittadinanza scientifica**.

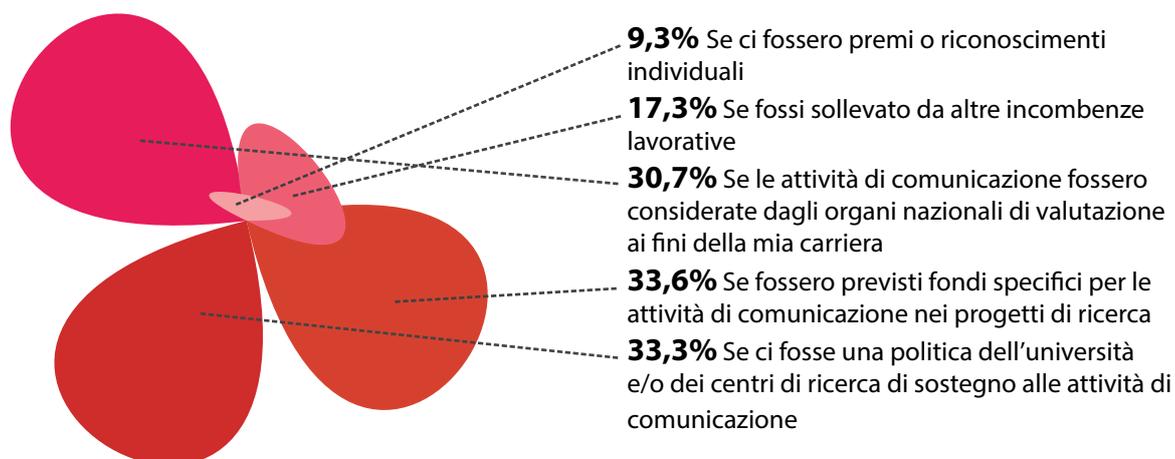
In particolare il progetto ISAAC – Italian Scientists Multi-technique Auditing and Analysis on Science Communication – condotto dal Centro Interuniversitario Agorà Scienza e dal Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università degli Studi di Torino con la collaborazione del CNR, ha indagato atteggiamenti, motivazioni, ostacoli e pratiche dei ricercatori italiani nel comunicare la scienza, in generale, e la propria attività, in particolare.

Alcune elaborazioni del progetto di ricerca ISAAC consentono di fare previsioni sui risultati della valutazione, in termini di iniziative positive più diffuse o meno diffuse, di selettività degli indicatori, ma suggeriscono altresì che alcuni indicatori delle attività di public engagement possono non essere "leali" in quanto troppo dipendenti dal modus operandi specifico della ricerca in certe aree disciplinari piuttosto che in altre.

In concreto aree di per sé più dedicate alla ricerca applicata – come ingegneria, agraria, medicina e in parte biologia e scienze della terra – sono molto più propense ad attività di comunicazione e relazione "diretta e impegnativa" con la società – in particolare interventi come esperti presso aziende, enti, associazioni e conferenze pubbliche ed eventi, rispetto alle classiche aree disciplinari della ricerca di base – come fisica, chimica, matematica. L'impegno verso la scuola e i media in genere, e in particolare internet e gli eventi culturali, iniziative nate dentro l'Università come la Notte dei ricercatori, sembrano invece sottrarsi a questa polarizzazione e consentire una presenza più equilibrata tra le aree disciplinari nel rapporto con la società, e quindi dipendere di più dall'iniziativa degli individui e degli atenei stessi nel promuoverle, iniziative che andrebbero sostenute attraverso un sistema di premialità attraverso le valutazioni.

Le dimensioni della terza missione, e in particolare delle attività di PE, più che nelle altre due missioni pongono il problema di affiancare e pensare insieme la valutazione di attività individuali con la valutazione delle istituzioni e strutture che le rendono materialmente possibili o impossibili a seconda della loro presenza o mancanza.

Portiamo a esempio dalla nostra inchiesta un elenco di condizioni istituzionali per la terza missione: i nostri intervistati sarebbero molto incoraggiati a comunicare ai non esperti se...



Ciò suggerisce i seguenti criteri di valutazione dell'istituzione:

- **presenza esplicita della terza missione** e in particolare delle attività di PE nello statuto dell'università e/o in documenti strategici;
- **presenza di strutture di ateneo** o interateneo specificatamente dedicate alla promozione di attività di PE;
- **politiche di premialità** (od obblighi) per le attività di PE (stanziamenti a bilancio dell'ateneo, dei dipartimenti e/o dei singoli progetti) dichiarate in bandi e atti ufficiali

Un altro dato che emerge dalla ricerca ISAAC confrontabile con i dati VQR 2004-2010 [ANVUR, 2013] è l'elevato numero e la varietà di attività di *public engagement* realizzate dalle università; un segnale di forte interesse e impegno verso l'apertura al resto della società.

Ricordiamo che nel caso della VQR i dati sono stati richiesti alle strutture, mentre la survey del progetto ISAAC è stata indirizzata ai singoli ricercatori. Questa importante differenza, senza considerare difetti nella raccolta delle informazioni e limiti di una survey, evidenzia ulteriormente come le attività di PE oggi presentino una componente istituzionale e una molto importante di carattere personale e come spesso questi due aspetti non siano in relazione o almeno non siano coordinati tra loro.

Da queste esperienze e dalla disponibilità delle informazioni sul PE contenute nelle Schede Uniche Annuali (SUA) 2013 e 2014, sono nate le considerazioni, gli obiettivi e l'idea di progetto presentate di seguito.

OBIETTIVI

L'obiettivo generale del progetto **PERCORSI** è stato di individuare, condividere, sperimentare e diffondere metodi e strumenti efficaci per riconoscere, censire, valorizzare e valutare le attività di public engagement delle strutture di ricerca.

Riconoscere e censire adeguatamente le attività di public engagement è un passaggio preliminare e fondamentale per poter condividere a livello nazionale una definizione, una nomenclatura e una classificazione per un insieme di iniziative molto eterogeneo.

Valorizzare l'impegno dei ricercatori nelle attività di PE significa incrementare la riferibilità delle iniziative individuali alle strutture di ricerca e permettere a queste ultime un monitoraggio costante, la promozione delle attività stesse e la possibilità di definire strategie e obiettivi.

Valutare le attività di PE significa sensibilizzare e stimolare le strutture di ricerca e i singoli ricercatori e contribuire al cambiamento culturale descritto nelle premesse di questo documento. La valutazione necessita di strumenti condivisi di misurazione degli obiettivi, dei risultati attesi, dell'impatto delle attività di PE sui diversi pubblici e al tempo stesso di monitoraggio dell'università che si trasforma nelle sue componenti di ricerca e didattica di fronte alla necessità del coinvolgimento diretto nella società della conoscenza.

Sono quindi obiettivi specifici del progetto di ricerca:

- incrementare la conoscenza delle principali caratteristiche e contribuire a una definizione condivisa delle attività di PE;
- contribuire alla definizione di una tassonomia condivisa delle categorie di PE;
- individuare uno strumento per censire e monitorare le iniziative di PE degli atenei e dei dipartimenti;
- individuare uno strumento di auto-valutazione delle strutture di ricerca per quanto riguarda l'impegno nel PE;

- incrementare la riferibilità delle risposte individuali alle strutture di ricerca (dipartimento e/o ateneo) e individuare strumenti per istituzionalizzare le attività di PE;
- riconoscere e valorizzare le differenze tra le aree disciplinari;
- individuare indicatori per misurare obiettivi, risultati attesi, impegno dei ricercatori e impatto delle iniziative di PE;
- monitorare i cambiamenti in atto all'interno delle università;
- studiare la fattibilità e promuovere la nascita di un coordinamento nazionale delle università sui temi del PE.

RISULTATI

Il progetto ha previsto, oltre alla redazione del presente report conclusivo contenente i risultati della ricerca, la produzione di alcuni strumenti operativi:

strumento MONITORAGGIO per la rilevazione e il monitoraggio delle iniziative di PE;

strumento AUTO-VALUTAZIONE per l'autovalutazione delle strutture di ricerca e l'istituzionalizzazione delle attività di PE;

rete nazionale per il PE e piattaforma web dedicata allo studio, al confronto e alla condivisione delle attività di PE rivolta a università ed enti di ricerca.

METODOLOGIA E STRUMENTI

Un progetto che abbia come obiettivo quello di approfondire la conoscenza delle attività di public engagement anche a fini valutativi non può non prevedere il coinvolgimento attivo delle università.

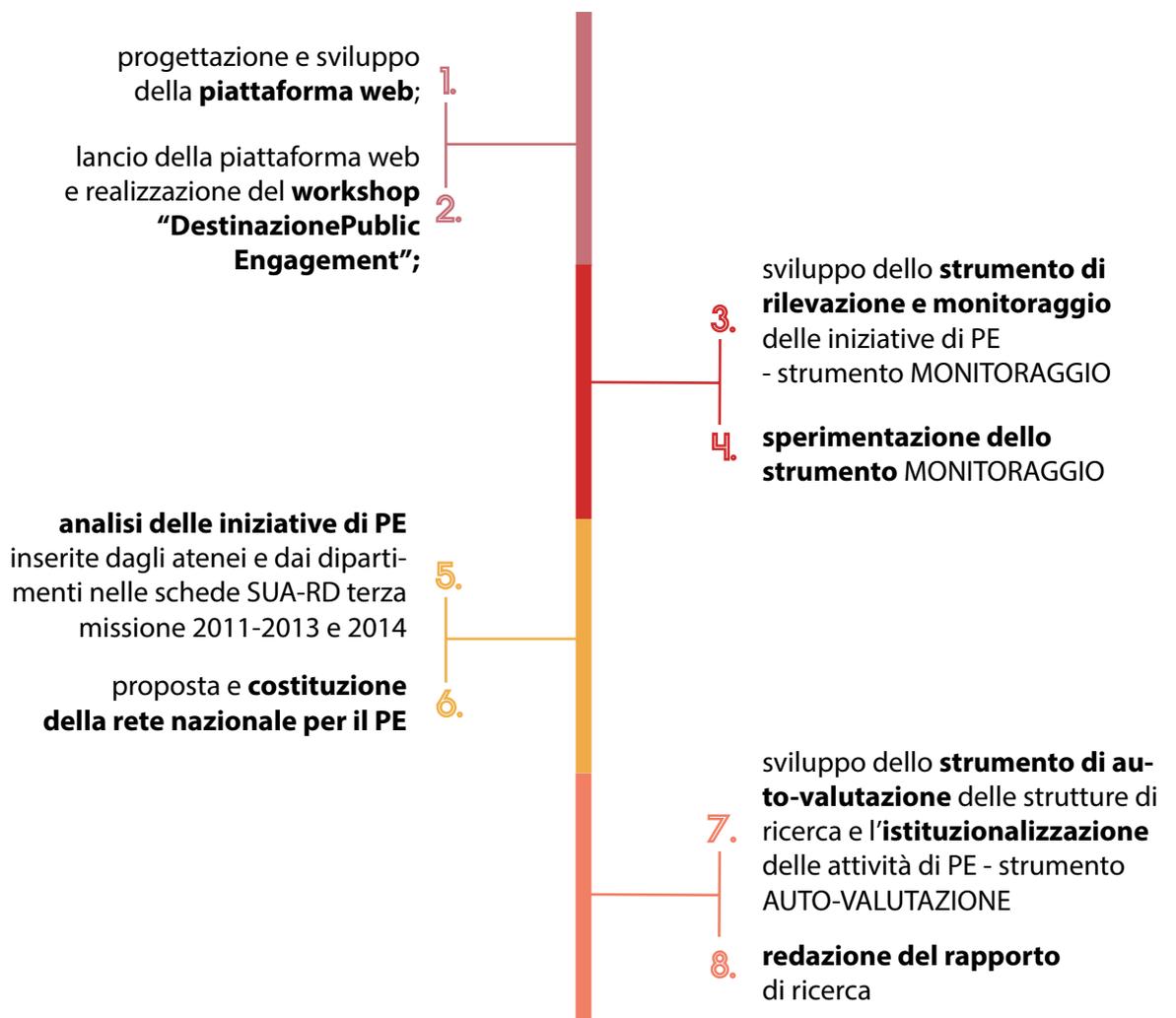
Qualsiasi valutazione per essere efficace (quindi non ritualistica, ma riflesso e fattore di comportamenti reali, produttrice di indicazione per migliori pratiche a fini di valutazioni successive ecc.) dev'essere condivisa o almeno condivisibile nei criteri da parte dei valutati e interessante per i valutatori.

Con queste premesse il progetto di ricerca ha utilizzato alcuni strumenti tradizionali della ricerca sociale, ma anche strumenti di progettazione partecipata e lavoro collaborativo come il workshop e le tecnologie offerte dal web.

È stata realizzata una piattaforma web dove coinvolgere attivamente le università con strumenti quali forum, wiki, condivisione di documenti e materiali multimediali.
La sperimentazione degli strumenti di censimento e monitoraggio delle attività di PE è stata condotta all'interno delle strutture di ricerca dell'Università degli Studi di Torino e Università degli Studi del Piemonte Orientale.

FASI E TEMPI DEL PROGETTO

Il progetto è stato avviato nel mese di dicembre 2015 e si è concluso nel mese di giugno 2017. Segue una breve descrizione delle diverse fasi del progetto in ordine cronologico:



2. RISULTATI DI RICERCA

WORKSHOP “DESTINAZIONE PUBLIC ENGAGEMENT”

La prima tappa del progetto **PERCORSI** è stata la realizzazione del workshop “Destinazione Public Engagement. Verso una ricerca e formazione responsabile” che si è tenuto il 10 e 11 dicembre 2015 a Torino.

Il workshop, al quale hanno partecipato 100 delegati da 28 Atenei ed Enti di ricerca, è stata un’occasione di condivisione di aspettative e bisogni per rendere il public engagement una pratica diffusa e istituzionalizzata nelle università, ma soprattutto un evento propedeutico al progetto di ricerca con l’obiettivo di condividere lo stato dell’arte del PE a livello nazionale e internazionale e di orientare le tappe successive del progetto di ricerca.

I lavori sono stati strutturati in una prima giornata con interventi da parte di esperti e professionisti del PE seguita da una sessione di lavoro organizzata in 6 gruppi tematici e da un momento conclusivo plenario.

Il workshop “Destinazione Public Engagement” (nel seguito anche workshop DPE) è nato su iniziativa e con il contributo dell’Università degli Studi di Torino e del Centro Interuniversitario Agorà Scienza, con il patrocinio della Conferenza dei Rettori delle Università italiane (CRUI) e in collaborazione con il Comitato per lo Sviluppo della Cultura Scientifica e Tecnologica del MIUR - Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca e con il Politecnico di Torino. Sulla piattaforma web creata ad hoc per il progetto percorsi.agorascienza.it sono pubblicati i materiali di tutti gli interventi e i video delle sessioni plenarie.

Seguono le sintesi dei risultati dei 6 gruppi di lavoro che hanno alimentato le domande di ricerca e fornito proposte operative per lo sviluppo del progetto.

RISULTATI DEI GRUPPI DI LAVORO

G1. Definizione di Public Engagement e censimento

*coordinato da
Giuseppe Pellegrini, Observa - Science in Society*

G1. Premesse

Quando si parla di coinvolgimento pubblico nella scienza e nella tecnologia, si intende l'insieme di strategie, iniziative e strumenti che si utilizzano per attivare relazioni di reciprocità tra istituzioni, ricercatori, organizzazioni e pubblico con l'obiettivo di generare benefici comuni.

In questa prospettiva il cosiddetto Public Engagement è un **processo dinamico e continuo di dialogo e scambio tra soggetti** che operano in un contesto locale o più vasto per affrontare le sfide sociali, economiche, culturali e politiche poste dalle innovazioni scientifiche e tecnologiche. L'ambito di interesse è molto vasto e all'interno della definizione di Public Engagement si possono elencare numerose e diverse strategie, obiettivi, azioni e strumenti.

I lavori del gruppo si sono articolati in due momenti: il primo dedicato all'**estensione e precisazione del concetto di Public Engagement**, il secondo all'**individuazione di strategie, modalità e strumenti** che si possono utilizzare per favorire e migliorare processi efficaci ed efficienti di Public Engagement.

G2. Risultati

Il tema del Coinvolgimento del Pubblico nelle attività di ricerca scientifica e tecnologica è divenuto negli anni sempre più importante. Recentemente, nell'ambito degli studi sulla terza missione delle università, l'ANVUR ha intensificato gli sforzi per cercare di **analizzare le iniziative che in varia misura puntano a favorire un coinvolgimento diretto del pubblico, delle associazioni e delle imprese**.

Questo impegno è cresciuto in vista di una quantificazione del lavoro che Università ed enti di ricerca svolgono in questo settore e per valutare l'impatto prodotto nei vari contesti in cui le iniziative di terza missione si realizzano.

L'ambito di interesse è piuttosto vasto e all'interno della definizione di Coinvolgimento Pubblico si possono elencare numerose e diverse strategie, obiettivi, azioni e strumenti.

Una possibile definizione di Public Engagement è quella proposta dal National Co-ordinating Centre for Public Engagement di Bristol (UK):
Il coinvolgimento pubblico descrive l'insieme di modi in cui l'attività e i benefici della ricerca e della conoscenza accademica possono essere condivisi con il pubblico. Il coinvolgimento è un processo che garantisce l'interazione e l'ascolto con l'obiettivo di generare benefici reciproci.



Questito 1 / Come possiamo puntualizzare e arricchire la definizione di PE?

- Esplicitando gli **obiettivi** (per es: fornire risposte a domande, diffondere conoscenze, produrre benefici reciproci).
- Definendo i **contenuti**: attenzione al pluralismo delle risposte e alla flessibilità delle iniziative; progettazione dei contenuti fin dalla fase di ideazione.
- Organizzando le **risorse**: quantificare le risorse necessarie, il tempo e le competenze necessarie.
- Facendo **rete**: mantenere e creare la rete interna per valorizzare l'approccio interdisciplinare; mantenere e creare la rete esterna (chi sono i pubblici, quale contesto, quali le richieste...).



Questito 2 / In che modo e con quali strumenti si possono raccogliere le istanze/domande di ricerca che provengono dalla società nelle sue varie articolazioni: sistema educativo, sistema produttivo, cittadini, associazioni?

- Attraverso **strumenti istituzionali** come le attività di orientamento, convegni, eventi, siti web con motori semantici.
- Attraverso **strumenti consultivi** come forum, consultazioni, lavoro in campo, incontri di progettazione con attori istituzionali del territorio.

G2. Dialogo tra mondo della ricerca e mondo della scuola

coordinato da

Carla Guetti, MIUR - Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

G2. Premesse

La richiesta di competenze e professioni sempre più qualificate e innovative per tutti, in età scolare e lungo tutto l'arco della vita, avanzata dalla società della conoscenza, sollecita un profondo cambiamento dell'intero sistema formativo italiano. Da tempo l'Unione Europea richiede di adottare nuove strategie educative per favorire la costruzione di una cittadinanza europea in termini di responsabilità e autonomia, basata sul concetto di competenza, definita come comprovata capacità di utilizzare conoscenze e abilità in situazioni di lavoro o di studio e nello sviluppo professionale e personale. D'altra parte, le recenti disposizioni previste dalla Legge 13 luglio 2015 n. 107 sottolineano con forza il ruolo centrale della scuola nella società non solo per innalzare i livelli di istruzione e le competenze degli studenti, ma anche per realizzare una scuola aperta, quale laboratorio permanente di ricerca, sperimentazione e innovazione didattica. In tale contesto, il dialogo tra mondo della ricerca e mondo della scuola rappresenta la condizione indispensabile per rinnovare sia l'insegnamento che l'apprendimento.

G2. Risultati

La richiesta della **società della conoscenza** di un **capitale** umano dotato di conoscenze, capacità e competenze sempre più flessibili e dinamiche, sollecita il **dialogo tra mondo della ricerca e mondo della scuola** per:

- Innovare l'insegnamento/apprendimento
- Favorire la continuità didattica tra scuola e università
- Garantire il successo formativo e la promozione dei talenti
- Realizzare interdisciplinarietà e laboratorialità
- Promuovere il coinvolgimento attivo degli studenti e lo sviluppo professionale dei docenti



Questito 1 / Quali azioni il mondo della ricerca può mettere in atto per interagire con la scuola per promuovere il rinnovamento della formazione dei docenti e del modello di insegnamento?

INNOVAZIONE DIDATTICA

- Rinnovare la metodologia didattica dai docenti universitari, creando dei tavoli di lavoro Atenei/Centri di ricerca/Scuole
- Attivare processi di formazione per gli insegnanti portando il metodo della ricerca nelle metodologie didattiche, anche aprendo i laboratori al mondo della scuola
- Introdurre soggetti che si occupino a livello interdisciplinare di ricerca e innovazione sulla didattica e divulgazione (tutor, centri interdipartimentali, comunità di pratica, esperti di “didattica della disciplina”)

A LIVELLO DI SISTEMA

- Istituzionalizzare accordi tra Reti di scuole/Atenei/Centri di ricerca MIUR/USR per definire e progettare percorsi di aggiornamento reciproci
- Valutazione, attraverso metodologie scientifiche, di progetti e iniziative già realizzati e diffusione delle best practice
- Alternanza scuola lavoro: valutare la fattibilità operativa, tenendo conto dei numeri in gioco e coinvolgendo il mondo del lavoro nel processo
- Riconoscimento del valore della ricerca in didattica e divulgazione, attraverso valutazioni ANVUR



Questito 2 / Quali azioni il mondo della ricerca può mettere in atto per interagire con la scuola al fine di promuovere il rinnovamento dell'apprendimento degli studenti in termini di educazione al pensiero complesso e di crescita del capitale umano?

MIGLIORARE L'APPRENDIMENTO DEGLI STUDENTI

- Portare gli studenti a vivere, per un giorno, la vita del ricercatore (best practice di consolidato successo a livello internazionale).
- Alternanza scuola/lavoro: attivare stage di formazione su progetti di ricerca in essere.
- Organizzare, in ogni Atenei/Ente di ricerca un open day della ricerca.
- Attivare esperienze di rilevamento ed analisi dati, da approfondire successivamente in sede scolastica.

G3. Valutazione e valorizzazione

coordinato da

Andrea De Bortoli, Centro Agorà Scienza - Università degli Studi di Torino

G3. Premesse

A partire dalla VQR 2004-2010 le attività di PE realizzate dalle università e dai centri di ricerca sono entrate a far parte del processo di valutazione della qualità della ricerca e della cosiddetta "terza missione". A oggi il PE non incide sul finanziamento pubblico degli Atenei, ma sta rapidamente diventando un fattore importante di promozione dei rapporti tra mondo della ricerca e società.

Valutare le attività di PE significa per le università avere uno strumento chiaro per catalogare tali attività, per dar loro visibilità, per poter definire piani d'azione istituzionali e per conoscerne l'impatto sui destinatari. La valutazione quindi come strumento di sensibilizzazione e di valorizzazione prima ancora che indicatore di performance delle strutture di ricerca.

G3. Risultati

Il gruppo ha affrontato gli aspetti della valutazione e della valorizzazione delle attività di Public Engagement realizzate dagli Atenei e dai Centri di ricerca.

Per quanto riguarda la valutazione esterne, oggi il documento di riferimento è il "Manuale di valutazione della Terza Missione" dell'ANVUR, dove risulta molto chiaro che i soggetti valutati sono le strutture di ricerca e non i singoli ricercatori. Come in altri paesi europei l'ANVUR ha scelto di basare questa valutazione su alcuni dati, ma soprattutto sulla presentazione di un certo numero di case studies.

Non esistono invece in Italia strumenti condivisi di autovalutazione dell'impatto delle iniziative di Public Engagement sui destinatari e sul mondo della ricerca.

Per quanto riguarda il secondo aspetto affrontato dal gruppo le parole chiave sono state: **sensibilizzazione, formazione e valorizzazione.**



Questito 1 / Quali informazioni è necessario raccogliere, e da quali soggetti, per poter valutare l'impatto delle diverse attività di Public Engagement?

- **Macro categorie:** oltre alle categorie di PE (definite da ANVUR) sarebbe importante avere dei raggruppamenti per tipologie di "coinvolgimento" con caratteristiche comuni e indicatori specifici.
- **Processo valutativo e autovalutativo:** sui case studies, definire un processo standardizzato pre, durante, post e follow up che misuri l'impatto su destinatari, organizzatori e altri stakeholders.
- **Soggetti:** individuare referenti a livello di strutture di ricerca e di Ateneo.
- **Strumenti:** strutturare una piattaforma condivisa a livello di sistema di raccolta dei dati e di valorizzazione degli stessi con funzioni di back end e di front end che sia alimentata in tempo reale.
- **Contenuti:** consapevolezza, apprendimento, ricadute, ciclicità delle attività, collegamento a linee strategiche di Ateneo.



Questito 2 / Quali strumenti è possibile prevedere per valorizzare le azioni di PE?

- **A livello individuale:** registrazione delle attività di PE, premi economici, riconoscimento professionale, formazione, facilitazione, visibilità.
- **A livello di Ateneo:** incentivi ai Dipartimenti, fondi specifici o parte, finanziamenti esterni, visibilità, inserimento delle attività di PE in piano strategico, individuazione di referenti, formazione dottorandi, team interdisciplinari e multiattore.
- **A livello di sistema:** incrementare la visibilità del PE sui media, modificare la Legge 6/2000, valorizzare i risultati di VQR/TM per fondi nazionali, mettere in rete risorse e soggetti, creare un SSD che permetta di proseguire le ricerche e di avviare l'insegnamento del Public Engagement.

G4. Sensibilizzazione e formazione

coordinato da
Andrea Cerroni, Università degli Studi Milano Bicocca

G4. Premesse

Nella società della conoscenza il ruolo di chi lavora nel mondo della ricerca cambia richiedendo un arricchimento dei percorsi formativi. La sfida alla formazione universitaria canonica posta dall'introduzione del Public Engagement fa sorgere esigenze di due tipi. La prima è quella di estendere la formazione esistente a nuovi contenuti (discipline/corsi) e la seconda è quella di cambiare modalità e forse anche contenuti alla didattica e, per certi aspetti, all'organizzazione della ricerca.



Questito 1 / Cosa manca nel profilo formativo per sviluppare il PE?

- **A livello di sistema** occorre ripensare la didattica inserendo percorsi innovativi (p.es. comunicazione scientifica, laboratori di comunicazione, public speaking, seminari sul contesto socio-economico, sull'educazione civica, sul lavoro del ricercatore), ma anche ripensare il ruolo del formando nella società della conoscenza.
- **A livello di Ateneo/Dipartimento** bisogna favorire la comunicazione interdisciplinare interna e l'apertura al contesto socio-economico territoriale.
- **A livello individuale** è necessario stimolare la creatività, il senso della polis e la responsabilità nei confronti della società.
-



Questito 2 / Il ruolo dello scienziato cambia? In che modo e in che misura?

Le nuove leve della ricerca devono essere formate anche rispetto alle nuove responsabilità dello scienziato, dare loro le occasioni per riflettere sul senso del proprio lavoro e sviluppare il senso di responsabilità: lo scienziato è civil servant.

Inoltre ogni Ateneo o ente di ricerca dovrebbe curarsi dell'aggiornamento del personale di ricerca e anche amministrativo sul PE, oltre a riconoscere e valorizzare tali iniziative.

A livello di sistema andrebbero aggiornati i percorsi formativi alle nuove responsabilità dello scienziato e avvicinate le nuove generazioni alla ricerca e al PE del ricercatore.

Tra gli altri elementi di riflessione emersi dal tavolo, particolare è stato l'apprezzamento dell'opportunità di incontro a livello nazionale e aperto a tutte le funzioni del mondo della ricerca. Questa occasione ha suscitato riflessioni largamente condivise su temi collaterali, quali la formazione primaria e superiore e i reciproci stimoli fra UNIVERSITÀ/ENTI e il mondo delle imprese.

G5. Strumenti organizzativi e risorse

coordinato da
Andrea Berti, Università degli studi di Padova

G5. Premesse

La Commissione Esperti Terza Missione dell'ANVUR esprimerà valutazioni sulla performance degli atenei in ciascuno degli 8 ambiti in cui la 3M è suddivisa e, in futuro, alla valutazione potrebbe essere collegata una distribuzione di risorse. Pertanto gli atenei dovrebbero:

- organizzare la rilevazione delle attività di 3M
- pianificare le attività di 3M per ottimizzare la performance

Questi due aspetti sono particolarmente rilevanti per il Public Engagement, che tra gli 8 ambiti della 3M è quello meno definito, più eterogeneo e più "disorganizzato".



Questito 1 / È opportuno costituire una struttura organizzativa per rilevare le attività di PE, anche in vista delle richieste dell'ANVUR? Dove si collocherebbe nell'organigramma dell'amministrazione centrale di un ateneo? Quali competenze dovrebbero avere le risorse che la compongono?

- Premessa fondamentale per la gestione del PE è un forte commitment del vertice dell'ateneo.
- È utile che l'ateneo coordini centralmente la rilevazione delle attività di PE, con un ufficio ad hoc o con risorse che operano nell'ufficio comunicazione.
- Un'altra soluzione è istituire un gruppo di lavoro permanente, guidato da persone esperte di comunicazione, ma comprendente anche esperti di ricerca e di didattica.
- L'ufficio/gruppo di lavoro dovrebbe interagire con i dipartimenti; in ogni dipartimento è utile che ci sia un referente per il PE.
- La rilevazione dei dati non deve limitarsi alle richieste dell'ANVUR, ma deve essere permanente; i dipartimenti/docenti devono essere incentivati a comunicare i dati.
- Lo strumento di rilevazione è una piattaforma on line, con funzione di archivio/gestione (interna) e di comunicazione verso l'esterno.
- Idealmente l'ufficio dovrebbe anche fornire supporto organizzativo e tecnico in tema di comunicazione agli uffici/dipartimenti che organizzano attività di PE.



Questito 2 / È opportuno per un ateneo pianificare le attività di PE? Chi dovrebbe occuparsene e con quali strumenti? Come conciliare la pianificazione centralizzata con lo spontaneismo tipico di molte attività di PE? È possibile incanalare l’iniziativa dei docenti verso obiettivi di ateneo?

- Si raccomanda la redazione, da parte del vertice dell’ateneo, di un piano di PE, all’interno del piano di comunicazione.
- Programmazione delle iniziative gestite centralmente (ad es. Notte dei Ricercatori, eventi di orientamento e di placement, ecc.).
- Flessibile, attento a non soffocare le iniziative spontanee di dipartimenti e docenti, ma piuttosto a indirizzarle verso obiettivi comuni.
- Per i dipartimenti e i docenti, più che un piano dettagliato serve un insieme di linee guida (ad es.: misurate l’impatto delle iniziative!).
- Incentivare le iniziative individuali e delle associazioni, ma chiedere ai docenti di riportarle nel quadro delle attività di PE dell’università.
- Organizzare training per ricercatori sul tema del PE e della comunicazione.
- Valorizzare le best practice e diffonderle.

G6. Open Access

coordinato da

Federico Morando, NEXA Center for Internet & Society - Politecnico di Torino

G6. Premesse

“La nostra missione di disseminazione della conoscenza è incompleta se l’informazione non è resa largamente e prontamente disponibile alla società. Occorre sostenere nuove possibilità di disseminazione della conoscenza, [...] sempre più attraverso il paradigma dell’accesso aperto via Internet”. Così il tema dell’Open Access è introdotto negli obiettivi della Dichiarazione di Berlino sull’accesso aperto alla letteratura scientifica, sottoscritta da molti atenei italiani. Oggi il tema si fa ancora più pressante, per la crisi della sostenibilità economica dei sistemi bibliotecari (sottoposti a grande pressione da un budget in contrazione, ma anche da un mercato editoriale sempre più concentrato e, di riflesso, oneroso), ma anche per le nuove sfide poste, ad esempio, dal paradigma dell’accesso aperto non solo ai prodotti tradizionali della ricerca (articoli e monografie), ma anche ai dati grezzi a base della ricerca stessa.

G6. Risultati

Leggi e bandi di finanziamento già ce lo chiedono. Tutti paiono d’accordo sul principio che la ricerca, specie quella pubblica, debba essere pubblicamente disponibile. Ma come si fa in concreto?

Dall’Open Access all’Open Science, passando per gli Open Data, l’apertura del mondo della ricerca favorisce le collaborazioni e genera ricadute sul territorio.

Vantaggi globali: per la società, per la scienza.

Open Science è sinonimo di Fair Science.



Questito 1 / Come implementare l’Open Access alle pubblicazioni scientifiche?

A LIVELLO DI SISTEMA

- trasparenza e accountability;
- utile “dimostrarli” a ciascuno degli stakeholder;
- revisione del diritto d’autore (liv. Int. & EU + nazionale)
- negoziare “Gold OA” globale (atenei/stat vs. editori) > risorse €

A LIVELLO DI ATENEO

- policy formali e vincolanti (dove già non ci sono)
- deposito obbligatorio in repository ist. OA
- collegamento a finanziamento ricerca
- anche ammissione nuovi ricercatori
- favorire fair Gold OA
- pubblicazioni prestigiose di ateneo/pubbliche
- formazione & consapevolezza
- soprattutto dipartimenti & corsi con credit per PhD)



Questito 2 / Come passare dall'OA "tradizionale" all'Open Data sulla ricerca scientifica?

A LIVELLO DI ATENEO

- ci sono repository di community efficaci;
- non c'è consenso su dati in repository di ateneo;
- policy sui dati.

A LIVELLO INDIVIDUALE

- pretendere i dati come reviewer;
- pubblicare per ragioni endogene (es. etiche);
- licenze per il riutilizzo.

“

La ricerca italiana deve riappropriarsi del suo ruolo di catalizzatore economico, sociale e culturale. Gli Atenei e i Centri di ricerca insieme alla politica, ai media e alla società intera accolgano la sfida lanciata in tutta Europa con il Public Engagement.

”

Questo l'appello condiviso dai partecipanti dei 28 Atenei e Centri di Ricerca al workshop Destinazione Public Engagement.

CONCLUSIONI E PROPOSTE

“Le conquiste della scienza, i risultati della ricerca non sono soltanto risultati del sapere, ma sono risultati della crescita culturale dell’intera società” – come ha detto **Luigi Berlinguer** aprendo i lavori del workshop. Per questo – ha continuato l’ex ministro all’Istruzione – “sia la ricerca sia la formazione devono essere responsabili del processo complessivo di crescita della società, perché fattore decisivo”.

“Serve un new deal dell’università per realizzare una reale cittadinanza scientifica: un insieme di azioni, di valori e di principi tra i quali la responsabilità e la consapevolezza” ha dichiarato **Stefano Paleari**, presidente uscente della CRUI.

Sulla stessa linea il Magnifico Rettore dell’Università di Torino, **Gianmaria Ajani**: “La terza missione sta diventando un pilastro fondamentale che l’Università di Torino ha deciso di declinare come responsabilità sociale e di inserire nelle linee strategiche dell’Ateneo”.

Questa responsabilità passa necessariamente anche attraverso il public engagement, che quindi non può essere un abito, un fatto complementare, ma deve contaminare la natura stessa dell’attività di ricerca e di insegnamento. Il bisogno che emerge con sempre più chiarezza – e che necessita di una risposta oggi – non è tanto quello di attivare una nuova missione (la Terza) all’interno delle università, ma di sperimentare un modo nuovo di fare ricerca e didattica riscoprendo e potenziando il ruolo fondamentale di motore di sviluppo dei nostri Atenei e centri di ricerca attraverso il coinvolgimento diretto della società.

La principale proposta emersa dal workshop è la creazione di un **network di atenei e centri di ricerca** che supporti e faciliti il processo di istituzionalizzazione del Public Engagement, anche attraverso una piattaforma comune per censire, monitorare e valorizzare le già numerose iniziative che spesso non trovano interesse da parte dei media.

Per non perdere il passo con gli altri paesi europei è poi necessario investire sul public engagement con **fondi specifici** (senza penalizzare ricerca e didattica), sperimentare **processi e strumenti efficaci di valutazione dell’impatto** e creare all’interno delle università le condizioni per studiare, insegnare e sviluppare questi aspetti innovativi anche attraverso la creazione di un specifico settore scientifico disciplinare, oggi non presente in Italia.

Quelle emerse dalle due giornate di lavori del workshop sono alcune delle possibili strategie che, se condivise a livello nazionale, potrebbero rappresentare un punto di partenza per una riforma radicale della visione humboldtiana dell’università. Il confronto prosegue sul sito percorsi.agorascienza.it

IL PE IN ITALIA DAI DATI VQR 2011-2014

PUBLIC ENGAGEMENT E VALUTAZIONE IN ITALIA

La prima esperienza di valutazione delle iniziative di Terza Missione realizzate dalle università italiane è avvenuta all'interno della VQR 2004-2010.

Nel bando di partecipazione del 7 novembre 2011 l'ANVUR introduce la terza missione come "propensione delle strutture all'apertura verso il contesto socio-economico, esercitata mediante la valorizzazione e il trasferimento delle conoscenze". In questo contesto identifica due ambiti principali: il primo caratterizzato dalla valorizzazione economica della conoscenza – il trasferimento tecnologico – e il secondo caratterizzato dalle iniziative di diffusione della conoscenza e di interazione con i pubblici e con il territorio finalizzate allo sviluppo sociale e culturale della società.

Segue l'elenco degli indicatori di terza missione utilizzati per la VQR 2004-2010:

PRIMO AMBITO: TRASFERIMENTO TECNOLOGICO

A. Conto Terzi

(ITMS1, peso 0.2) Indicatore misurato sommando gli importi dei contratti di ricerca/consulenza con committenza esterna acquisiti nel settennio 2004-2010

B. Brevetti

(ITMS2, peso 0.1) Indicatore misurato dal numero di brevetti concessi nel settennio 2004-2010 di titolarità/contitolarità della struttura

C. L'indicatore spin-off

(ITMS3, peso 0.1) Indicatore misurato dal numero di spin-off accreditati presso la struttura ai sensi dei rispettivi regolamenti interni nel settennio 2004-2010

D. L'indicatore incubatori

(ITMS4, peso 0.1) Indicatore misurato dalla presenza o meno di incubatori di imprese compartecipati dalla struttura

E. L'indicatore consorzi

(ITMS5, peso 0.1) Indicatore misurato dal numero di consorzi e associazioni compartecipati dalla struttura che abbiano tra le loro finalità il trasferimento tecnologico.

**SECONDO
AMBITO:
DIFFUSIONE DELLA
CONOSCENZA**

F. Siti archeologici

(ITMS6, peso 0.1) indicatore misurato dal numero di scavi archeologici attivati dalla struttura nel settennio

G. Poli museali

(ITMS7, peso 0.1) indicatore misurato dalla presenza o meno di poli museali gestiti o co-gestiti dalla struttura

H. Altre attività di terza missione

(ITMS8, peso 0.2) attività che non sono riconducibili ad attività conto terzi. L'indicatore è misurato in base all'elenco di altre attività fornito dalle strutture.

L'indicatore H raccoglie al suo interno tutte le iniziative non riconducibili agli altri indicatori secondo una tassonomia che l'ANVUR propone agli Atenei in corso di raccolta dei dati, riportata di seguito.

**CATEGORIE DI "ALTRE ATTIVITÀ"
DI TERZA MISSIONE**

**1.
Attività
a supporto
della
Proprietà
Intellettuale**

- 1.1 - Marchi
- 1.2 - Copyright
- 1.3 - Licenze Creative Commons
- 1.4 - Modelli di utilità
- 1.5 - Privative su varietà vegetali
- 1.6 - Attività di supporto istituzionale alla protezione della Proprietà Intellettuale
- 1.7 - formazione, scouting, valutazione, di analisi delle anteriorità, valorizzazione)

**2.
Attività
a supporto
dell'
imprenditorialità**

- 2.1 - Competition e premi per idee innovative
- 2.2 - Parchi scientifici
- 2.3 - Attività di supporto istituzionale alle attività imprenditoriali

**3.
Condivisione di
infrastrutture con
organizzazioni
esterne***

- 3.1 - Concessione gratuita di strutture, attrezzature, laboratori, aule e sale conferenza
- 3.2 - Creazione di laboratori congiunti (ma non con altre università)
- 3.3 - Finanziamento da parte di organizzazioni esterne per creazione di infrastrutture

4.
Cooperazione con
organizzazioni
esterne

4.1 - Partnership, accordi e protocolli di intesa con organizzazioni esterne

5.
Attività di
Placement

5.1 - Tirocini e stage di studenti organizzati dall'università presso organizzazioni esterne

5.2 - Placement di laureati presso organizzazioni esterne

6.
Allineamento
dei curricula
ai bisogni
economici
e sociali

6.1 - Sviluppo di curricula congiunti con organizzazioni esterne

6.2 - Corsi di formazione continua

6.3 - Corsi di formazione professionale a personale di organizzazioni esterne

6.4 Tesi di dottorato co-supervisionate da personale

7.
Networking

7.1 - Organizzazione di conferenze con organizzazioni esterne

7.2 - Partecipazione istituzionale a network e/o associazioni con organizzazioni esterne

8.
Scienza
nella società

8.1 - Open days

8.2 - Fiere scientifiche [Festival]

8.3 - Mostre divulgative [collaborazioni con Musei]

8.4 - Siti web interattivi e/o divulgativi [forum, social network]

8.5 - Coinvolgimento istituzionale in iniziative editoriali orientate al mondo professionale

8.6 - Coinvolgimento istituzionale in iniziative editoriali orientate al pubblico generale/di divulgazione scientifica

9.
Partecipazione
al policy making

9.1 - Partecipazione istituzionale nella formulazione di programmi a lungo termine di pubblico interesse (ad es. progetti di sviluppo urbano)

9.2 - Partecipazione istituzionale a comitati per la definizione di standard

10. **Servizi** **alla comunità**

- 10.1 - Uso da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici
- 10.2 - Organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
- 10.3 - Progetti di sviluppo locale
- 10.4 - Progetti di sviluppo socio-culturale, sostegno alla persona, salute con impatto diretto sulla comunità
- 10.5 - Progetti con le scuole e/o per i bambini

11. **Non pertinenti o** **già conteggiate** **in altri indicatori**

- 11.1 - Brevetti
- 11.2 - Spin off
- 11.3 - Incubatori
- 11.4 - Contratti conto terzi e consulenza
- 11.5 - Consorzi
- 11.6 - Poli Museali
- 11.7 - Siti Archeologici
- 11.8 - Indicatori di mobilità del personale docente
- 11.9 - Borse di dottorato finanziate da organizzazioni esterne

*Per organizzazioni esterne si intendono sempre imprese, enti pubblici e no profit

L'analisi dei dati raccolti per la determinazione dell'indicatore H mostra [ANVUR, 2014] che le altre attività di Terza Missione sono molto diffuse all'interno degli atenei italiani infatti 71 università hanno riportato 12.636 attività. Questo numero totale nasconde una grande eterogeneità di risposte, che vanno da iniziative singole e puntuali a programmi di vasto impegno: placement di studenti e laureati, attività di networking e organizzazione di conferenze, servizi alla comunità come l'apertura alla comunità degli spazi delle università (musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici), organizzazione di concerti, mostre e altri eventi di pubblica utilità, progetti di sviluppo locale, con finalità socio-culturali, di sostegno alla persona, sulla salute o con le scuole e per i bambini.

A seguito di questo primo esercizio di valutazione la Terza Missione acquisisce a tutti gli effetti in Italia valore istituzionale per le università dal momento in cui compare tra i parametri di valutazione periodica delle strutture all'interno del sistema di Autovalutazione, Valutazione Periodica e Accreditamento con il Decreto legislativo 19/2012 e i seguenti DM 47/2013 e 987/2016.

Di conseguenza, sempre all'interno del sistema AVA, viene predisposto da ANVUR un processo informatizzato per raccogliere dagli atenei e dai dipartimenti tutte le informazioni necessarie alla valutazione della Terza Missione, all'interno della Scheda Unica Annuale (SUA).

Dopo una prima sperimentazione, il sistema entra a regime nel 2015 con una prima raccolta di informazioni relative agli anni 2011 e 2013.

Nella scheda SUA-RD Terza Missione viene utilizzato per la prima volta il concetto di public engagement per identificare "l'insieme di attività senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società".

Le informazioni relative alle attività di public engagement vengono richieste sia agli atenei che ai dipartimenti.

Viene richiesto di presentare le iniziative di public engagement più significative tenutesi nel periodo 2011-2013 (fino a cinque per ogni ateneo e fino a tre per ogni dipartimento), relative a una o più delle categorie stabilite da ANVUR, secondo lo schema seguente.

SCHEDA PER L'INSERIMENTO DELLE INIZIATIVE DI PE, SUA-RD TERZA MISSIONE

- **Data** di svolgimento dell'iniziativa
- **Titolo** dell'iniziativa
- **Categoria/e** di attività di public engagement (sono possibili risposte multiple)
- **Breve descrizione** (500 battute)
- **Budget** complessivo utilizzato
- **(di cui) Finanziamenti esterni**
- **Impatto stimato** (ad es. numero di partecipanti effettivi per eventi; numero documentato di accessi a risorse web; numero copie per pubblicazioni; audience stimata per eventi radio/TV, etc.)
- **Link a siti web** (se disponibili)

In aggiunta per ogni ateneo e dipartimento sono richieste le informazioni sulla presenza di un sistema di monitoraggio della PE e sulle risorse dedicate. Si riportano a titolo esemplificativo le informazioni per la rilevazione della attività di PE.

QUESTIONARIO PUBLIC ENGAGEMENT

PER ATENEI

L'ateneo conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement?

Se è presente un sistema di monitoraggio, inserire le seguenti informazioni:

Quale struttura si occupa di monitorare le attività di PE?

- ufficio di comunicazione di ateneo
- agenzia/società esterna di comunicazione
- altro (specificare)

Numero di addetti ETP nel monitoraggio delle attività di PE

PER DIPARTIMENTI

Il dipartimento conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement?

Contestualmente l'ANVUR pubblica il Manuale per la valutazione della Terza Missione [ANVUR, 2015] nel quale individua i criteri e le domande valutative relative a tutti gli ambiti considerati e in particolare per quanto riguarda il public engagement identifica i seguenti criteri e le seguenti domande valutative:

CRITERI PER LA VALUTAZIONE

La valutazione ha per oggetto i casi selezionati dagli atenei e dai dipartimenti e ha natura eminentemente qualitativa.

Chiarezza degli obiettivi

Si valuta la capacità dell'ateneo di collocare il public engagement all'interno della missione istituzionale, raggiungendo elevati livelli di coerenza interna.

Entità delle risorse impegnate

Si valuta l'impegno dell'ateneo in termini di persone e di mezzi destinati al coinvolgimento attivo della società

Impatto dimostrabile

Si valuta la capacità dell'ateneo di dimostrare l'impatto delle attività, utilizzando varie dimensioni di impatto (ad esempio in termini di soggetti terzi coinvolti, popolazione coinvolta, bisogni sociali interessati, interesse manifestato dai media)

Presenza e qualità di azioni di valutazione ex post delle attività

Si considera se nella descrizione dei casi emergono attività di valutazione; se sì si valuta la qualità della valutazione in termini di metodi, impatto della valutazione, diffusione delle informazioni

DOMANDE VALUTATIVE

1. Sulla base delle informazioni disponibili, l'ateneo dimostra una **adeguata coerenza nella progettazione e svolgimento** di attività di public engagement rispetto al proprio profilo di ricerca e di insegnamento? Ha **chiarezza di obiettivi e di risultati attesi**?
2. Le attività di public engagement sono **orientate a effettivi bisogni sociali** o rispondono principalmente a **esigenze di visibilità e comunicazione**? Sono identificati chiaramente gli **elementi di impatto sulla società**?
3. L'ateneo dimostra **consapevolezza della necessità di valutare** le proprie iniziative di public engagement?

Nel 2016 sono state raccolte le iniziative riferite all'anno 2014 che insieme alle precedenti hanno rappresentato la base dati sulla quale la Commissione di Esperti di Terza Missione (CETM) ha valutato le attività di Terza Missione all'interno della VQR 2011-2014.

È su questa base dati che è stata svolta l'analisi della quale si riportano i risultati nei prossimi paragrafi.

IL PUBLIC ENGAGEMENT NELLA VQR 2011-2014, LA BASE DATI

All'interno della VQR 2011-2014, come già descritto in precedenza, le università sono state valutate anche rispetto alle loro attività di Terza Missione.

Per quanto riguarda nello specifico le iniziative di public engagement, i dati a disposizione dei valutatori provenivano integralmente dalle informazioni inserite dagli atenei e dai dipartimenti all'interno della scheda SUA-RD Terza Missione.

Segue una descrizione della base dati e delle sue principali dimensioni caratteristiche.

In tabella sono sintetizzati il numero di atenei e di dipartimenti coinvolti dall'esercizio di valutazione con il numero di schede attese e quelle effettivamente inserite.

	Numerosità	Schede attese	Schede inserite 2013	Schede inserite 2014
Dipartimenti	950	2850	2044	2276
Atenei	95	475	362	417
		3325	2406	2693
				5099

Si osserva un maggior numero di schede inserite sia dalle università sia dai dipartimenti per l'anno 2014. Questo risultato può essere dovuto a una maggiore consapevolezza e dimestichezza da parte delle strutture a trattare il tema del PE e anche a una maggiore disponibilità di dati per la seconda campagna di raccolta.

Se si considera la mancanza di schede inserite un indicatore di inattività per quanto riguarda il PE si osserva che le università inattive passano dal 19% nel 2013 al 8% nel 2014, mentre i dipartimenti dal 23% al 14%. Le università risultano quindi essere più attive rispetto alle loro sotto-strutture.

Seguono le tabelle con il dettaglio del numero di schede inserite per ogni anno dagli atenei e dai dipartimenti.

Numero schede
inserite dagli Atenei

2013							
N° schede inserite	0	1	2	3	4	5	Totale complessivo
Frequenza	18	1	3	2	6	65	95

2014							
N° schede inserite	0	1	2	3	4	5	Totale complessivo
Frequenza	8	1	1	3	5	77	95

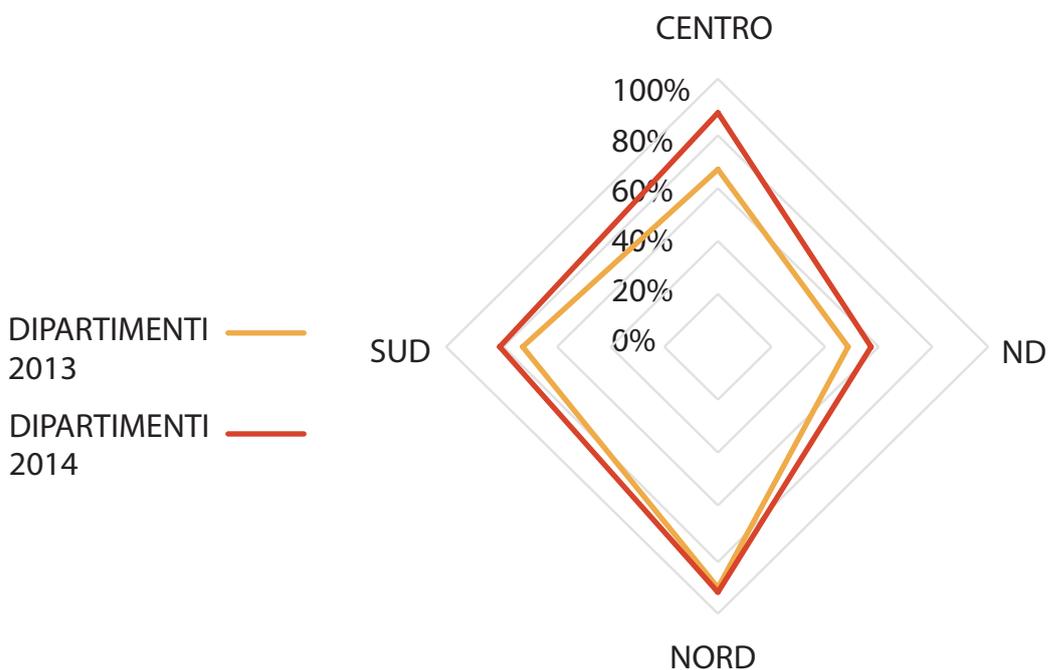
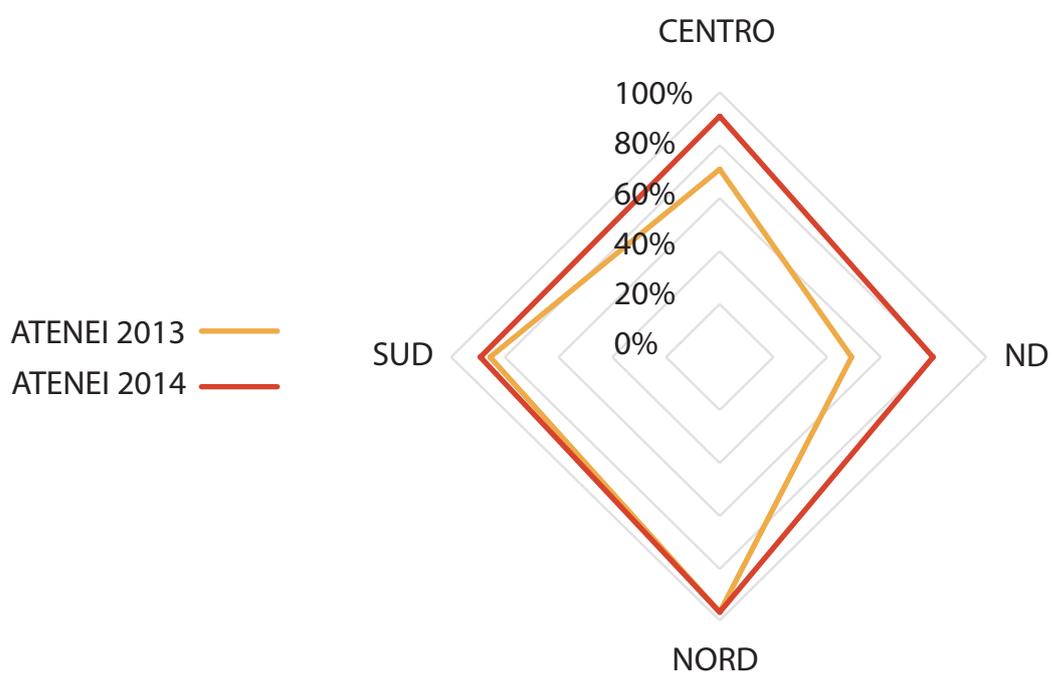
Numero schede
inserite dai Dipartimenti

2013					
N° schede inserite	0	1	2	3	Totale complessivo
Frequenza	217	41	73	619	950

2014					
N° schede inserite	0	1	2	3	Totale complessivo
Frequenza	130	47	90	683	950

Le iniziative di public engagement prevedono per definizione il coinvolgimento del territorio. È stata quindi studiata la distribuzione geografica del numero di iniziative di PE presentate. Nel 2013 gli atenei e i dipartimenti più attivi risultano quelli del nord Italia, come si può osservare dai grafici. Nel 2014, come già visto in precedenza il numero totale di schede inserite aumenta, in particolare al centro (+20%) e in parte al sud Italia.

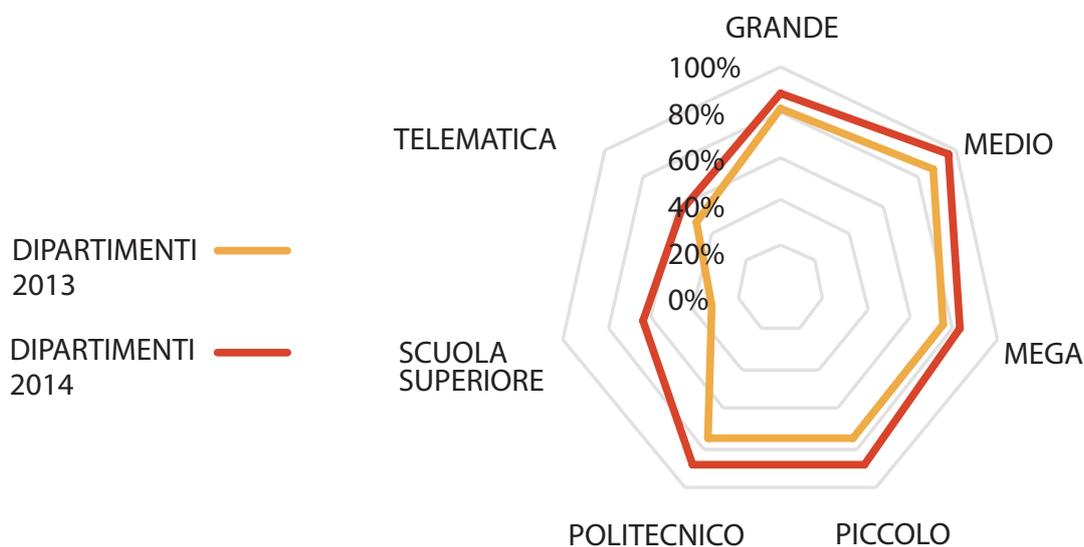
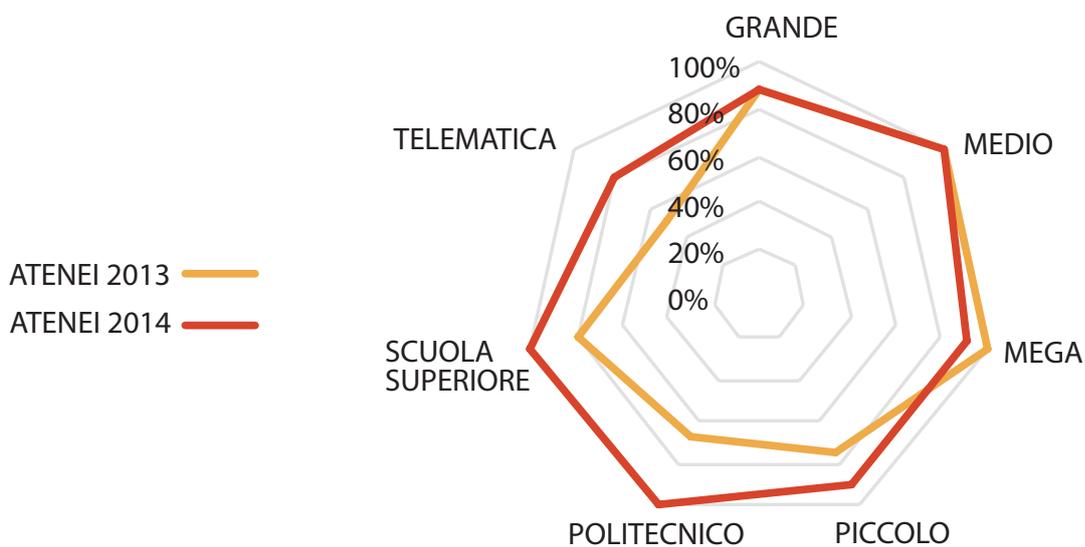
Percentuale di atenei e dipartimenti con almeno una scheda di PE inserita per area geografica. Confronto 2013-2014



Un'altra caratteristica interessante dei soggetti valutati è la dimensione e la tipologia dell'ateneo; il numero di schede inserite è stato messo in relazione con le categorie utilizzate da ANVUR in occasione della VQR 2004-2010.

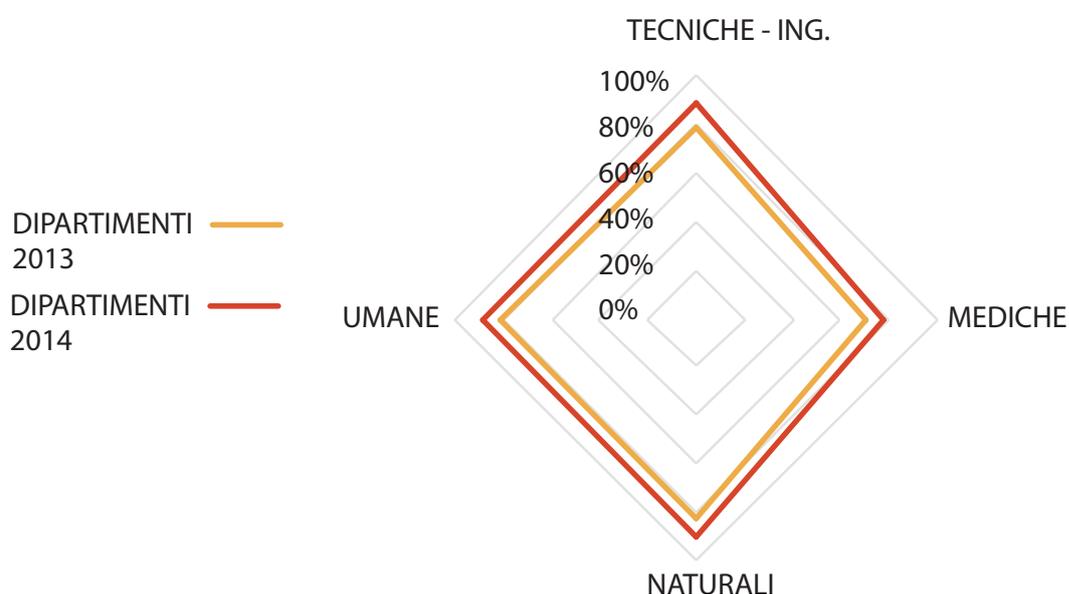
Si osserva un **incremento di schede inserite tra 2014 e 2013** in particolare da parte delle università piccole, dai politecnici e dalle scuole superiori e università telematiche.

Percentuale di atenei e dipartimenti con almeno una scheda di PE inserita per dimensione e tipologia. Confronto 2013-2014



Per quanto riguarda i soli dipartimenti è possibile analizzare l'attività di PE filtrata rispetto alla macro-area disciplinare principale secondo la classificazione ANVUR². Dal grafico emerge una minore attività da parte della macro-area delle scienze mediche anche se cresce come le altre nel confronto 2013-2014.

Percentuale di dipartimenti con almeno una scheda di PE inserita per macro-area disciplinare. Confronto 2013-2014



Infine è interessante osservare dalla tabella che segue una correlazione significativa tra atenei e dipartimenti inattivi: per le università che non hanno inserito iniziative di PE è molto più alta la percentuale di dipartimenti "inattivi". Questo risultato **evidenzia l'influenza che può avere l'istituzionalizzazione delle iniziative di PE** a livello di ateneo sull'attività delle sotto-strutture.

Correlazione Dipartimenti e Atenei

	2013	2014
Atenei senza PE	88% di dip. senza PE	61% di dip. senza PE
Atenei con PE	17% di dip. senza PE	14% di dip. senza PE

2 - Macro-aree disciplinari tecniche e ingegneristiche (aree CUN 8 e 9), mediche (area CUN 6), naturali (aree CUN 1, 2, 3, 4, 5 e 7), umane (aree CUN 10, 11, 12, 13 e 14)



IN SINTESI

- La maggior parte degli atenei e dei dipartimenti italiani realizzano attività di PE
- Tra le strutture inattive è maggiore la percentuale di dipartimenti rispetto agli atenei
- Il numero di iniziative di PE presentate è cresciuto nel 2014 rispetto al 2013
- Gli atenei più attivi si trovano al nord Italia e sono di grandi dimensioni anche se si riscontra un migliore equilibrio nel 2014
- La macro-area disciplinare con la percentuale più bassa di dipartimenti attivi è quella medica, anche se in crescita nel 2014
- Gli atenei attivi mostrano una percentuale più alta di dipartimenti attivi rispetto agli atenei inattivi

LE CATEGORIE DI ATTIVITÀ DI PUBLIC ENGAGEMENT

Ogni iniziativa inserita dalle università e dai dipartimenti all'interno della scheda SUA-RD è caratterizzata da una o più categorie di public engagement secondo lo schema seguente:

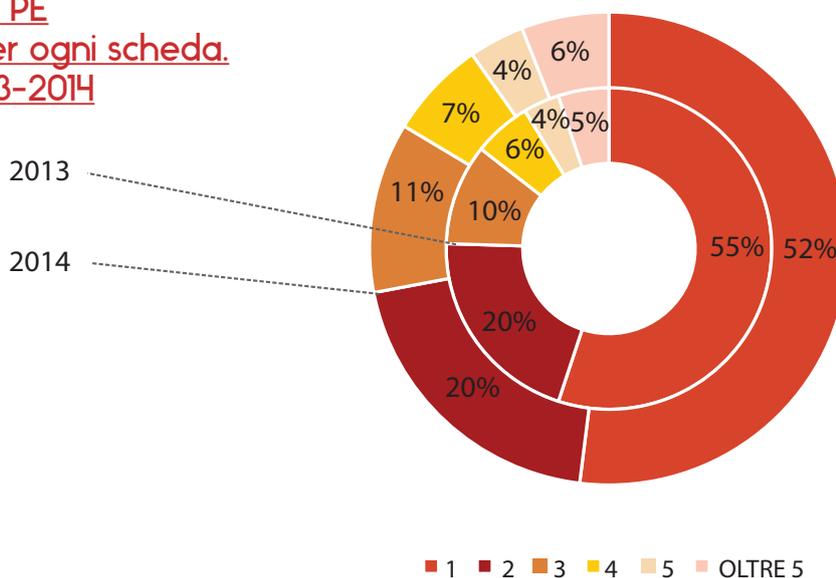
1.
pubblicazioni divulgative firmate dallo staff docente a livello nazionale o internazionale
2.
partecipazioni dello staff docente a trasmissioni radiotelevisive a livello nazionale o internazionale
3.
partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.)
4.
organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day)
5.
pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine dell'università)
6.
giornate organizzate di formazione alla comunicazione (rivolta a PTA o docenti)
7.
siti web interattivi e/o divulgativi, blog
8.
fruizione da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici universitari

9.
organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
10.
partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making)
11.
partecipazione a comitati per la definizione di standard e norme tecniche
12.
iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione)
13.
iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio
14.
iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori
15.
iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani
16.
iniziative di democrazia partecipativa (es. consensus conferences, citizen panel)

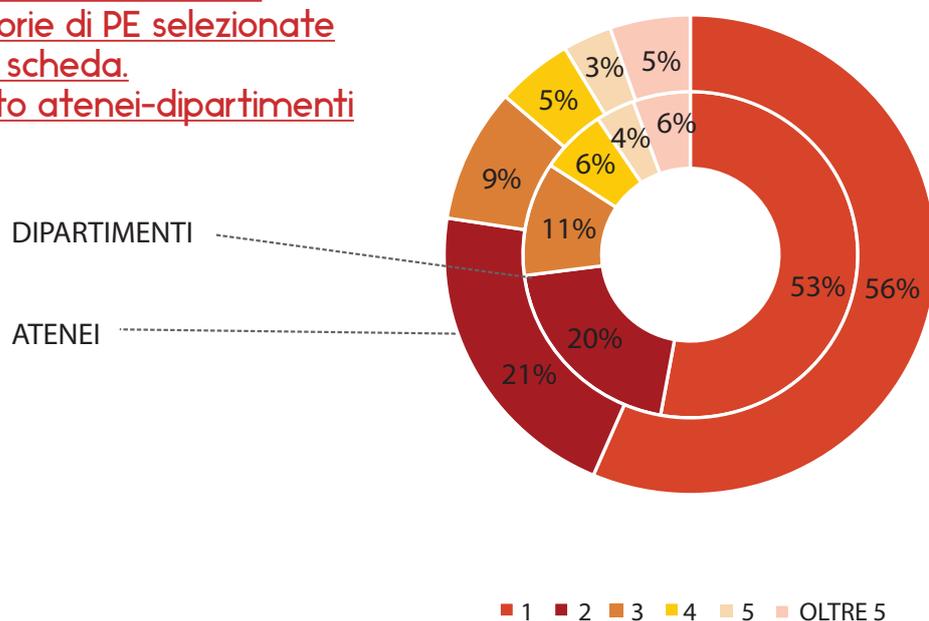
Il campo utilizzato per la raccolta di questa informazione è del tipo a "risposta multipla" senza informazioni sull'ordine di priorità. Si presenta quindi in diversi casi la situazione di un'iniziativa di PE associata a più di una categoria.

Nei grafici seguenti è presentata una sintesi del numero di categorie utilizzate per ogni singola scheda inserita.

Distribuzione del numero
di categorie di PE
selezionate per ogni scheda.
Confronto 2013-2014



Distribuzione del numero
di categorie di PE selezionate
per ogni scheda.
Confronto atenei-dipartimenti

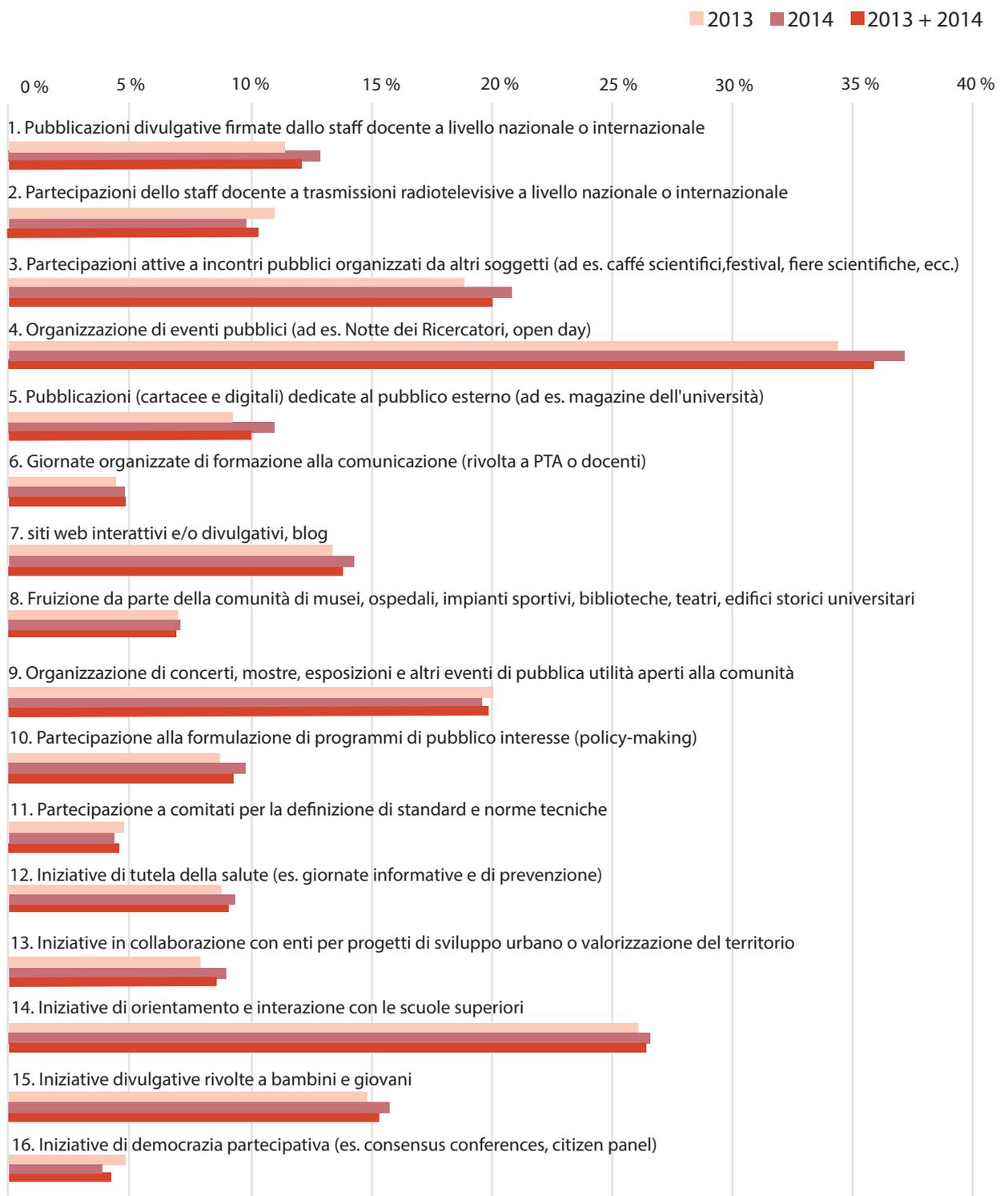


Come si può osservare dai grafici, poco meno del 50% delle schede presentano più di una categoria di PE. Non si riscontrano particolari differenze tra 2013 e 2014 e tra atenei e dipartimenti³. Questo risultato può rappresentare la difficoltà a individuare univocamente una categoria di PE caratteristica di una iniziativa, la tassonomia in alcuni casi troppo specifica rapportata a iniziative più articolate e complesse, la tendenza di alcune strutture e sotto-strutture all'inserimento non di una specifica iniziativa, ma di un insieme eterogeneo di attività accorpate in un'unica scheda (es: attività di divulgazione scientifica dell'ateneo).

3- Verificato che le distribuzioni delle categorie di PE non cambiano significativamente se si considerano esclusivamente i casi in cui è stata selezionata un'unica categoria di PE, per alcune delle prossime analisi, sarà utilizzato questo campione ristretto di casi.

Sono riportati di seguito i risultati della distribuzione di frequenza delle categorie di PE.

Distribuzione delle categorie di PE selezionate.
Confronto 2013-2014-totale



Dal grafico emerge che le categorie di PE maggiormente rappresentate sono, in ordine di frequenza dei casi:
Organizzazione di eventi pubblici
Orientamento e interazione con le scuole superiori
Partecipazione a incontri pubblici organizzati da altri soggetti

Se consideriamo uno dei principali fattori caratterizzanti delle iniziative di PE il livello di coinvolgimento tra il mondo accademico e il resto della società e di conseguenza la tipologia di relazione che si instaura tra questi, è possibile individuare **3 macro-tipologie di PE** sintetizzate nella tabella seguente [University of Oxford, 2016].

	A. INFORMAZIONE	B. ASCOLTO E DIALOGO	C. COLLABORAZIONE
Tipologia di relazione e coinvolgimento	Relazione uni-direzionale tra mondo accademico e società. <u>Coinvolgimento scarso o nullo</u>	Relazione bi-direzionale tra mondo accademico e società. La finalità principale è la ricezione dei feedback. <u>Coinvolgimento medio</u>	Relazione bi-direzionale tra mondo accademico e società. La finalità principale è la collaborazione e la co-partecipazione. <u>Coinvolgimento alto</u>
Esempi di attività di PE	Festival, Notte dei Ricercatori, presentazioni pubbliche, articoli, siti web	Dibattiti pubblici, consultazioni dal vivo e on-line, focus group	Citizen science, co-produzione di conoscenza

In analogia allo schema riportato sopra, attraverso un'analisi fattoriale, sono state ridotte le categorie di PE a tre tipi principali:

Variabile	Factor 1	Factor 2	Factor 3
cat_1	0,71	-0,0326	0,0256
cat_2	0,4442	-0,1212	-0,0633
cat_3	0,3657	0,1848	-0,009
cat_4	-0,1298	0,3923	0,075
cat_5	0,7384	0,0789	0,0886
cat_6	0,4778	0,1021	0,1259
cat_7	0,6174	0,1897	0,0701
cat_8	0,1952	0,5787	0,1561
cat_9	-0,0656	0,6806	0,0369
cat_10	0,5198	0,1543	-0,4209
cat_11	0,4859	-0,1968	-0,3468
cat_12	0,3104	-0,0777	-0,1362
cat_13	0,3548	0,3997	-0,2009
cat_14	-0,021	-0,0163	0,8343
cat_15	0,2542	0,439	0,6057
cat_16	0,3874	0,2595	-0,1794

Al primo tipo, che potremmo etichettare “**informazione e immagine dell’istituzione**”, appartengono le categorie:

- **Pubblicazioni divulgative**
- **Pubblicazioni dedicate al pubblico esterno**
- **Siti web**

Al secondo tipo, che potremmo etichettare “**eventi culturali e servizi per la comunità**”, appartengono le categorie:

- **Fruizione di musei, ospedali, impianti sportivi...**
- **Organizzazione di concerti, mostre...**

Al terzo tipo, che potremmo etichettare “**orientamento**”, appartengono le categorie:

- **Orientamento e interazione con le scuole superiori**
- **Iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani**

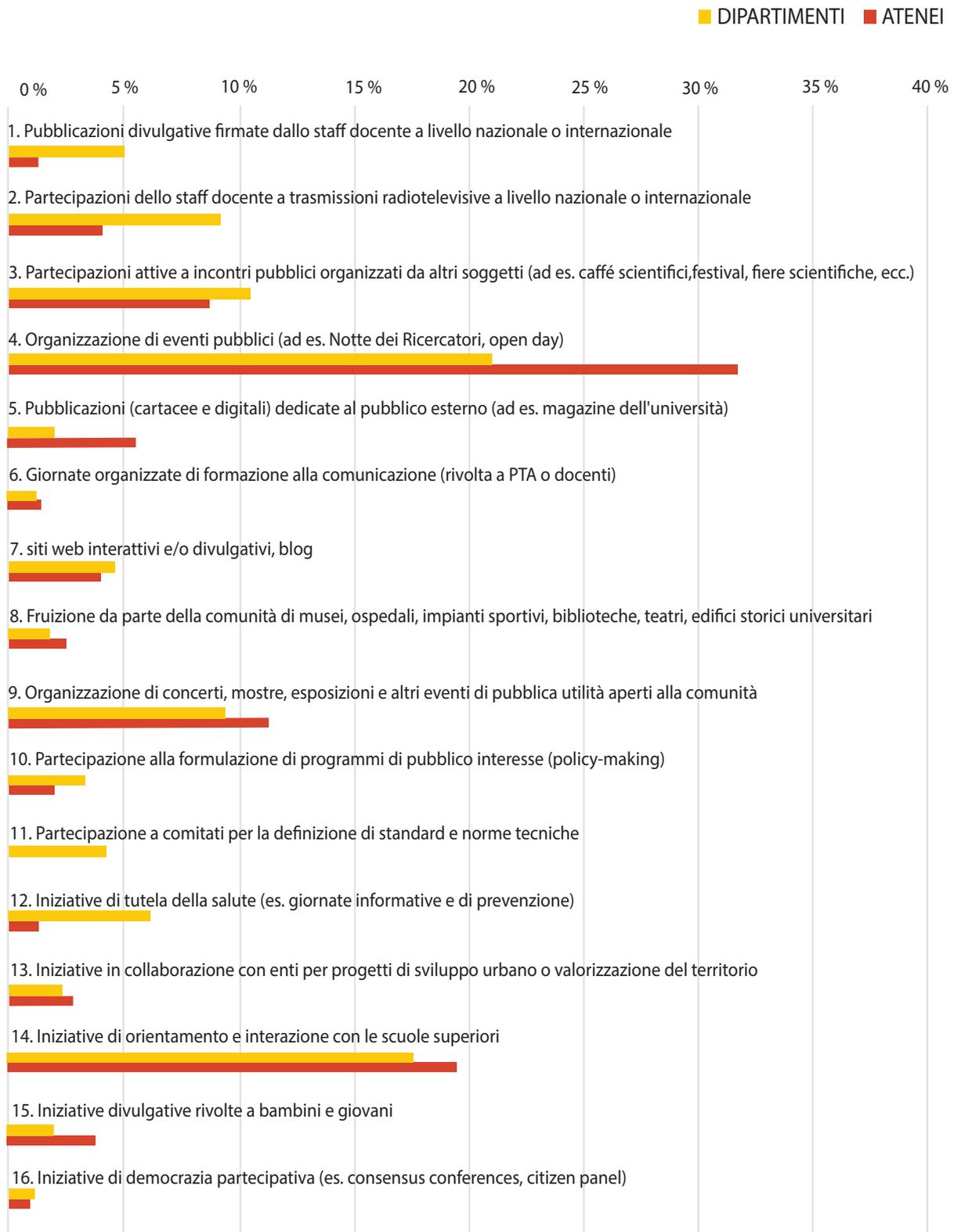
Da questi risultati emerge che le università italiane concentrano il loro sforzo prevalentemente verso tre tipologie principali di iniziative di PE a scarso/medio livello di coinvolgimento della società che hanno l’obiettivo di presentare e valorizzare l’immagine dell’istituzione, di offrire eventi culturali e servizi alla comunità e di orientare i giovani in ingresso.

Sulla base dello schema presentato a pag. 47 si può osservare quindi come la maggior parte delle schede di PE inserite dalle università e dai dipartimenti - secondo quanto emerge dall’analisi delle categorie di PE selezionate - rientri nella tipologia “INFORMAZIONE” e in alcuni casi “ASCOLTO E DIALOGO”.

Il grafico seguente mostra la distribuzione delle categorie di PE rispetto alla tipologia di struttura (ateneo o dipartimento).

Gli atenei sono più impegnati dei dipartimenti nell’organizzazione di eventi pubblici e culturali, in generale si occupano molto di orientamento in ingresso e curano le pubblicazioni dedicate al pubblico esterno.

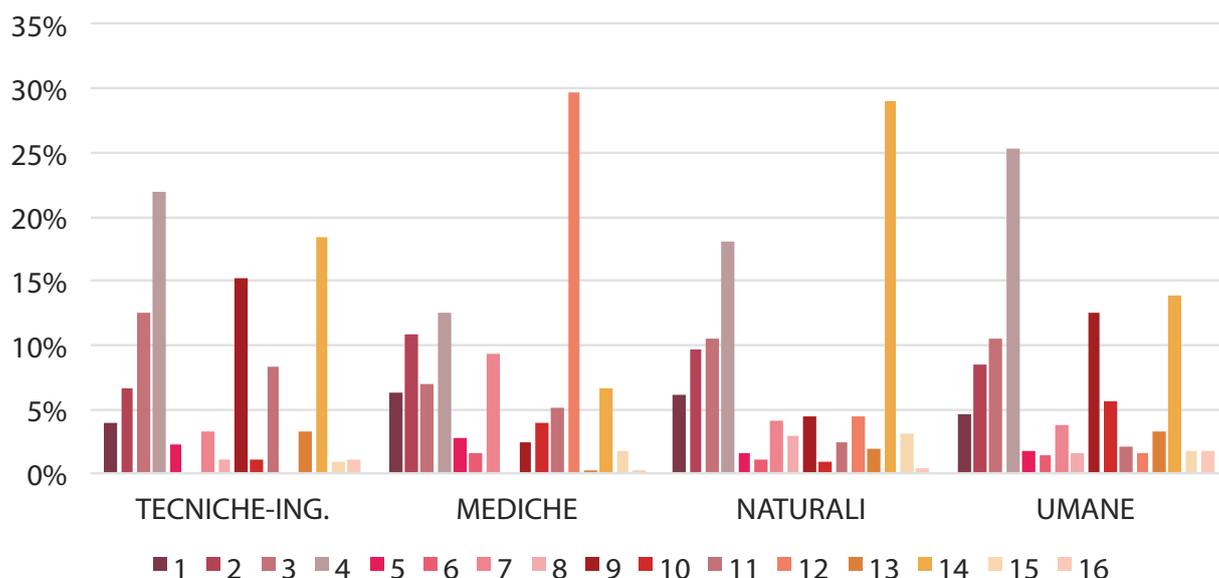
Distribuzione delle categorie di PE selezionate.
Confronto atenei-dipartimenti



Gli atenei sono più impegnati nei dipartimenti nell'organizzazione di eventi pubblici e culturali, in generale si occupano molto di orientamento in ingresso e curano le pubblicazioni dedicate al pubblico esterno.

Il grafico successivo mostra la distribuzione delle categorie di PE inserite dai soli dipartimenti rispetto alla macro-area disciplinare di riferimento.

Distribuzione delle categorie di PE selezionate dai dipartimenti per macro-area disciplinare



Senza entrare troppo nei dettagli della figura, è interessante osservare alcune caratteristiche distintive delle distribuzioni. Per le aree tecniche e ingegneristiche le attività più presenti sono gli eventi pubblici istituzionali e culturali e l'orientamento in ingresso; è significativa la partecipazione a comitati per la definizione di standard e norme tecniche.

Per le aree mediche non stupisce una prevalenza di iniziative di tutela della salute sostanzialmente assenti nelle altre aree. Questa area presenta inoltre la più alta presenza su radio, TV e sulla rete.

Le aree delle scienze naturali sono molto concentrate su orientamento, eventi pubblici istituzionali e caffè scientifici, festival, ecc.

Infine le scienze umane sono prevalentemente impegnate in eventi pubblici, sia istituzionali, sia culturali e nell'orientamento; è l'unica area ad avere percentuali significative in attività di democrazia partecipativa e di formulazione di programmi di pubblico interesse.

Questo quadro conferma una distribuzione caratteristica di ogni area disciplinare già emersa da precedenti studi [Scamuzzi, 2015].

In particolare emergono specifiche aperture dei diversi contesti disciplinari riconducibili a interlocutori privilegiati (per esempio i pazienti per quanto riguarda l'area medica e le istituzioni per l'area economico-sociale) e particolari esigenze di visibilità come il caso dell'orientamento in ingresso.

Una dimensione che sarebbe interessante analizzare è il tema scientifico relativo alla specifica iniziativa di PE. L'unica informazione a disposizione dalla base dati attuale è il riferimento all'area disciplinare del dipartimento che ha inserito la scheda oppure qualche riferimento all'interno della descrizione testuale molto difficile da trattare. Sarebbe opportuno inserire nella scheda delle iniziative di PE l'informazione relativa al tema scientifico interessato; una classificazione tematica oggi molto diffusa che potrebbe ben adattarsi è quella dei Panel ERC.

Segue l'analisi delle correlazioni tra le variabili delle categorie di PE.

La tabella mostra alcune correlazioni significative tra categorie di PE suggerendo gli accorpamenti proposti di seguito ed evidenziati nello schema.

	cat_1	cat_2	cat_3	cat_4	cat_5	cat_6	cat_7	cat_8	cat_9	cat_10	cat_11	cat_12	cat_13	cat_14	cat_15	cat_16
cat_1	1															
cat_2	0,2046	1														
cat_3	0,1453	0,094	1													
cat_4	-0,0315	-0,0755	-0,0085	1												
cat_5	0,3727	0,1651	0,1388	0,0255	1											
cat_6	0,121	0,0277	0,0596	0,0485	0,1062	1										
cat_7	0,2299	0,1449	0,1093	0,0125	0,2873	0,1101	1									
cat_8	0,0394	0,0107	0,0823	0,0774	0,0996	0,0221	0,1011	1								
cat_9	-0,0054	-0,031	0,0631	0,1089	0,026	0,0049	0,0553	0,2074	1							
cat_10	0,1061	0,0332	0,0995	-0,0288	0,1298	0,065	0,141	0,0283	-0,0125	1						
cat_11	0,1038	0,0209	0,0304	-0,0869	0,0858	0,0686	0,0776	-0,0107	-0,062	0,1995	1					
cat_12	0,0297	0,0112	0,0458	-0,0623	0,0763	0,0684	0,0568	0,0152	-0,0427	0,1084	0,0587	1				
cat_13	0,0823	0,0205	0,0714	0,0168	0,065	0,0856	0,1116	0,1137	0,0799	0,2141	0,072	-0,0073	1			
cat_14	-0,0331	-0,0846	-0,0422	-0,0108	0,0104	0,0698	0,0125	-0,0364	-0,0444	-0,0946	-0,0732	-0,0912	-0,0245	1		
cat_15	0,0514	-0,0016	0,1052	0,0567	0,0645	0,0662	0,1306	0,2009	0,1606	-0,0062	-0,0235	0,0653	0,047	0,314	1	
cat_16	0,0664	0,0517	0,045	0,0145	0,0665	0,0826	0,0906	0,0271	0,0288	0,179	0,0501	0,0105	0,1451	-0,0253	0,0466	1

INIZIATIVE INFORMATIVE E DIVULGATIVE

- Pubblicazioni divulgative
- Partecipazioni radio TV
- Pubblicazioni dedicate al pubblico esterno
- Siti web

EVENTI CULTURALI E SERVIZI ALLA COMUNITÀ

- Organizzazione di concerti, mostre, esposizioni aperti alla comunità
- Fruizione da parte della comunità di spazi dell'università

INTERAZIONE CON LE SCUOLE

- Orientamento in ingresso
- Iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani

COLLABORAZIONE CON LE ISTITUZIONI E I CITTADINI

- Formulazione programmi di pubblico interesse
- Progetti di sviluppo urbano, valorizzazione del territorio

IN SINTESI

- La maggior parte delle iniziative di PE – secondo le categorie selezionate - sono a scarso/medio livello di coinvolgimento: presentare e valorizzare l'immagine dell'istituzione, offrire eventi culturali e servizi alla comunità e orientare i giovani in ingresso
- L'organizzazione di eventi pubblici di presentazione e l'orientamento sono le categorie di PE maggiormente selezionate dagli atenei
- L'attività di PE dei dipartimenti dipende dall'area disciplinare di appartenenza

COMMENTI E PROPOSTE

- Alcune categorie di PE potrebbero essere accorpate riducendo la dimensione della tassonomia
- Sarebbe opportuno prevedere nelle prossime rilevazioni un ordine di priorità per le categorie di PE di un'iniziativa e l'indicazione del grado di coinvolgimento dei destinatari
- Non ci sono informazioni sul tema scientifico interessato dall'attività di PE; sarebbe opportuno prevedere l'utilizzo dei Panel ERC per raccogliere questa informazione, anche nella prospettiva di un maggior coinvolgimento e confronto a livello europeo

LE DESCRIZIONI DELLE INIZIATIVE DI PE E GLI ARGOMENTI LATENTI

Il campo che raccoglie la descrizione di ogni iniziativa di PE non è facilmente analizzabile essendo un testo libero di lunghezza variabile fino a 500 battute.

Tuttavia sono state utilizzate alcune **tecniche di topic modelling** per verificare la presenza di **strutture ricorrenti del testo** per tentare di classificare le attività di PE utilizzando le descrizioni e non le categorie dichiarate.

Le tecniche etichettate col nome di Topic Modeling sono strumenti fondamentali per l'estrazione di regole e modelli che forniscano modalità automatiche per organizzare, cercare e dare senso a grandi raccolte di dati testuali. L'ipotesi di base condivisa tra tali modelli è che i documenti dispongono di una struttura semantica latente che si può dedurre dalle distribuzioni statistiche delle parole all'interno dei documenti⁴.

L'analisi semantica latente (LSA) [Deerwester et al., 1990] è un metodo basato sull'algebra lineare che riduce le co-occorrenze tra parole nei documenti in spazi matriciali ridotti tali che le parole che sono vicine nel nuovo spazio risultano avere una "semantica" o significato simile. La sua versione probabilistica e generativa (pLSA) [Hofmann, 1999] aggiunge la gestione di un contesto variabile per ridurre il problema della polisemia (parole identiche con significati differenti).

Lo stato dell'arte su questo tema risulta a oggi essere la Latent Dirichlet Allocation (LDA) [Blei et al., 2003]. LDA è una versione probabilistica Bayesiana di LSA. Dato un corpus di documenti, l'idea che sta alla base di LDA è che tutti i documenti condividono lo stesso insieme di argomenti, ma ogni documento mostra tali argomenti in proporzioni diverse a seconda delle parole presenti in quel documento. Le tematiche, a loro volta, sono definite come diverse distribuzioni di probabilità sulle parole di un vocabolario fisso, e vengono interpretate limitando l'attenzione a parole con la frequenza più alta. Vengono osservati solo i documenti, mentre gli argomenti, le distribuzioni di argomenti per documenti e le assegnazioni di argomenti per documento sono strutture latenti derivanti dai dati.

Un vantaggio evidente di LDA è che le somiglianze degli argomenti stimati sono facilmente valutabili sfruttando una serie di misure di somiglianza delle distribuzioni di probabilità. Esistono ovviamente alcuni limiti noti di LDA, ad esempio il problema di estrarre gerarchie tematiche dai dati, e l'irrelevanza dell'ordine dei documenti nel corpus.

4 - I paragrafi relativi alla descrizione delle tecniche di topic modelling e alla metodologia utilizzata sono stati redatti dal dott. Luigi Di Caro del Dipartimento di Informatica dell'Università di Torino

LA METODOLOGIA UTILIZZATA

Sono descritti di seguito i passaggi eseguiti per generare *topic* (o argomenti) usando la tecnica LDA partendo dalle descrizioni testuali delle attività di PE.

L'analisi è caratterizzata da diverse fasi:

1. Pulizia (pre-processing) del testo
2. Creazione delle rappresentazioni Bag-Of-Words (BoW)
3. Applicazione LDA e revisione dei parametri;

Di seguito, sono riportati i dettagli delle tre fasi.

Per quanto riguarda la parte di pre-processing, i dati sono stati normalizzati in modo da poter essere utilizzati con successo da parte di tecnologie statistiche quali l'LDA. In particolare, alcuni campi (o attributi) dei dati non utili ai fini dell'analisi sono stati rimossi, la punteggiatura eliminata, il testo tokenizzato e trasformato in "lower case", e i termini presenti filtrati utilizzando una lista di stop words (parole non di contenuto come ad esempio gli articoli, gli avverbi, etc.). Tale lista è stata raffinata continuamente durante il processo di estrazione (il concetto di stop word è relativo al dominio di interesse). Inoltre, sono stati eliminati i termini con meno di 4 caratteri e usati due filtri aggiuntivi: un filtro per i termini che non erano presenti in almeno 10 schede sul totale del corpus, e un altro per rimuovere i 20 termini più frequenti all'interno del corpus (tecnica standard legata alla teoria della distribuzione di Zipf secondo la quale i termini più frequenti in un corpus sono da considerarsi al pari di stop word non significative). Il valore di soglia uguale a 20 è stato definito dopo diversi cicli di computazione e valutazione.

Come in ogni approccio computazionale al trattamento automatico del testo, i campi testuali sono stati trasformati in bag of words (BOW), una rappresentazione che memorizza informazioni di frequenza (in realtà score di importanza basati sulla mutua informazione) relativamente a tutte le parole usate nel corpus. Tale rappresentazione permette la gestione dei testi in termini di calcolo di vicinanza semantica e probabilità statistica di apparizione nei documenti e nei *topic*.

L'applicazione dell'analisi latente dei topic è stata effettuata utilizzando la tecnica LDA, e in particolare attraverso l'uso della libreria TMT di Stanford (<https://nlp.stanford.edu/software/tmt/tmt-0.4/>).

I parametri utilizzati sono stati i seguenti:

- numero topics = 10
- topic e term smoothing = 0.01
- numero di iterazioni = 2000

Tali parametri sono il risultato di diverse iterazioni di analisi seguite da una valutazione qualitativa dei topic risultanti. La scelta del numero di *topics* uguale a 10 è dettata da una serie di tentativi con quantitativi diversi che hanno portato a risultati di qualità inferiore (*topic* eterogenei, *topic* disaggregati o ridondanti).

Segue l'elenco dei 10 argomenti generati dal modello con i termini caratteristici di ognuno, l'etichetta proposta per identificarli e la tipologia di interazione secondo lo schema di pag. 47.

Argomento 01 /
Divulgazione, Radio, Tv,
Quotidiani, Web

> nulla o scarsa
interazione

A word cloud in shades of red and pink. The most prominent words are 'divulgazione', 'radio', 'trasmissione', 'comunicazione', 'particolare', 'nazionale', 'trasmissioni', 'risultati', 'dedicato', 'articoli', 'Sito', 'diffusione', 'partecipazione', 'intervista', and 'online'. Other smaller words include 'eventi', 'carattere', 'rivista', 'onda', and 'temi'.

Argomento 02 /
Eventi scientifici con i
ricercatori dentro e fuori
i laboratori

> interazione media

A word cloud in shades of red and pink. The most prominent words are 'ricercatori', 'laboratori', 'iniziative', 'bambini', 'esperienze', 'conferenze', 'scienze', 'visite', 'cittadinanza', 'territorio', 'chimica', 'fisica', 'guidate', 'seminari', and 'divulgazione'. Other smaller words include 'stati', 'museo', 'scienza', 'notte', and 'eventi'.

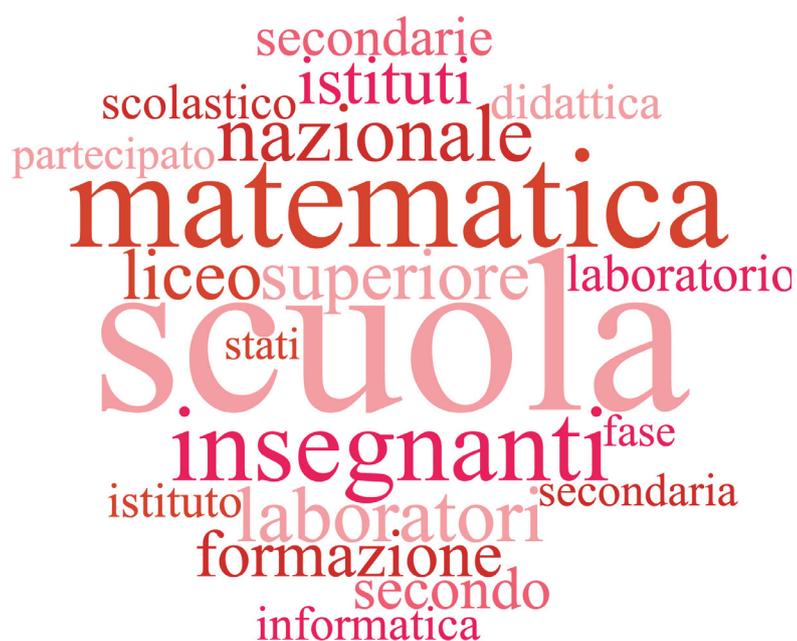
Argomento 03 /
Salute, Prevenzione,
Medicina

> interazione media



Argomento 04 /
Attività con le scuole,
didattica innovativa,
laboratori, science
education

> interazione media



Argomento 05 /
Eventi culturali, Festival,
Contaminazioni

> interazione
scarsa-media



Argomento 06 /
Mostre, Musei, Beni
Culturali

> interazione
scarsa-media



Argomento 07 /
Iniziative con istituzioni
locali, regionali, europee

> interazione
medio-alta

A word cloud in shades of red and pink. The most prominent words are 'partecipazione', 'regione', 'formazione', 'territorio', 'convegno', 'lavoro', and 'associazioni'. Other visible words include 'organizzato', 'cultural', 'europea', 'istituzioni', 'nazionale', 'centro', 'diritto', 'studio', 'politiche', 'pubblici', 'enti', 'comune', 'sociale', 'regione', 'studio', 'pubblici', 'enti', 'sociale', 'comune', 'territorio', 'convegno', 'lavoro', 'associazioni'.

Argomento 08 /
Iniziative con il mondo
produttivo

> interazione
medio-alta

A word cloud in shades of red and pink. The most prominent words are 'incontro', 'aziende', 'organizzato', 'convegno', 'workshop', 'lavoro', and 'economia'. Other visible words include 'presentazione', 'innovazione', 'settore', 'imprese', 'territorio', 'crisi', 'mondo', 'stati', 'oltre', 'esperti', 'confronto', 'tema', 'partecipato', 'oltre', 'esperti', 'confronto', 'tema', 'partecipato', 'organizzato', 'convegno', 'workshop', 'lavoro', 'economia'.

Argomento 09 /
Orientamento

> interazione
scarsa



Argomento 10 /
Partecipazione
a programmi
di pubblico interesse

> interazione
medio-alta



Segue una sintesi degli argomenti e delle rispettive tipologie di interazione.

ARGOMENTO	LIVELLO DI COINVOLGIMENTO
01 – Divulgazione, radio, TV, quotidiani, web	Nulla o scarso
02 – Eventi scientifici con i ricercatori dentro e fuori i laboratori	Medio
03 – Salute, prevenzione, medicina	Medio
04 – Attività con le scuole, didattica innovativa, laboratori, science education	Medio
05 – Eventi culturali, festival, contaminazioni	Scarso o medio
06 – Mostre, musei, beni culturali	Scarso o medio
07 – Iniziative con istituzioni locali, regionali, europee	Medio o alto
08 – Iniziative con il mondo produttivo	Medio o alto
09 – Orientamento in ingresso	Scarso
10 – Partecipazione a programmi di pubblico interesse	Medio o alto

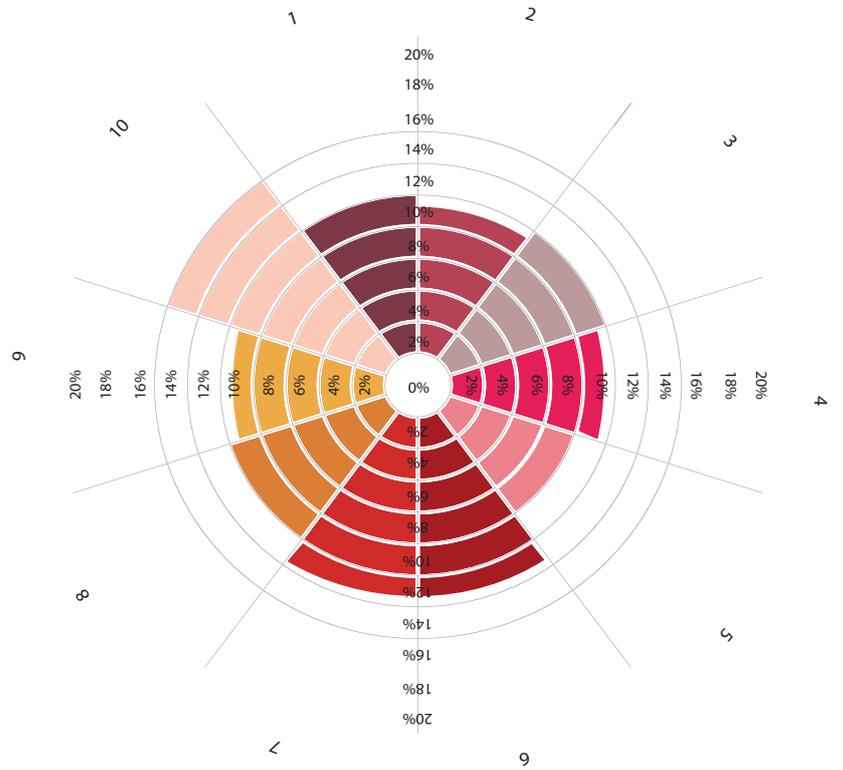
Come si può osservare, gli argomenti estratti dall'analisi LDA in alcuni casi descrivono le iniziative di PE sulla base della tipologia di attività – casi 01, 02, 03, 04, 05, 06, 09 – in altri casi descrivono una specifica categoria di destinatari – casi 06, 07, 08, 10.

In generale, dall'analisi delle descrizioni brevi che accompagnano le schede di PE inserite da atenei e dipartimenti, emerge - rispetto alla distribuzione delle categorie di PE selezionate - una maggiore omogeneità di iniziative sia per quanto riguarda i destinatari sia rispetto al grado di coinvolgimento.

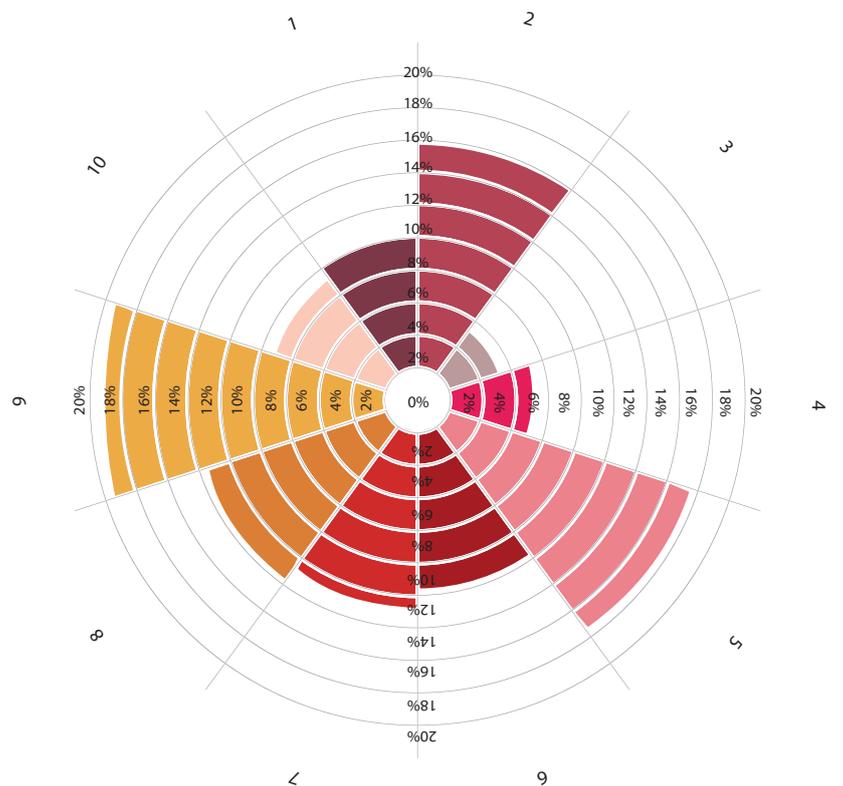
Sugli argomenti individuati sono state realizzate una serie di analisi per descrivere le distribuzioni rispetto alle principali variabili caratteristiche delle iniziative di PE in analogia con quanto già presentato in precedenza rispetto alle categorie.

Distribuzione
degli argomenti.
Confronto
atenei-dipartimenti

DIPARTIMENTI

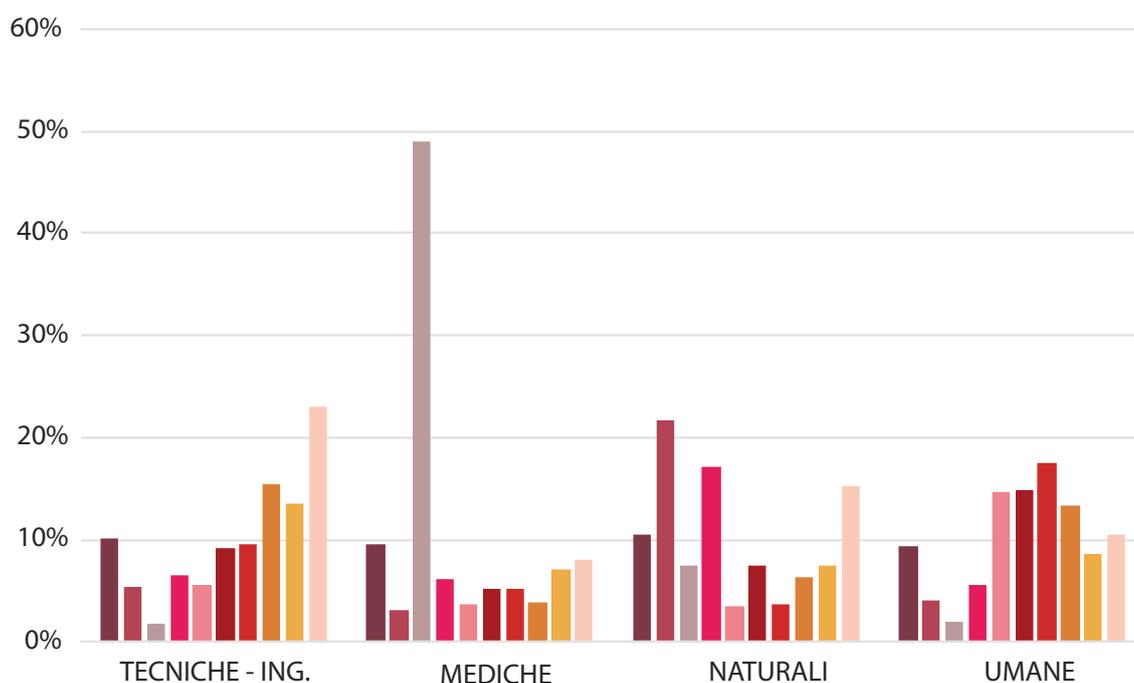


ATENEI



Dal grafico emerge – in analogia con quanto osservato rispetto alle categorie di PE selezionate - una propensione da parte degli atenei all'organizzazione di **iniziative di orientamento in ingresso, di eventi culturali, festival, contaminazioni e di eventi scientifici** con i ricercatori. I dipartimenti risultano più attivi nella partecipazione a programmi di pubblico interesse, nell'organizzazione di mostre, musei, esposizioni e nelle iniziative con le istituzioni e il mondo produttivo.

Distribuzione degli argomenti. per macro-area disciplinare dei dipartimenti



Anche nel caso degli *argomenti* si verifica una distribuzione caratteristica rispetto alle macro-aree disciplinari di appartenenza dei dipartimenti.

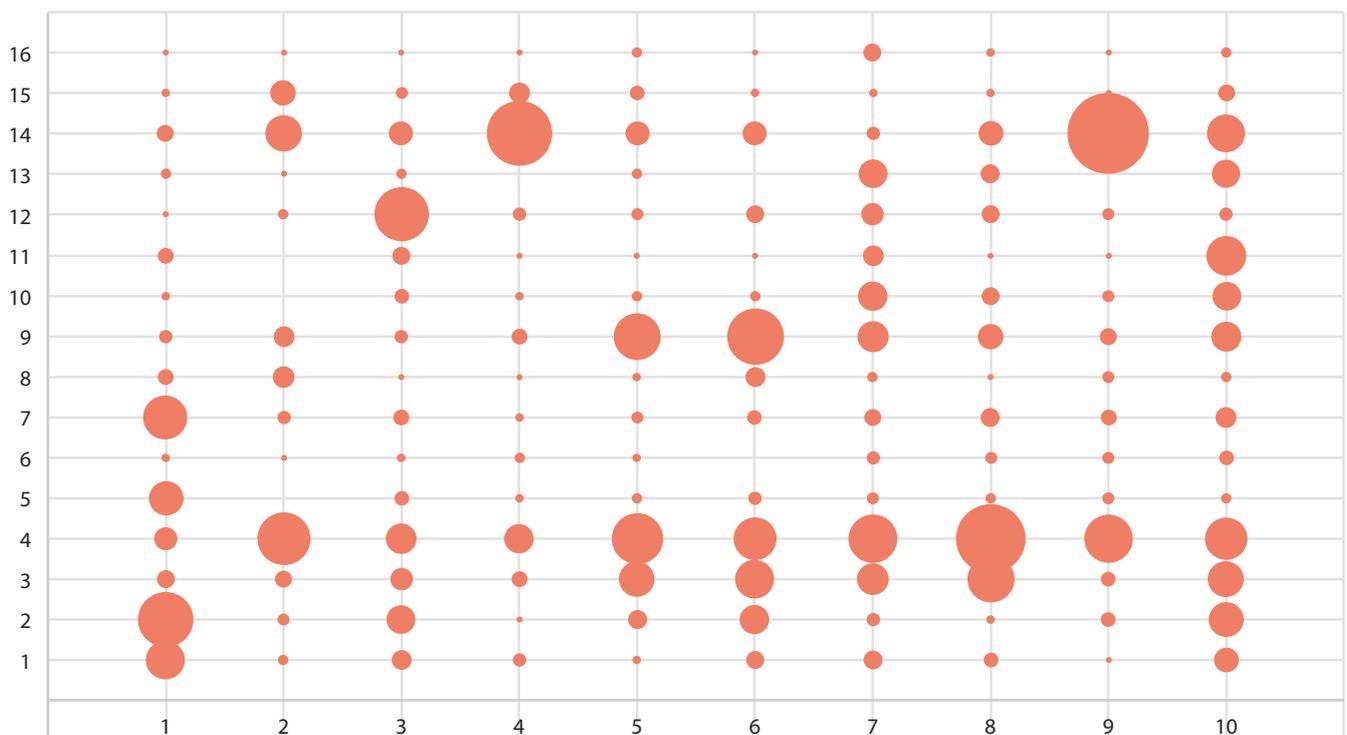
Per l'area tecnica-ingegneristica non stupisce trovare un picco sulla partecipazione a programmi di pubblico interesse e per l'area medica sulle iniziative legate al tema salute, prevenzione e medicina.

Le altre presentano una maggiore varietà di argomenti con le scienze naturali particolarmente impegnate in eventi scientifici con i ricercatori e in iniziative di science education rivolte alle scuole e le umanistiche in eventi culturali e iniziative con le istituzioni e il mondo produttivo.

Infine è interessante analizzare come si relazionano gli argomenti estratti dalle descrizioni con le categorie di PE dichiarate dai compilatori. Nel grafico seguente l'area delle bolle è proporzionale alla correlazione tra categoria (sulle righe) e argomento (sulle colonne).

Infine è interessante analizzare come si relazionano gli argomenti estratti dalle descrizioni con le categorie di PE dichiarate dai compilatori. Nel grafico seguente l'area delle bolle è proporzionale alla correlazione tra categoria (sulle righe) e argomento (sulle colonne).

Correlazione tra categorie di PE e argomenti estratti dall'analisi LDA



Dall'analisi del grafico è possibile verificare la bontà sia dell'analisi LDA, sia dell'interpretazione degli argomenti.

Emerge che la categoria di PE "organizzazione di eventi pubblici" cela al suo interno una grande varietà di iniziative con diversi interlocutori e che la categoria "iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori" ha due anime: una dedicata all'orientamento in ingresso e una alla didattica innovativa e alla *science education*.

IN SINTESI

- l'analisi LDA dei testi descrittivi delle iniziative fornisce interessanti indicazioni sulle tipologie di attività e sui destinatari
- gli atenei sono più concentrati su eventi scientifici, eventi culturali e orientamento, i dipartimenti su iniziative più vicine ai destinatari
- l'attività di PE dei dipartimenti ed eventuali interlocutori privilegiati dipendono dall'area disciplinare di appartenenza
- emerge un gruppo omogeneo di attività di interazione a una via
- emerge un gruppo omogeneo di attività relative alla medicina e alla salute
- le attività con le scuole sono di due tipi: orientamento e science education
- emerge un gruppo omogeneo di eventi culturali e servizi alla comunità
- le descrizioni mostrano un peso maggiore delle iniziative in collaborazione con territorio, istituzioni e mondo produttivo sotto-stimate nell'analisi delle categorie di PE selezionate

DATA E DURATA DI SVOLGIMENTO DELLE INIZIATIVE DI PE

La scheda per l'inserimento delle iniziative di PE nella SUA-RD prevede due campi di tipologia "data" per la data di inizio e la data di fine attività.

Da questi due campi è stata calcolata la durata dell'iniziativa in giorni, successivamente classificata in "puntuale" nel caso di durata inferiore a 5 giorni, "annuale" nel caso di durata pari a 365 giorni e "varia" in tutti gli altri casi.

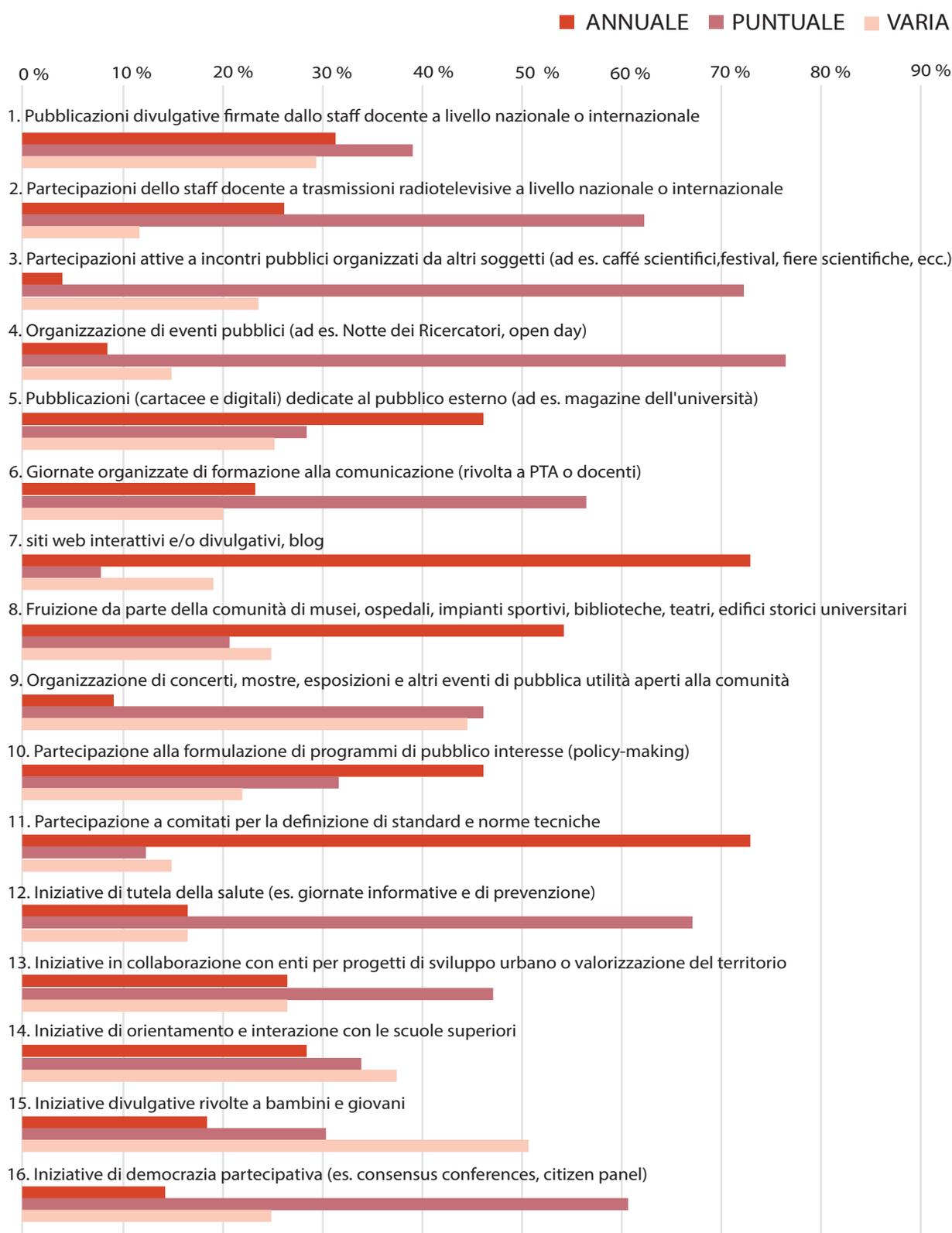
A pag. 67 il grafico con i risultati dell'analisi della durata degli eventi in base alla categoria principale di PE selezionata.

Come si può osservare in alcuni casi è possibile individuare una "durata" caratteristica a seconda della tipologia di scheda inserita. Sono più frequentemente **eventi di tipo "puntuale"** le partecipazioni a trasmissioni radio e TV, la partecipazione e l'organizzazione di eventi pubblici, le iniziative di tutela della salute. Sono prevalentemente **iniziative di tipo "annuale"** le pubblicazioni per il pubblico esterno, i siti web, la fruizione di spazi e servizi e la partecipazione a comitati.

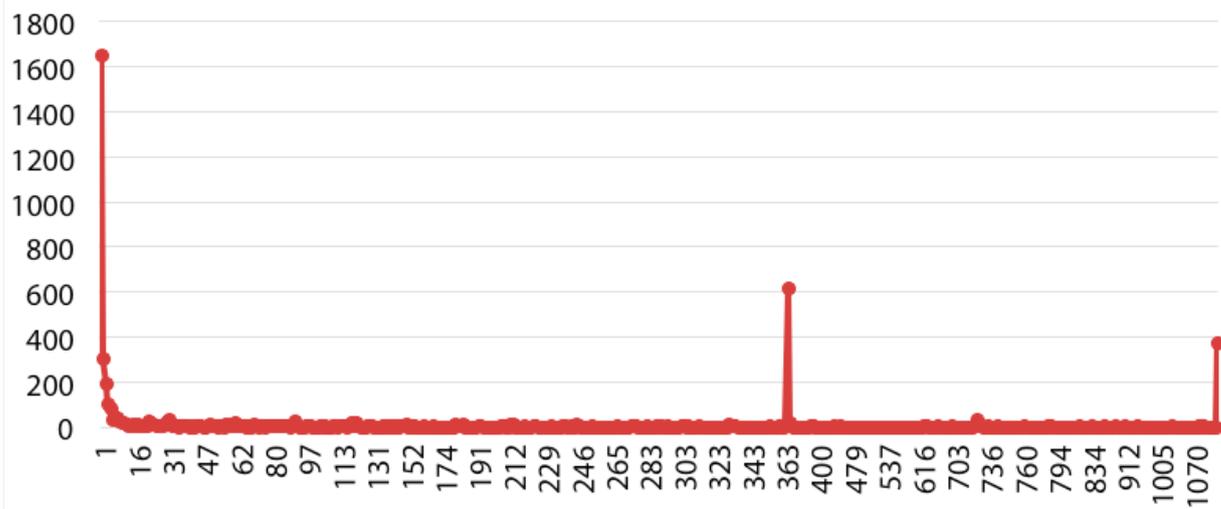
Dal grafico di pag. 68, che mostra la distribuzione della durata in giorni di tutte le iniziative inserite, si può notare un picco principale in corrispondenza della durata di un giorno e due picchi secondari sull'anno e sui tre anni (dovuto alle schede inserite in SUA-RD 2013 che consideravano un arco temporale triennale).

Il dato temporale così strutturato non fornisce tuttavia informazioni sull'effettiva durata e periodicità dell'iniziativa nell'anno in esame (settimanale, mensile,...) e sulla periodicità storica che permetterebbe di riconoscere le iniziative nuove da quelle che hanno una tradizione e un certo numero di edizioni già realizzate nel passato.

Distribuzione della durata degli eventi per categoria di PE selezionata



Distribuzione della durata in giorni delle iniziative di PE



IN SINTESI

- Le iniziative di PE possono essere classificate per quanto riguarda la loro durata in “puntuale”, “annuale” e “varia/periodica”, ma i dati a disposizione non permettono di avere informazioni sulla periodicità
- Non si hanno informazioni storiche sulle iniziative che possono essere nuove o seguire edizioni di anni precedenti

COMMENTI E PROPOSTE

- Sarebbe opportuno prevedere una matrice di campi “data” per raccogliere più periodi temporali all’interno dell’anno e un campo per rilevare la periodicità storica dell’iniziativa di PE

IL BUDGET DELLE INIZIATIVE

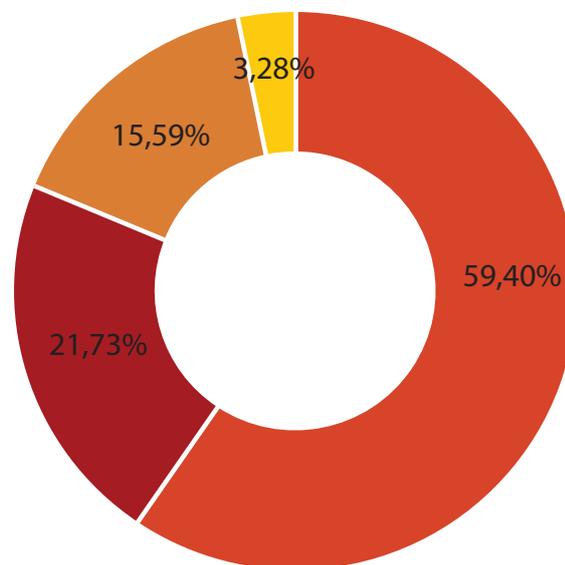
Ogni iniziativa è caratterizzata da due voci di budget, una **complessiva** e una relativa alla parte di fondi provenienti da **Enti esterni**. I campi per l'inserimento di queste informazioni sono di tipo numerico libero, pertanto in fase di analisi la variabile è stata classificata utilizzando le seguenti categorie:-

- **Da zero a € 1.000 (inclusi i casi con risposta "mancante")**
- **Da € 1.000 a € 10.000**
- **Da € 10.000 a € 100.000**
- **Oltre € 100.000**

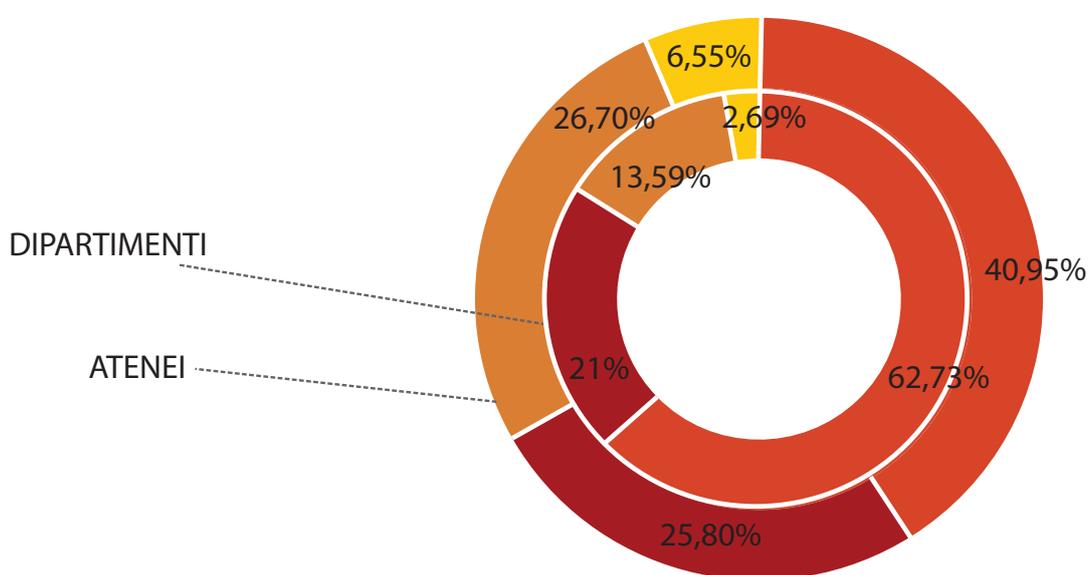
Dall'analisi non si osservano differenze significative tra gli anni 2013 e 2014 pertanto nelle successive analisi si prenderà in considerazione l'insieme dei dati disponibili.

Seguono i grafici con i risultati della distribuzione del budget complessivo per tipologia di scheda inserita (ateneo o dipartimento).

Budget complessivo totale
e per struttura



0 - 1.000 ■ 1.000 - 10.000 ■ 10.000 - 100.000 ■ Oltre 100.000



■ 0 - 1.000 ■ 1.000 - 10.000 ■ 10.000 - 100.000 ■ Oltre 100.000

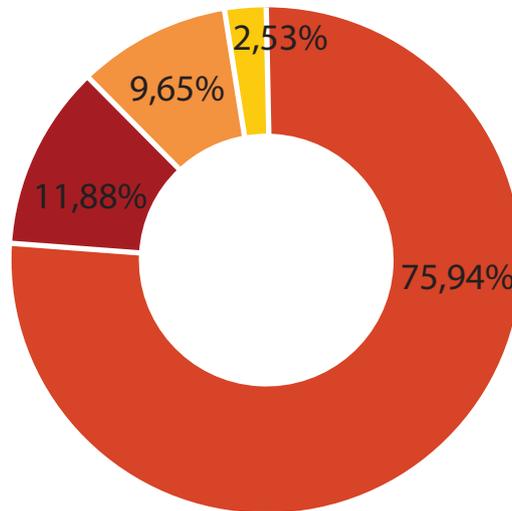
L'analisi mostra che in quasi il 60% dei casi le iniziative sono state realizzate con un budget inferiore a € 1.000 oppure non erano disponibili informazioni.

Questo risultato evidenzia sia la difficoltà a reperire questo tipo di informazione sia che gli atenei e i dipartimenti non hanno valorizzato economicamente il lavoro del personale impegnato nelle diverse iniziative. Per una più efficace descrizione delle attività di PE risulta quindi importante raccogliere anche tale informazione nella forma del numero di ore dedicate dal personale amministrativo e del numero di ricercatori, docenti, PostDoc coinvolti.

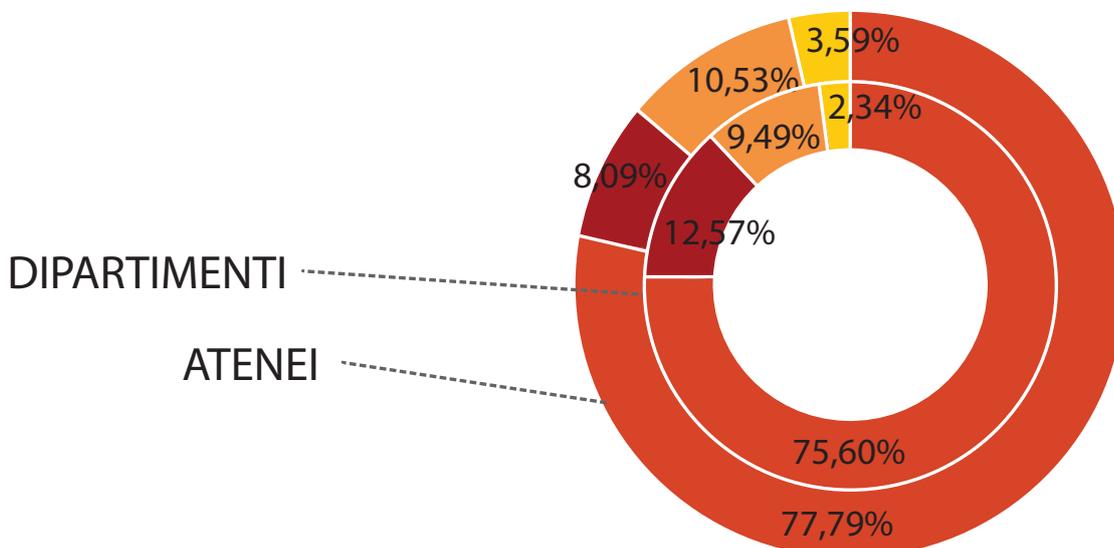
È inoltre interessante notare come le schede inserite dagli atenei presentino un maggior numero di iniziative con finanziamenti compresi tra € 10.000 e € 100.000 evidenziando una maggiore possibilità da parte delle istituzioni centrali di organizzare iniziative più impegnative economicamente rispetto ai dipartimenti.

Analoghe osservazioni possono essere effettuate per quanto riguarda la parte di budget proveniente da fonti esterne all'ateneo anche se in questo caso la differenza tra ateneo e dipartimenti è meno evidente.

Budget esterno totale
e per struttura

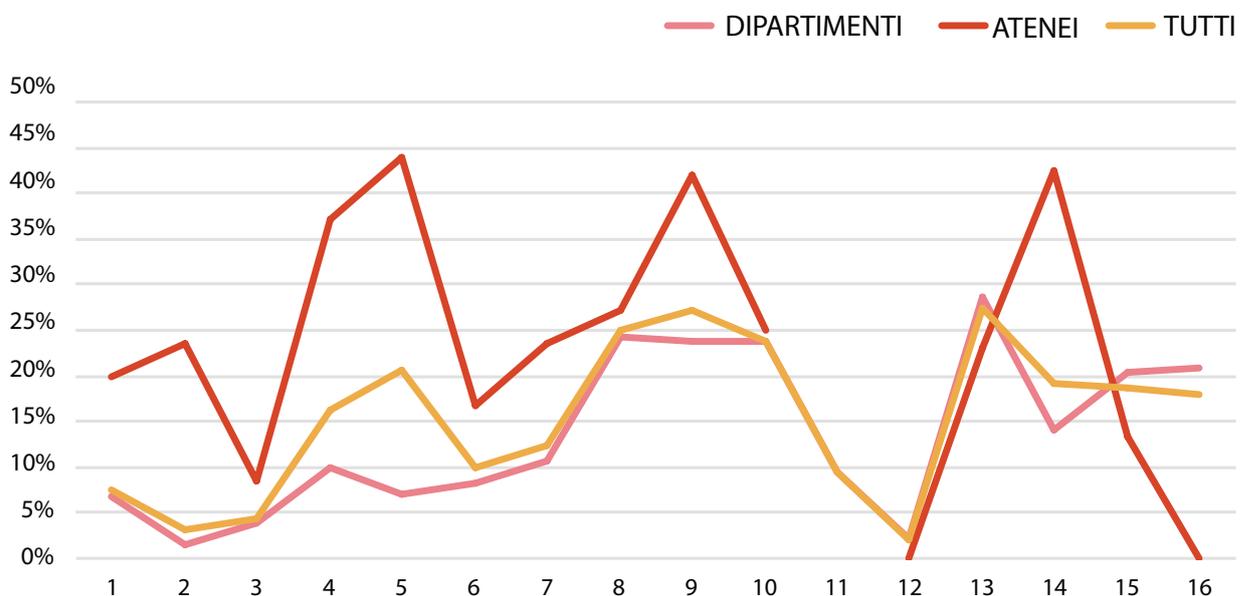


■ 0 - 1.000 ■ 1.000 - 10.000 ■ 10.000 - 100.000 ■ Oltre 100.000



Accorpendo ulteriormente le due categorie superiori, considerando quindi le iniziative con budget complessivi superiori a € 10.000, è interessante osservare la distribuzione di questa variabile rispetto alla categoria di PE indicata nella scheda.

Percentuale di iniziative con budget complessivo medio-alto.
Confronto dipartimenti-atenei-totale



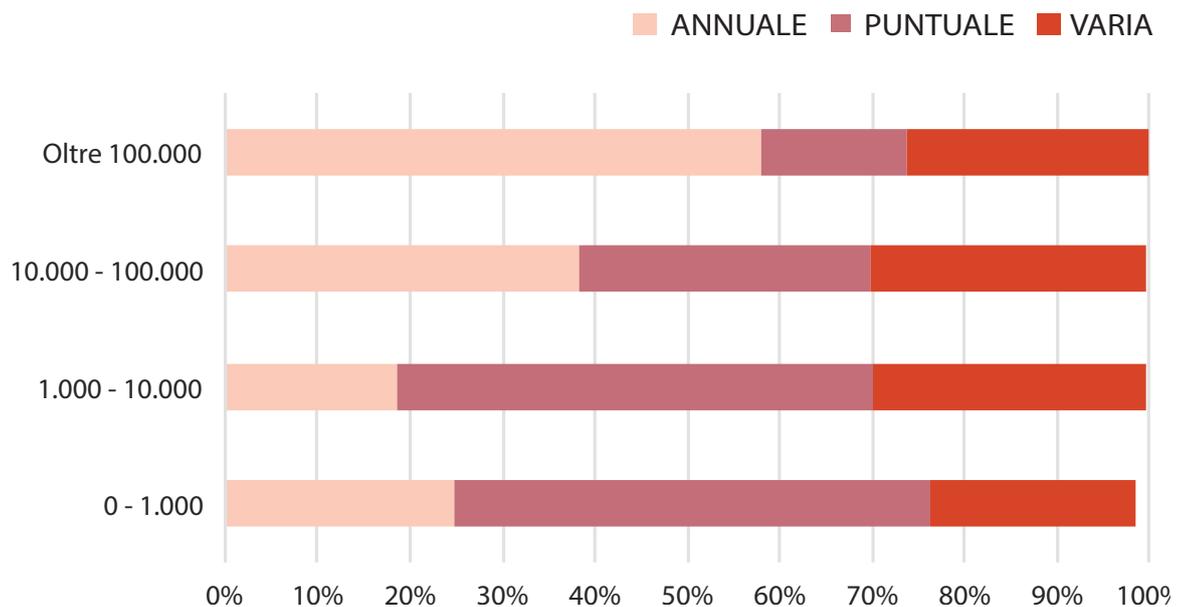
Si osserva che le iniziative di public engagement che più frequentemente presentano budget complessivi medio-alti sono la fruizione di spazi da parte della comunità, l'organizzazione di eventi culturali, la partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse e le iniziative di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio.

Inoltre alcune attività degli atenei presentano un budget superiore rispetto alle stesse organizzate dai dipartimenti: l'organizzazione di eventi pubblici, le pubblicazioni dedicate al pubblico esterno, l'organizzazione di eventi culturali e le iniziative di orientamento.

Ipotizzando che il costo di un'iniziativa sia in relazione con la durata della stessa è interessante analizzare la distribuzione dei budget complessivi rispetto alle tipologie "annuale", "puntuale", "varia" già descritte in precedenza.

Come si osserva dal grafico quasi il 60% delle iniziative con un budget superiore a € 100.000 si riferiscono ad attività di tipo "annuale", mentre i budget più contenuti sono per il 50% attribuibili a eventi "puntuali".

Confronto tra budget complessivo
e durata dell'iniziativa di PE



Infine sono state confrontate le informazioni relative al budget complessivo dichiarato con la parte di finanziamento esterno. Dalla tabella si osserva che all'aumentare del costo dell'iniziativa aumenta progressivamente anche il contributo economico esterno all'ateneo. Questo risultato evidenzia una capacità delle istituzioni universitarie di finanziare autonomamente iniziative di piccole medie dimensioni, mentre per attività più impegnative è indispensabile un intervento esterno.

		finanziamenti esterni			
		0-1.000	1.000 -10.000	10.000 - 100.000	> 100.000
budget complessivo	0-1.000	100%	-	-	-
	1.000 -10.000	56%	44%	-	-
	10.000 - 100.000	26%	14%	59%	-
	> 100.000	11%	1%	11%	77%

IN SINTESI

- Il 60% delle iniziative è realizzato con budget scarsi o nulli o non è disponibile l'informazione
- Non ci sono informazioni sul personale amministrativo e accademico coinvolto e questa componente non è quindi valorizzata economicamente
- Il costo di un'iniziativa dipende dalla tipologia e dalla durata
- Le iniziative più costose necessitano spesso di fondi esterni rilevando la mancanza di fondi specifici per il PE a disposizione delle istituzioni

COMMENTI E PROPOSTE

- Sarebbe opportuno prevedere un campo per la rilevazione dell'impegno nel PE del personale accademico e amministrativo

L'IMPATTO STIMATO

La descrizione dell'impatto dell'iniziativa di PE è stata raccolta attraverso un campo di testo libero non facile da analizzare.

In questi campi sono infatti presenti moltissime quantità numeriche associate a categorie non omogenee oltre a numerosi aggettivi che non forniscono informazioni quantitative come per esempio: ampia partecipazione, moltissime presenze, pubblico numeroso,...

In generale, dai dati disponibili da precedenti ricerche e da un'analisi qualitativa dei testi inseriti, si osserva una scarsa dimestichezza da parte delle università a monitorare e valutare le proprie iniziative di PE e di conseguenza a misurarne e a descriverne l'impatto.

Una semplice analisi delle ricorrenze dei principali termini all'interno di questo corpus è tuttavia interessante perché mostra la compresenza al suo interno di informazioni di 3 tipologie differenti: i destinatari dell'iniziativa (in magenta), la dimensione geografica (in arancione) e l'impatto mediatico (in granata).



IN SINTESI

- Scarsa dimestichezza a misurare e valutare l'impatto delle iniziative di PE
- Compresenza di informazioni sui destinatari, sulla dimensione geografica dell'iniziativa e sull'attenzione della stampa

COMMENTI E PROPOSTE

- Sarebbe opportuno inserire nella scheda di rilevazione il campo destinatari e il campo dimensione geografica
- Sarebbe opportuno affiancare al campo destinatari un campo numerico per la rilevazione dell'impatto, misurato come numerosità del pubblico coinvolto

ALLEGATI E LINK A SITI WEB

Ogni scheda di public engagement nella SUA-RD prevede la possibilità di inserire in allegato un documento di approfondimento e un indirizzo web di riferimento dell'iniziativa in oggetto. Su questi campi è stata effettuata esclusivamente un'analisi descrittiva dei riferimenti inseriti dagli atenei e dai dipartimenti sintetizzati nella tabella seguente.

	schede inserite	allegati	link
Ateneo	779	290 (37%)	683 (88%)
Dipartimento	4320	1206 (28%)	3510 (81%)
Totale	5099	1496	4193

Come si può osservare la frequenza di presenza di queste due informazioni è leggermente inferiore nei casi dei dipartimenti, mentre il campo maggiormente utilizzato è l'indirizzo web. Questo risultato mostra un elevato utilizzo del web da parte delle istituzioni per promuovere le proprie iniziative di PE e una minore propensione alla redazione di documenti di monitoraggio o reportistica delle attività, o perlomeno a una minore disponibilità di tale informazione.

IN SINTESI

- Gli atenei e i dipartimenti utilizzano molto il web per presentare le proprie iniziative di PE

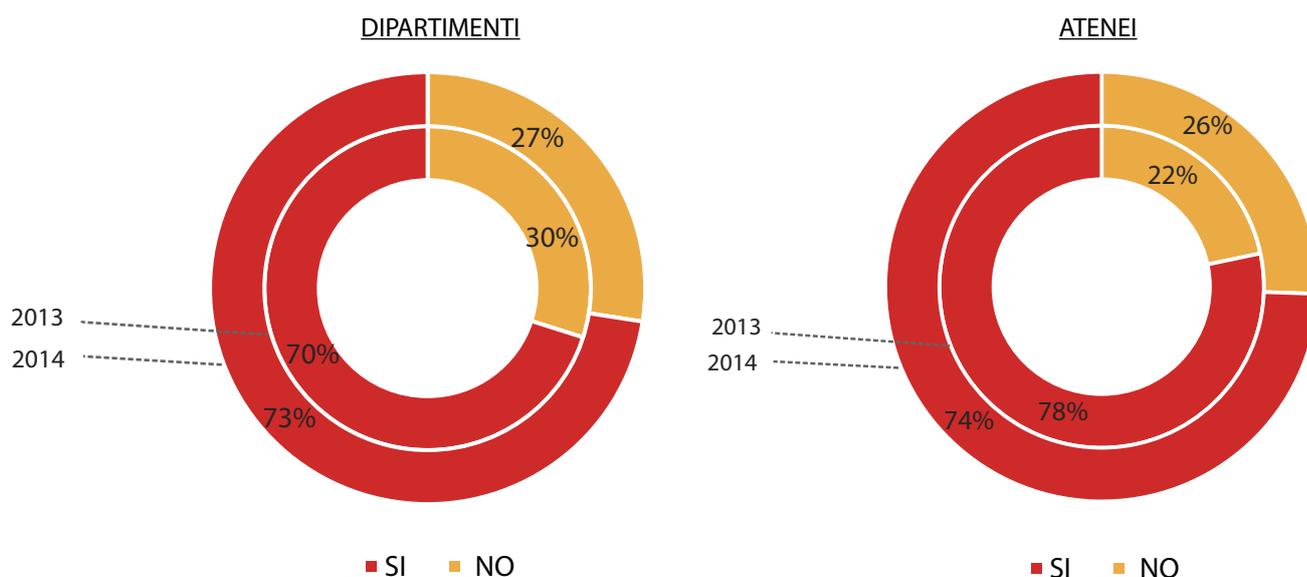
IL MONITORAGGIO DELLE INIZIATIVE DI PE

La rilevazione relativa all'ambito public engagement della SUA-RD Terza Missione ha raccolto anche alcune informazioni sull'organizzazione degli atenei e dei dipartimenti per quanto riguarda il monitoraggio delle iniziative.

In particolare è stato chiesto se esiste una struttura che svolge questo compito e, come si può osservare dai grafici, circa il 70 % dei dipartimenti e qualche punto percentuale in più per quanto riguarda gli atenei hanno dichiarato di averla con piccole differenze tra 2013 e 2014.

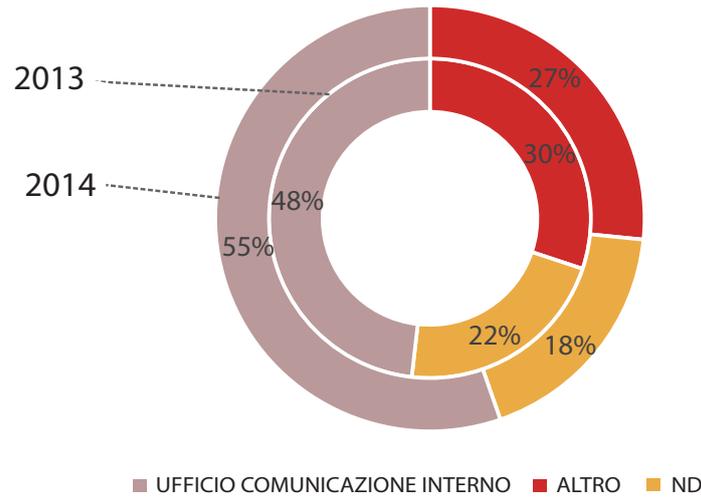
È interessante osservare, se si confrontano i dati forniti dall'ateneo con quelli dei rispettivi dipartimenti, come il rapporto tra il numero di sotto-strutture che hanno dichiarato di avere una struttura che si occupa del monitoraggio e quelli che hanno risposto "no" è superiore nel caso anche l'ateneo abbia risposto "si". Questo risultato evidenzia una certa omogeneità nelle strategie organizzative delle istituzioni e delle loro sotto-strutture dipartimentali, come già osservato nel caso dell'attività o inattività delle stesse.

Presenza di una struttura che si occupa del monitoraggio delle iniziative di PE. Confronto 2013-2014 atenei - dipartimenti



Agli atenei che hanno dichiarato di avere una struttura che si occupa del monitoraggio delle iniziative di PE è stato anche chiesto di indicare la tipologia. Nel 50% circa dei casi si tratta della struttura di comunicazione dell'università e nel 30% di altre strutture.

Tipologie di strutture che si occupano del monitoraggio delle iniziative di PE. Confronto 2013-2014



È stato infine chiesto agli atenei di inserire il numero di addetti a tempo pieno impegnati nel monitoraggio delle iniziative di PE.

2013		2014	
# Addetti ETP	Frequenza	# Addetti ETP	Frequenza
0	3	0	6
1	16	1	16
2	12	2	17
3	8	3	11
4	7	4	7
5	3	5	3
6	2	6	1
8	1	8	4
10	1	11	1
12	1	ND	28
17	1		
ND	28		

I risultati mostrano in molti casi più di un addetto a tempo pieno al monitoraggio delle iniziative di PE. È possibile che in alcuni casi, per un'errata interpretazione della richiesta, sia stato inserito il numero complessivo di persone impegnate negli uffici comunicazione degli atenei e non il personale specificamente dedicato al monitoraggio delle iniziative di PE.

IN SINTESI

- Oltre il 70% degli atenei e dei dipartimenti dichiarano di avere una struttura che si occupa del monitoraggio del PE
- Nella metà dei casi, per quanto riguarda gli atenei, questa struttura coincide con l'ufficio comunicazione

COMMENTI E PROPOSTE

- La rilevazione del numero di persone impegnate sul PE dovrebbe coprire non solo il monitoraggio, ma anche gli aspetti progettuali, organizzativi e logistici.
- Vista la difficoltà degli atenei a presentare l'impatto delle iniziative di PE e il numero di personale a tempo pieno dedicato al monitoraggio a volte non coerente emerge una mancanza di chiarezza rispetto all'organizzazione dei processi amministrativi e all'individuazione delle responsabilità all'interno degli atenei

LE STRATEGIE DEGLI ATENEI E DEI DIPARTIMENTI

In molti casi non è facile riconoscere una strategia o perlomeno una visione di public engagement di un ateneo o di un dipartimento dalla descrizione di cinque (oppure tre) iniziative selezionate spesso tra molte altre.

A tale scopo la SUA-RD Terza Missione prevede anche un campo di testo libero - la scheda I.0 - dove viene richiesto di descrivere le linee strategiche della struttura (o della sotto-struttura) relative alle attività di terza missione.

Sono state raccolte ed elaborate le schede I.0 degli Atenei presentate per l'anno 2014 e in particolare è stata effettuata una ricerca testuale per individuare i documenti che contengono il testo "public engagement".

Su 95 schede analizzate 45 di queste presentano il testo oggetto di analisi; su queste è stata effettuata un'analisi qualitativa estraendo ed elaborando i paragrafi di interesse per classificarli rispetto alla tipologia di utilizzo del testo all'interno del documento.

Segue la tabella con la sintesi dei risultati dell'analisi.

Categoria	Frequenza	Percentuale
Definizione generica di PE	4	9%
Elenco di iniziative	22	49%
Descrizione di una strategia	4	9%
Citazione puntuale	15	33%

Emerge che meno del 50% degli atenei hanno utilizzato il testo "public engagement" all'interno della loro scheda I.0 e tra quelli che lo hanno fatto il 9% dei casi può essere ricondotto a un utilizzo finalizzato alla presentazione di una strategia specifica della struttura. In tutti gli altri casi il testo è stato utilizzato per elencare le principali iniziative svolte o per fornire una definizione generica oppure ancora come semplice citazione di uno degli ambiti della terza missione.

Questa analisi, seppur nel limite del campione preso in esame e del metodo qualitativo, mostra una generale mancanza negli atenei italiani di una strategia definita per quanto riguarda il PE e al tempo stesso una difficoltà nell'interpretazione della richiesta posta da ANVUR all'interno della scheda I.0.



IN SINTESI

- Meno del 50% degli atenei nel 2014 ha citato il PE nel documento di presentazione delle linee strategiche di terza missione
- Nel 9% dei casi in cui il PE è citato nel documento l'utilizzo è per descrivere una strategia dell'ateneo



COMMENTI E PROPOSTE

- Per una efficace valutazione dell'impegno di un ateneo e di un dipartimento sul fronte del PE è necessario conoscerne la vision e la strategia oltre a un campione di iniziative significative.

CONCLUSIONI RISPETTO ALL'ANALISI DEI DATI VQR 2011-2014

Lo studio approfondito qualitativo e quantitativo delle iniziative di PE presentate dagli atenei e dai dipartimenti all'interno delle schede SUA-RD Terza Missione 2013 e 2014 ha permesso di avere una fotografia sufficientemente chiara dell'impegno delle università italiane sul fronte del PE.

Emerge un'interessante varietà di iniziative distribuite sul territorio nazionale rivolte a pubblici differenti e con diversi livelli di coinvolgimento.

Dalle informazioni disponibili non è facile ricostruire la strategia complessiva dell'istituzione in questo ambito di attività ed emerge una certa difficoltà nel monitoraggio e nella valutazione delle iniziative.

In generale pare che le università considerino il PE **prevalentemente un atto comunicativo da attivare al termine di un progetto** o per presentare se stesse all'esterno e meno un modo di approcciare la didattica e la ricerca aperti al confronto e alla collaborazione con gli altri attori sociali sul territorio.

Modalità, quest'ultima, che pare presente all'interno degli atenei, ma della quale ne viene presentata nelle schede di PE solo l'atto conclusivo.

I dati mostrano una scarsa disponibilità di risorse economiche per la realizzazione delle iniziative di PE in particolare per quanto riguarda fondi specifici a disposizione delle istituzioni.

Non si hanno informazioni chiare sui processi organizzativi e amministrativi messi in atto dalle strutture per il supporto delle iniziative di PE e dati quantitativi sul personale accademico e amministrativo impegnato su questo fronte.

Per quanto riguarda lo strumento utilizzato per la rilevazione dei dati emerge inoltre la mancanza di informazioni rispetto ai destinatari delle iniziative e alla tipologia del loro coinvolgimento, alla dimensione geografica delle stesse, al tema scientifico trattato e alla periodicità.

La tassonomia utilizzata per la classificazione delle iniziative di PE in alcuni casi risulta troppo dettagliata e in altri non abbastanza.

Su questo specifico punto, raccogliendo tutte le considerazioni precedenti e presentate nei box di commento dei singoli paragrafi, **si propone una revisione della classificazione delle iniziative di PE**. Si propone inoltre di presentarle raccolte in 3 gruppi secondo il modello presentato a pagina 47 (dove: A - informazione, B - ascolto e dialogo, C - collaborazione) per facilitare l'individuazione della categoria più aderente, incrementare la consapevolezza e l'attenzione alla dimensione del coinvolgimento e valorizzare le iniziative di collaborazione (C) che appaiono sotto-stimate.

A. INIZIATIVE INFORMATIVE E DIVULGATIVE (iniziative con interazione prevalente uni-direzionale)

1. Pubblicazioni divulgative e partecipazione a trasmissioni radiotelevisive del personale
2. Pubblicazioni e siti web dell'istituzione dedicate al pubblico esterno (es: magazine dell'università)
3. Orientamento in ingresso

B) EVENTI E SERVIZI ALLA COMUNITA' (iniziative con possibili interazioni bi-direzionali)

4. Organizzazione di eventi pubblici con i ricercatori all'interno o all'esterno dell'università (es: Notte dei Ricercatori, open day)
5. Partecipazione a eventi pubblici organizzati da altri soggetti (es: caffè scientifici, festival,...)
6. Science education
7. Iniziative di prevenzione e di tutela della salute
8. Organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità e fruizione da parte della comunità di musei, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici universitari

C) COLLABORAZIONE CON LE ISTITUZIONI, LE IMPRESE E I CITTADINI (iniziative con diverse forme di collaborazione)

9. Partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse e iniziative di democrazia partecipativa
10. Progetti in collaborazione con cittadini, istituzioni, imprese (es: sviluppo urbano, valorizzazione del territorio, democrazia deliberativa, citizen science)

Le riflessioni e le proposte emerse da questa analisi sono state utilizzate per progettare gli strumenti operativi presentati nel prossimo capitolo.

3. STRUMENTI

MONITORAGGIO

Grazie al confronto e ai risultati emersi dai gruppi di lavoro del workshop DPE e alle indicazioni ottenute dalle prime analisi dei dati SUA-RD Terza Missione 2013, è stato realizzato un prototipo di strumento di rilevazione e monitoraggio delle iniziative di PE.

Lo strumento è stato sperimentato all'interno dell'Università degli Studi di Torino e dell'Università degli Studi del Piemonte Orientale ed è oggi utilizzato dai due Atenei con l'obiettivo di censire le iniziative di PE e di realizzare un monitoraggio interno per la pianificazione e la valutazione delle iniziative e per selezionare le migliori attività da presentare nelle schede SUA-RD Terza Missione.

La scheda di rilevazione è stata quindi progettata prendendo come traccia di base i dati richiesti dall'ANVUR per quanto riguarda le attività di PE con l'integrazione di alcune informazioni:

- **Tema scientifico basato sulla tassonomia dei Panel ERC**
- **Luogo di svolgimento**
- **Destinatari**
- **Origine dei fondi**
- **Dimensione geografica**
- **Valutazione dell'iniziativa**
- **Collaborazione con altri Dipartimenti**

La sperimentazione ha avuto luogo durante i primi mesi del 2016 in concomitanza con la richiesta di compilazione della scheda SUA-RD Terza Missione 2014 ed è stata effettuata da entrambe le università sia a livello di ateneo sia di dipartimento.

È stata utilizzata un'applicazione on-line che ha permesso la raccolta e il monitoraggio dei dati da diversi soggetti contemporaneamente con privilegi di accesso, inserimento e modifica differenziati a seconda della tipologia e del livello di responsabilità.

In particolare l'Università di Torino ha sviluppato **una piattaforma web ad hoc** caratterizzata da una base dati relazionale e un'interfaccia grafica per l'inserimento, la modifica e il monitoraggio

in tempo reale delle informazioni, mentre l'Università del Piemonte Orientale ha utilizzato la **piattaforma di e-learning di ateneo**.

In entrambi i casi le piattaforme sono state **integrate nei portali web delle università** permettendo di gestire l'accesso alla piattaforma e l'attribuzione dell'identità e dei privilegi attraverso le normali credenziali già in possesso dal personale.

L'inserimento delle schede di ateneo è avvenuta a livello centrale, mentre per quanto riguarda le schede dipartimentali il censimento è avvenuto sia a livello di singolo ricercatore/tecnico amministrativo sia a livello istituzionale.

La piattaforma ha previsto la possibilità da parte dei Direttori di Dipartimento o di loro delegati di selezionare un certo numero di iniziative da sottoporre a un gruppo di esperti per ottenere suggerimenti prima dell'inserimento nella scheda SUA-RD.

La disponibilità delle informazioni su un'unica base dati strutturata ha permesso di mettere a disposizione degli organi di governo di ateneo e dei singoli dipartimenti l'**analisi in tempo reale dei risultati ottenuti** (numero di iniziative, periodo di svolgimento, risorse impegnate, dimensioni geografica, collaborazioni interne) per il monitoraggio delle iniziative, per l'individuazione di obiettivi e di strategie future e per la selezione delle schede da inserire nella SUA-RD Terza Missione.

La sperimentazione sopra descritta ha permesso di censire 920 iniziative di PE per l'anno 2014 presso l'Università di Torino e 242 presso l'Università del Piemonte Orientale.

L'Università di Torino aveva già avviato una prima attività meno strutturata di censimento per l'anno 2013 raccogliendo 550 iniziative; lo strumento di censimento ha quindi permesso di rilevare circa il 70% di iniziative in più.

Inoltre i risultati ottenuti da questi due Atenei all'interno della VQR 2011-2014 mostrano un incremento di iniziative presentate dai dipartimenti – nel caso dell'Università di Torino – e un punteggio superiore per quanto riguarda la valutazione dei dipartimenti nel confronto tra 2011-2013 e 2014.

Istituzione	2011-13			2014		
	Dip	F3	Ndip	Dip	F3	Ndip
Piemonte Orientale	0,4904	1,00	7	0,6680	1,00	7
Torino	0,4625	0,96	27	0,5528	1,00	27

Nota: punteggio dei dipartimenti (Dip), frazione di dipartimenti con tre schede PE valutate (F3) e numero di dipartimenti presenti nell'ateneo (NDip) per il triennio 2011-2013 e per l'anno 2014. Fonte: Rapporto finale VQR 2011-2014

Visto l'esito positivo della sperimentazione e rivisti alcuni campi di rilevazione sulla base dell'analisi conclusiva dei dati VQR 2011-2014 è stato sviluppato lo strumento monitoraggio.

Sono presentati di seguito tutti i campi per la rilevazione delle iniziative di PE con le relative tipologie, caratteristiche ed eventuali note tecniche.

SCHEDE INIZIATIVE

DESCRIZIONE CAMPO	TIPOLOGIA E NOTE
Data di svolgimento (da...a...)	matrice di campi "data" a due colonne e n righe NOTA: è possibile inserire uno o più intervalli di giorni all'interno dell'anno di rilevazione
Edizione	scelta singola: prima edizione, edizione n. (campo numerico a due cifre)
Titolo dell'iniziativa	testo libero (limitato a 70 battute spazi inclusi)
Temi ERC	scelta multipla con elenco Panel ERC
Tipologia di coinvolgimento	scelta singola: informazione, ascolto e dialogo, collaborazione
Categoria PE	scelta multipla con priorità sulla base della tassonomia proposta
Luogo di svolgimento	testo libero per la georeferenziazione
Breve descrizione	testo libero (limitato a 1000 battute spazi inclusi)
Obiettivi	testo libero (limitato a 500 battute spazi inclusi)
Destinatari e numerosità	scelta multipla: imprese, scuole, media, istituzioni, terzo settore/ONG, cittadini Per ogni categoria selezionata campo numerico libero per la numerosità (nel caso delle scuole 2 campi numerici per studenti e insegnanti)
Budget complessivo	campo numerico
(di cui) finanziamenti esterni	campo numerico
Origine dei fondi	scelta singola: fondi di ricerca, fondi specifici per il PE, altro (specificare)
Elenco dei docenti, ricercatori, PhD, PostDoc coinvolti	Matrice di campi di testo ad autocompilazione sulla base dell'anagrafica del personale
Numero di studenti universitari coinvolti	campo numerico
Ore di lavoro del personale tecnico amministrativo	campo numerico
Impatto stimato	testo libero (limitato a 1000 battute spazi inclusi)
Dimensione Geografica	scelta singola: locale, regionale, nazionale, internazionale
Valutazione	scelta singola: si, no (in caso di risposta "si" campo di testo libero per specificare strumenti e metodologia (limitato a 500 battute spazi inclusi))
Parole chiave	matrice di testi brevi
Sito dedicato	URL
Allegati: programma / immagini/ report di valutazione	file allegati
Collaborazione con Dipartimenti	scelta multipla con elenco dei dipartimenti dell'ateneo
Collaborazione con altre università, centri di ricerca	testo libero (limitato a 500 battute spazi inclusi)
Collaborazione con Enti	testo libero (limitato a 500 battute spazi inclusi)

Alcune dimensioni caratteristiche delle iniziative di PE sono raccolte e presentate in forma aggregata per il monitoraggio a livello di dipartimento e di ateneo secondo lo schema seguente.

SCHEMA MONITORAGGIO

	DESTINATARI	N. INIZIATIVE	ORE PERSONALE	RICERCATORI	STUDENTI UNIVERSITARI	BUDGET	IMPATTO QUANTITATIVO
INFORMAZIONE	Imprese						
	Scuole						
	Media						
	Istituzioni						
	Terzo settore						
	Cittadini						
	TOTALE	numero totale	ore totali e valorizzazione economica (n. ore * costo medio)	in percentuale sul numero totale	numero totale	in percentuale sul budget totale	
ASCOLTO E DIALOGO	Imprese						
	Scuole						
	Media						
	Istituzioni						
	Terzo settore						
	Cittadini						
	TOTALE	numero totale	ore totali e valorizzazione economica (n. ore * costo medio)	in percentuale sul numero totale	numero totale	in percentuale sul budget totale	
COLLABORAZIONE	Imprese						
	Scuole						
	Media						
	Istituzioni						
	Terzo settore						
	Cittadini						
	TOTALE	numero totale	ore totali e valorizzazione economica (n. ore * costo medio)	in percentuale sul numero totale	numero totale	in percentuale sul budget totale	

I totali dei tre blocchi principali “informazione”, “ascolto e dialogo” e “collaborazione” sono indicatori dell’impegno dell’ateneo o del dipartimento e in quanto tali utilizzati dallo strumento di auto-valutazione presentato di seguito per la definizione e il riesame degli obiettivi strategici per quanto riguarda le azioni di PE.

AUTO-VALUTAZIONE

Come emerso dai precedenti capitoli le strutture di ricerca necessitano oggi di strumenti utili per definire e valutare il proprio impegno per il PE, accompagnare e istituzionalizzare progressivamente questo cambiamento in atto, individuare obiettivi e progettare processi organizzativi. Si tratta di un processo di cambiamento importante per le università che necessita di conoscenza, consapevolezza, sviluppo di azioni e istituzionalizzazione.

Per facilitare questo processo e al tempo stesso fornire uno strumento efficace per gli atenei, i dipartimenti e i valutatori per identificare e verificare costantemente obiettivi e strategie è stato sviluppato lo strumento auto-valutazione presentato di seguito.

Questo schema nasce dallo studio e dalla rielaborazione di analoghi modelli sviluppati negli USA [Gelmon, 2005; Kecskes, 2008; Furco, 2009] e in UK [NCCPE, 2011] - adattati al contesto italiano e allo stato dell’arte del PE nel nostro Paese - e dalle analisi e riflessioni raccolte e condivise durante le diverse fasi del progetto di ricerca PERCORSI.

Lo strumento è composto da **5 schede** che rappresentano cinque aspetti fondamentali per lo sviluppo e l’istituzionalizzazione del PE:

- 1. Cultura, mission e strategia**
- 2. Leadership**
- 3. Supporto**
- 4. Riconoscimento**
- 5. Azioni**

La quinta scheda “Azioni” coincide con la “scheda monitoraggio” dello strumento monitoraggio presentata in precedenza.

Ogni scheda è caratterizzata da una matrice che presenta sulle righe una serie di ambiti rispetto ai quali la struttura di ricerca si posiziona individuando tra le 4 fasi – sulle colonne – quella che più si adatta alla sua condizione al momento della compilazione.

Esiste infine una scheda finale, strutturata in modo analogo, che propone una sintesi dei 5 aspetti e che permette di avere una fotografia generale della struttura di ricerca per quanto riguarda il PE.

AUTO-VALUTAZIONE / Cultura, Mission e strategia

	FASE UNO CONOSCENZA	FASE DUE CONSAPEVOLEZZA	FASE TRE SVILUPPO	FASE QUATTRO ISTITUZIONALIZZAZIONE
Presenza nella mission e nelle linee strategiche	Il PE non è inserito esplicitamente nella mission istituzionale dell'Ateneo e nelle linee strategiche	Il PE è citato sporadicamente all'interno della mission istituzionale e delle linee strategiche, ma non è considerato un ambito di azione prioritario	L'Ateneo sta definendo il proprio impegno rivolto al PE per inserito nella propria mission e nelle linee strategiche	Il PE è un concetto importante all'interno della mission di Ateneo e delle linee strategiche e sono stati definiti specifici indicatori di performance
Visione condivisa di PE	Non esiste in Ateneo una visione condivisa di PE. Il termine è usato spesso in modo non coerente	Non esiste in Ateneo una visione condivisa di PE. Il termine nella maggior parte dei casi è usato in modo coerente	L'Ateneo ha formulato una visione condivisa di PE che tuttavia non è ancora accettata e/o applicata dalla comunità accademica	L'Ateneo ha formulato una visione condivisa di PE accettata e applicata dalla comunità accademica
Pianificazione strategica	L'Ateneo non ha un piano strategico per promuovere il PE	Sebbene siano stati definiti obiettivi a breve e lungo termine per il PE, non sono stati formalizzati in un piano strategico ufficiale che guidi la loro realizzazione.	Sono in corso lavori per sviluppare un piano strategico ufficiale per il PE	L'Ateneo ha sviluppato un piano strategico ufficiale per l'avanzamento del PE, che prevede obiettivi a breve e lungo termine. Un individuo / team ha la responsabilità di monitorare i progressi.
Integrazione	Il public engagement è una priorità a sé dell'Ateneo, non è integrata con altre priorità della didattica e della ricerca	Il PE è informalmente considerata una priorità di Ateneo strettamente collegata alle altre priorità della didattica e della ricerca	Si sta formalizzando una politica di Ateneo nella quale il PE è integrato alle altre priorità della didattica e della ricerca	Il PE è formalmente riconosciuto strettamente integrato alle altre priorità dell'Ateneo della didattica e della ricerca
Cultura e consapevolezza	Il personale accademico e amministrativo dell'Ateneo non è consapevole dell'importanza del PE e non ne appoggia il suo sviluppo	Una piccola parte del personale accademico e amministrativo dell'Ateneo è consapevole dell'importanza del PE e contribuisce al suo sviluppo	La percentuale di personale accademico e amministrativo dell'Ateneo consapevole dell'importanza del PE, di come possa essere integrato on la didattica e la ricerca e che contribuisce al suo sviluppo sta crescendo grazie alle azioni dell'ateneo e dei dipartimenti	Il personale accademico e amministrativo dell'Ateneo è consapevole dell'importanza del PE, di come possa essere integrato on la didattica e la ricerca e contribuisce al suo sviluppo
Comunicazione interna ed esterna	L'impegno dell'istituzione per il PE è raramente presente nelle comunicazioni interne, esterne e nei materiali di promozione	Il PE compare occasionalmente nelle comunicazioni interne, esterne e nei materiali di promozione	Il PE è presente nelle comunicazioni interne ed esterne, sono condivise opportunità e best practices, ma raramente è presentato in riferimento alla sua importanza strategica	Il PE è presente in modo sistematico nella comunicazione interna, esterna e nei materiali di promozione. La sua importanza strategica è valorizzata e sono disponibili risorse e supporto per sostenere questa attività
Feedback	Non esistono processi di raccolta dei feedback dei pubblici sulle attività di PE e di informazione sugli sviluppi futuri	Sono state realizzate alcune iniziative di raccolta dei feedback da parte dei pubblici sull'attività di PE dell'istituzione	Spesso si raccolgono i feedback da parte dei pubblici sull'attività di PE, ma non incidono sulle strategie future	L'ateneo investe in un confronto costante con i pubblici sulle sua attività di PE e utilizza i risultati per lo sviluppo delle strategie. Le valutazioni del pubblico sono rese pubbliche

AUTO-VALUTAZIONE / Leadership

	FASE UNO CONOSCENZA	FASE DUE CONSAPEVOLEZZA	FASE TRE SVILUPPO	FASE QUATTRO ISTITUZIONALIZZAZIONE
Vertici istituzionali	I vertici istituzionali accademici e amministrativi sono poco consapevoli dell'importanza del PE	Alcuni dei vertici istituzionali accademici e amministrativi sono consapevoli dell'importanza del PE e contribuiscono al suo sviluppo	I vertici istituzionali dell'Ateneo sono promotori del PE. I dirigenti sono consapevoli dell'importanza e del valore del PE nell'organizzazione dell'Ateneo	L'Ateneo ha attribuito la responsabilità formale per il PE a livello accademico e amministrativo e ha costituito una Commissione/Comitato responsabile del suo sviluppo
Ambasciatori	Alcune persone agiscono a titolo personale come ambasciatori del PE, ma non sono riconosciute a livello istituzionale	Esiste una rete informale di ambasciatori del PE che consente all'interno dell'Ateneo di condividere strumenti e opportunità	L'Ateneo riconosce il valore di una rete di ambasciatori del PE tra il personale e gli studenti e ne promuove la sua costituzione	L'Ateneo ha costituito e supporta una rete di ambasciatori del PE tra il personale e gli studenti. Gli ambasciatori sono riconosciuti all'interno e all'esterno dell'istituzione
Vertici dipartimentali	Il supporto dei vertici dipartimentali per l'attività di PE è assente o molto limitato	In alcuni dipartimenti i vertici istituzionali contribuiscono, coinvolgendo il personale, allo sviluppo del PE	Un certo numero di dipartimenti sostiene formalmente l'attività di PE, attribuendo la responsabilità a livello accademico e amministrativo	I dipartimenti sostengono attivamente l'attività di PE. Tutti i direttori di dipartimento riconoscono l'importanza e il valore del PE e definiscono obiettivi e strategie in linea con quelle di Ateneo
Reti nazionali e internazionali	L'ateneo non partecipa e non promuove la partecipazione dei suoi vertici e del personale a reti nazionali e internazionali dedicate al PE	Alcuni vertici dell'ateneo o membri del personale partecipano informalmente alle attività di reti nazionali o internazionali dedicate al PE	I vertici dell'ateneo e membri del personale partecipano formalmente rappresentando l'istituzione alle attività di reti nazionali o internazionali dedicate al PE	L'ateneo partecipa e promuove attivamente le attività di reti nazionali e internazionali dedicate al PE individuando rappresentanti tra i vertici e tra il personale dedicato
Rappresentanti della società	Le diverse componenti della società non hanno opportunità di assumere ruoli di leadership all'interno dell'istituzione (es: gruppi di consulenza, definizione didattica e ricerca, amministrazione, valutazione)	Le diverse componenti della società hanno opportunità di assumere ruoli di leadership all'interno dell'istituzione ma non esiste un approccio coordinato per coinvolgere persone provenienti dall'esterno dell'istituzione	Esistono significative opportunità per le diverse componenti della società di assumere ruoli di leadership all'interno dell'istituzione e si sta predisponendo un progetto strutturato di promozione e supporto	Alle diverse componenti della società sono attribuite formalmente funzioni di leadership. Esiste una politica per la ricerca di risultati reciprocamente vantaggiosi attraverso didattica, ricerca e PE

AUTO-VALUTAZIONE / Supporto

	FASE UNO CONOSCENZA	FASE DUE CONSAPEVOLEZZA	FASE TRE SVILUPPO	FASE QUATTRO ISTITUZIONALIZZAZIONE
Coordinamento e supporto	Non c'è nessun tentativo di coordinare e supportare l'attività di PE dell'ateneo e dei dipartimenti	Ci sono alcuni tentativi informali di coordinamento e di supporto delle attività di PE, ma non esiste un piano strategico per la sua istituzionalizzazione	Il coordinamento e il supporto del PE sono stati formalmente assegnati a un ufficio/unità, ma sono disponibili poche risorse per questa attività	L'Ateneo ha una politica chiara di coordinamento e di supporto del PE, ha assegnato le responsabilità e risorse adeguate.
Personale dedicato	Non è presente personale dedicato al PE nelle direzioni dell'ateneo e nei dipartimenti	Ci sono alcune persone incaricate di supportare il PE nelle direzioni dell'ateneo e nei dipartimenti, ma il loro impegno è parziale	Alcune direzioni e dipartimenti hanno una persona responsabile del PE, ma non esiste un coordinamento tra queste	Le direzioni e i dipartimenti hanno personale con competenze nel PE, che si assume la responsabilità di supportare il PE all'interno dell'organizzazione in relazione con l'ufficio/unità di coordinamento
Opportunità per il personale e gli studenti	Ci sono rare opportunità per il personale e per gli studenti di essere coinvolti in iniziative di PE	L'ateneo e alcuni dipartimenti offrono opportunità per il personale e per gli studenti di essere coinvolti in iniziative di PE, ma non esiste un supporto sistematico	L'ateneo e i dipartimenti facilitano la partecipazione del personale e degli studenti alle attività di PE, offrendo varie opportunità	L'ateneo e i dipartimenti supportano e promuovono attivamente opportunità di coinvolgimento del personale e degli studenti in iniziative di PE e forniscono strumenti di supporto e di sostegno (ad es. progettazione, borse di studio, partenariati, strumenti e servizi di base,...)
Monitoraggio e valutazione	Non è in atto uno sforzo organizzativo dell'Ateneo per monitorare e valutare la quantità, la qualità e l'impatto delle attività di PE	L'ateneo e alcuni dipartimenti monitorano il numero e la qualità delle attività di PE. Non esistono processi e strumenti standardizzati	È stato avviato uno sforzo sistematico per valutare il numero e la qualità e l'impatto delle attività di PE e per sviluppare o acquisire processi e strumenti comuni	È in corso un costante e sistematico processo di valutazione del numero, della qualità e dell'impatto delle attività di PE che si svolgono in tutto l'Ateneo. Il feedback di valutazione viene utilizzato per informare l'attività e la strategia futura.
Formazione e aggiornamento	Non ci sono opportunità di formazione e aggiornamento per il personale e gli studenti sul PE all'interno dell'ateneo. Non sono promosse attività di formazione esterne	Ci sono alcune opportunità di formazione e aggiornamento sul PE all'interno dell'ateneo, ma non strutturate e pianificate. È facilitata la partecipazione ad attività di formazione esterne	Esistono corsi di formazione e aggiornamento sul PE strutturati all'interno dell'ateneo, ma solo per alcuni soggetti. Esiste un'adeguata promozione delle opportunità esterne.	La formazione e l'aggiornamento sul PE sono un elemento importante per lo sviluppo delle competenze del personale e degli studenti. L'ateneo offre un piano strutturato di formazione e risorse per la partecipazione a iniziative esterne.
Risorse economiche	Non ci sono risorse economiche dell'istituzione destinate al PE e sono scarse le opportunità di finanziamento esterne	Ci sono limitate risorse economiche destinate al PE prevalentemente derivanti da fonti esterne all'istituzione	Ci sono moderate risorse economiche destinate al PE, in parte dell'istituzione e in parte derivanti da fonti esterne. Esiste un supporto alla progettazione e alla partecipazione a bandi competitivi.	Il PE riceve adeguate risorse economiche dall'istituzione e da fonti esterne. I dipartimenti e i gruppi di ricerca sono supportati nella partecipazione a bandi competitivi; il PE è un elemento chiave per incrementare i finanziamenti dell'ateneo e dei dipartimenti

AUTO-VALUTAZIONE / Riconoscimento

	FASE UNO CONOSCENZA	FASE DUE CONSAPEVOLEZZA	FASE TRE SVILUPPO	FASE QUATTRO ISTITUZIONALIZZAZIONE
Valutazioni dei dipartimenti	Il PE non è presente nei processi di valutazione interna dei dipartimenti	Alcuni dipartimenti inseriscono il PE nei loro report di lavoro, ma non esiste una politica di ateneo	Molti dipartimenti inseriscono il PE nei loro report di lavoro. E' allo studio una politica di ateneo che tenga conto del PE nelle valutazioni interne	L'ateneo ha inserito formalmente nei processi di valutazione interna il riconoscimento del PE e lo utilizza per la distribuzione di personale e/o risorse economiche
Carriera e reclutamento del personale	Il PE non è incluso nei criteri di avanzamento di carriera e di reclutamento	In alcuni casi il PE è incluso nei criteri di avanzamento di carriera e di reclutamento	Il PE è spesso incluso nei criteri di avanzamento di carriera e di reclutamento, ma non esiste una politica di ateneo	Esiste una politica di ateneo per riconoscere il PE nei criteri di promozione e di reclutamento (ove pertinente)
Premi e riconoscimenti	Nessun premio o riconoscimento viene attribuito per l'attività di PE.	Alcuni premi o riconoscimenti informali sono attribuiti dall'ateneo e da alcuni dipartimenti al proprio personale e agli studenti per l'attività di PE	Alcuni premi o riconoscimenti formali sono attribuiti dall'ateneo e dai dipartimenti al proprio personale e agli studenti per l'attività di PE, ma con scarsa continuità	L'attività di PE è riconosciuta e premiata dall'ateneo e dai dipartimenti con processi e iniziative strutturate e continuative
Monitoraggio e valorizzazione dell'impegno	Non esiste nessun incoraggiamento a partecipare alle attività di PE per il personale o gli studenti	Alcuni dipartimenti incoraggiano il personale e gli studenti a partecipare alle attività di PE, ma l'impegno non viene monitorato	L'ateneo e diversi dipartimenti incoraggiano il personale e gli studenti a partecipare alle attività di PE monitorandone l'impegno	Il PE è inserita formalmente dall'ateneo e dai dipartimenti tra le attività monitorate e tenute in considerazione nella pianificazione del carico di lavoro del personale e nei crediti formativi degli studenti

AUTO-VALUTAZIONE / Generale

	FASE UNO CONOSCENZA	FASE DUE CONSAPEVOLEZZA	FASE TRE SVILUPPO	FASE QUATTRO ISTITUZIONALIZZAZIONE
GOVERNANCE	Cultura, mission e strategia	Il PE è presente sporadicamente nei documenti strategici e di mission istituzionale, ma non è considerato una priorità. Ci sono le condizioni minime di cultura e consapevolezza per avviare un processo di istituzionalizzazione	Il PE è presente nella mission istituzionale e l'Ateneo sta sviluppando strategie per svilupparlo al meglio al suo interno	Il PE è una priorità strategica dell'Ateneo allineata alle altre con obiettivi e strategie chiare, tutto il personale contribuisce al suo sviluppo
	Leadership	Alcuni dei vertici dell'ateneo e dei dipartimenti si occupano informalmente del PE, esistono alcuni ambasciatori che promuovono il PE	Alcuni dei vertici dell'ateneo e dei dipartimenti si occupano formalmente di PE, rappresentano l'istituzione presso reti nazionali e internazionali, esiste una rete di ambasciatori del PE.	L'ateneo e i dipartimenti hanno formalizzato le responsabilità accademiche e amministrative per il PE, esiste una rete di ambasciatori che coinvolge anche studenti e membri della società, l'istituzione partecipa e promuove reti nazionali e internazionali
PROCESSI	Supporto	Esistono alcuni tentativi informali per coordinare le attività di PE ma non formalizzato e supportato. Esistono alcune opportunità di formazione e di partecipazione alle iniziative	Il coordinamento e il supporto del PE è stato formalmente attribuito a una unità/ufficio ma sono scarse le risorse a disposizione. Si stanno avviando processi strutturati di formazione, monitoraggio e supporto per la realizzazione delle attività.	L'istituzione ha un piano strategico per il coordinamento del PE, una struttura con responsabilità formale e adeguate risorse per la realizzazione. Sono strutturate iniziative di formazione, monitoraggio e valutazione, supporto.
	Riconoscimento	Alcune strutture riconoscono e premiano l'attività di PE, ma non in modo coordinato	L'ateneo e i dipartimenti stanno lavorando per avviare una politica che riconosca l'impegno nelle attività di PE, che preveda delle premialità	L'ateneo ha formalizzato una politica per garantire che l'impegno nel PE sia riconosciuto e premiato a livello di dipartimento e di personale.
AZIONI	L'ateneo non ha sviluppato un adeguato numero di azioni di PE, il personale e le risorse impegnate in queste attività sono scarse, l'impatto è modesto	L'ateneo ha sviluppato un discreto numero di attività di PE, tuttavia le risorse impegnate sono scarse e non è equilibrato il coinvolgimento dei diversi destinatari	L'ateneo ha realizzato un buon numero di attività di PE, il personale dedicato e le risorse sono discrete e l'impatto sui destinatari è equilibrato e soddisfacente	L'ateneo ha realizzato importanti attività di PE investendo adeguate risorse economiche e di personale e raggiungendo efficacemente tutti i pubblici e gli obiettivi prefissati

LA RETE DI ATENEI E CENTRI DI RICERCA PER IL PE - APENET

Come già descritto nel paragrafo conclusivo relativo ai risultati del workshop DPE, le università italiane, nel mese di dicembre 2015, hanno individuato tra le azioni prioritarie da avviare per lo sviluppo del PE la costituzione di una rete che promuova la ricerca, il confronto e iniziative congiunte su questo fronte.

Il processo di studio per la realizzazione della rete è entrato quindi a far parte del progetto di ricerca e la sua costituzione è uno dei principali risultati di PERCORSI.

La rete degli Atenei e dei Centri di Ricerca per il Public Engagement – APENet – rappresenta infatti lo spazio ideale a livello nazionale per proseguire questo lavoro di ricerca, condividere e sperimentare gli strumenti appena presentati e contribuire alla valorizzazione e allo sviluppo dei sistemi di valutazione.

In questo contesto il Magnifico Rettore dell'Università degli Studi di Torino Prof. Gianmaria Ajani ha invitato tutti gli atenei e gli enti pubblici di ricerca a segnalare il proprio interesse alla costituzione della rete attraverso la sottoscrizione di una lettera di intenti.

Segue un estratto della comunicazione inviata in data 21 febbraio 2017 nella quale sono descritte le principali finalità della rete.

APENet – network degli Atenei e dei Centri di Ricerca per il Public

Nel mese di dicembre 2015 il Centro Agorà Scienza ha avviato il progetto di ricerca PERCORSI - Il **Public Engagement** nella **Ricerca: Consapevolezza, Obiettivi, Responsabilità, Strumenti, Impatto**, selezionato da ANVUR nell'ambito del secondo "Concorso pubblico di idee di ricerca". PERCORSI è un processo a tappe con lo scopo di **individuare, condividere, sperimentare e diffondere** metodi e strumenti che aiutino a riconoscere e censire, valorizzare e infine valutare le attività di Public Engagement dei ricercatori e delle strutture di ricerca (percorsi.agorasienza.it).

La **prima tappa** del progetto è stato il workshop "Destinazione Public Engagement", che si è svolto a Torino il 10 e 11 dicembre 2015 e che ha coinvolto 100 delegati da 28 Atenei e Centri di Ricerca di tutta Italia. L'obiettivo era di **esplicitare** i bisogni delle università e delle istituzioni di ricerca per attivare questa nuova dimensione di coinvolgimento.

Dai 6 gruppi di lavoro sono emerse alcune questioni trasversali e a partire da queste si è sviluppata **la seconda tappa di PERCORSI attraverso un forum di discussione** per rispondere a questi bisogni sviluppando **proposte operative**. Prima fra tutte la creazione di un **network di università e centri di ricerca per il PE**.

Nel mese di febbraio 2016 è stata quindi lanciata la proposta di costituzione della rete **APEnet** (network degli Atenei e dei Centri di ricerca italiani per il Public Engagement). Lo **scopo principale** del network è diffondere, promuovere e valorizzare la cultura e le buone pratiche nelle azioni di Public Engagement supportandone e facilitandone il processo di istituzionalizzazione negli atenei e nei centri di ricerca italiani attraverso la condivisione e il potenziamento delle conoscenze e delle competenze necessarie per il loro censimento, monitoraggio e valutazione.

Sono **obiettivi** del network:

- 1. sensibilizzare, formare e aggiornare il personale**
(di ricerca e tecnico-amministrativo) degli Atenei e dei Centri di ricerca
- 2. condividere e promuovere best practices**
nazionali e internazionali
- 3. sviluppare una piattaforma comune e condivisa**
per la promozione, il monitoraggio e la valutazione delle iniziative di Public Engagement
- 4. promuovere e sviluppare la presenza del Public Engagement**
all'interno dei programmi universitari (corsi di laurea e di dottorato)
- 5. contribuire alla valorizzazione e valutazione delle iniziative di Public Engagement**
in collaborazione con i diversi attori istituzionali del sistema ricerca italiano (MIUR, CUN, CRUI, ANVUR, ...)
- 6. promuovere la ricerca sui temi del Public Engagement**

Per rendere operativo il network individuando gli Atenei e i Centri di Ricerca interessati ad aderire a questo percorso di condivisione e di crescita del public engagement e più in generale della terza missione Vi propongo di sottoscrivere la lettera di intenti che trovate in allegato segnalando un referente operativo per il Vostro Ente [...].

Alla data di redazione del presente report hanno aderito alla rete APEnet **33 atenei e 2 enti pubblici di ricerca** che si sono incontrati per la prima volta il 26 maggio 2017 a Torino condividendo le finalità sopra elencate e individuando le prime azioni da intraprendere.

Segue l'elenco dei membri:

- Università degli Studi di Bari Aldo Moro
- Università degli Studi di Bergamo
- Università degli Studi di Brescia
- Università della Calabria
- Università per Stranieri "Dante Alighieri" Reggio Calabria
- Università degli Studi di Camerino
- Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale
- Università degli Studi di Catania
- Università degli Studi di Ferrara
- Università degli Studi di Firenze
- Università degli Studi di Foggia
- Università degli Studi di Genova
- Università IULM
- Università degli Studi di Macerata
- Politecnico di Milano
- Università degli Studi di Napoli L'Orientale
- Università degli Studi di Parma
- Università degli Studi di Roma "La Sapienza"
- Università degli Studi di Roma "Tor Vergata"
- Università Campus Bio-Medico di Roma
- Università del Salento
- Università degli Studi di Sassari
- Università degli Studi di Siena
- Università per Stranieri di Siena
- Politecnico di Torino
- Università degli Studi di Torino
- Università degli Studi di Trento
- Università degli Studi di Trieste
- Scuola Internazionale Superiore di Studi Avanzati - SISSA
- Università degli Studi della Tuscia
- Università Ca' Foscari Venezia
- Università IUAV di Venezia
- Università degli Studi di Verona
- Istituto Nazionale di Fisica Nucleare - INFN
- Istituto Nazionale di Oceanografia e di Geofisica Sperimentale - OGS

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- Agenzia Nazionale di Valutazione del sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR)
2011 - *Valutazione della Qualità della Ricerca 2004-2010 (VQR 2004-2010). Bando di partecipazione, 7 novembre*
2013 - *Valutazione della Qualità della Ricerca 2004-2010. Rapporto finale, 30 giugno*
2014 - *Rapporto sullo stato del sistema universitario e della ricerca 2013*
2015 - *La valutazione della terza missione nelle università italiane. Manuale per la valutazione*
- Blei, D.M. et al.
2003 - *Latent dirichlet allocation*, Journal of machine Learning research, 3, pp. 993-1022
- De Bortoli, A., Predazzi, E. e Susa, I.
2011 - *La terza missione dell'università*, in «Analysis», vol. 3-4, pp. 2-9
- De Bortoli, A. e Scamuzzi, S. (a cura di)
2012 - *La terza missione dell'università: il dialogo tra scienza e società*, in Scamuzzi S., De Bortoli A. (a cura di), *Come cambia la comunicazione della scienza. Nuovi media e terza missione dell'università*, Bologna, il Mulino
- De Bortoli, A., Predazzi, E. e Scamuzzi, S.
2015 - *Le attività di public engagement nelle università italiane. Riconoscerle, censirle, valutarle, valorizzarle*, in Scamuzzi S., Tiplido G. (a cura di), *Apriti scienza*, Bologna, il Mulino
- Deerwester, S. et al.
1990 - *Indexing by latent semantic analysis*, Journal of the American society for information science, 41.6, pp. 391-407
- E3M (European Indicators and Ranking Methodology for University Third Mission)
2012 - Documentazione e report finale del progetto europeo, <http://www.e3mproject.eu/results.html>

Furco, A., Weerts, D., Burton, L. e Kent, K.

2009 - *Assessment rubric for institutionalizing community engagement in higher education*, University of Minnesota

Gelmon, S.B., Seifer, S.D., Kauper-Brown, J. e Mikkelsen, M.

2005 - *Building Capacity for Community Engagement: Institutional Self-Assessment*, Seattle, WA: Community-Campus Partnership for Health

Hofmann, S.

1999 - *Probabilistic latent semantic indexing*, Proceedings of the 22nd annual international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval, ACM

Kecskes, K.

2008 - *Creating Community-Engaged Departments: Self-Assessment rubric for the institutionalization of community engagement in academic departments*, Portland State University

National Co-ordinating Centre for Public Engagement (NCCPE)

2011 - *The EDGE Tool*, Bristol,

https://www.publicengagement.ac.uk/sites/default/files/publication/the_edge_tool.pdf

National Science Foundation

2009 - *Many Experts, Many Audiences: Public Engagement with Science and Informal Science Education*, Washington

Neresini, F. e Bucchi, M.

2011 - *Which indicators for the new public engagement activities? An exploratory study of European research institutions*, in «Public Understanding of Science», January, vol. 20, n. 1, pp. 64-79

Research Councils UK

2009 - *Concordat for Engaging the Public with Research*, London

Scamuzzi S. e Tiplido G. (a cura di)

2015 - *Apriti scienza*, Bologna, il Mulino

University of Oxford

2016 - *Public Engagement with Research Strategic Plan*, Oxford

Vetenskap & Allmänhet (VA)

2011 - *Public engagement – International review, analysis and proposals on indicators for measuring public engagement*, Stockholm,

<http://v-a.se/2011/06/public-engagement-international-review-analysis-and-proposals-on-indicators-for-measuring-public-engagement/>

