

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO

DIREZIONE PER IL COORDINAMENTO DELLE STRUTTURE DIPARTIMENTALI

DOCUMENTO DI ANALISI

**(SUPPORTARE L'ANALISI TECNICA FINALIZZATA ALLA VALUTAZIONE
DELL'EFFICACIA E DELL'EFFICIENZA DELLE ATTIVITA' DI PUBLIC ENGAGEMENT DEI
CENTRI DI RICERCA INTERUNIVERSITARI)**

oo

Il presente documento nasce da una esperienza di lavoro presso questa Direzione amministrativa di una giovane studentessa di UniBA, Maria MATARAZZO, impegnata nel corso dell'anno 2021 in un contratto part-time presso l'Unità Operativa di Supporto alle attività dei Centri della Direzione per il Coordinamento delle Strutture dipartimentali per affiancamento nell'organizzazione e gestione delle attività.

Nella sua tesi di laurea magistrale in Management delle aziende e degli eventi turistici e culturali dal titolo *“Eventi per il public engagement: impatti e potenzialità. Il caso UNIBA”* vengono portate a valore e sistematizzate una serie di informazioni, documenti, analisi di dettaglio, dati tecnici, messe a disposizione dalla Unità Operativa e dal sottoscritto relative agli impatti dell'efficacia e dell'efficienza delle attività di public engagement dei centri di ricerca interuniversitari, tra i più movimentati nell'anno in esame.

Bari, 31 gennaio 2022

IL DIRETTORE

dott. Emilio Miccolis



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO
DIPARTIMENTO DI ECONOMIA, MANAGEMENT E
DIRITTO DELL'IMPRESA
CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN PROGETTAZIONE E
MANAGEMENT DEI SISTEMI TURISTICI E CULTURALI

TESI DI LAUREA MAGISTRALE
IN
MANAGEMENT DELLE AZIENDE E DEGLI EVENTI
TURISTICI E CULTURALI

**EVENTI PER IL PUBLIC ENGAGEMENT: IMPATTI E
POTENZIALITÀ. IL CASO UNIBA**

Relatore
Ch.mo Prof. Francesco Badia

Laureanda
Maria Matarazzo

ANNO ACCADEMICO 2019-2020

Indice

- INTRODUZIONE 1**

- I. DALLA TERZA MISSIONE AL PUBLIC ENGAGEMENT**
 - I.1 Definizioni di terza missione e public engagement..... 4
 - I.2 Nascita rete APEnet: mission e vision..... 11
 - I.3 Che cos'è un evento culturale: finalità e pubblico20

- II. IL RUOLO DEGLI ATENEI SUL TERRITORIO**
 - II.1 Ruolo degli Atenei rispetto all'attività di public engagement.....29
 - II.2 Valorizzazione culturale ed Heritage degli Atenei 38
 - II.3 Monitoraggio e valutazione delle attività di public engagement.....47

- III. CASO STUDIO: EVENTI UNIBA**
 - III.1 Analisi degli impatti e delle potenzialità dell'ateneo barese56
 - III.2.1 Verso un'idea di Uniba sostenibile 58
 - III.2.2 Eventi in Uniba69
 - III. 2.3 Ipotesi personali su valutazione e monitoraggio degli eventi 92

- IV. CONCLUSIONI.....102**

- Bibliografia 104**

- Sitografia 108**

*“L’unica porta che ci introduce oggi nella casa della credibilità
è la porta del servizio”*
(Don Tonino Bello, 1993)

Introduzione

Gli eventi per il *public engagement*, con tutti gli impatti che ne derivano dall'interno della organizzazione universitaria, hanno da sempre attirato la mia attenzione, anche rispetto ad altre discipline, per la loro dimensione fortemente aggregativa. Invero, se partiamo da una analisi dell'etimologia del termine "università" che origina dal latino *universitas-atris*, è evidente come il suddetto termine riconduca al concetto di totalità e dunque all'universo del sapere come luogo d'incontro tra diversità e interessi che vanno ad intrecciarsi.

Tra i banchi dell'Università, grazie a iniziative e progetti didattici, ossia alle attività teorico-pratiche in cui sono stata impegnata, mi sono particolarmente sentita protagonista di questo "universo". In particolare, l'idea di soffermarmi sull'analisi e le potenzialità degli eventi dell'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" inizia grazie ad un'esperienza personale che ho vissuto durante il mio percorso di studi. Infatti, sono stata impegnata in un progetto part-time presso l'U.O. Supporto alle Attività dei Centri, con mansioni di affiancamento nell'organizzazione e gestione delle attività e assistenza per la fruizione dei servizi agli studenti universitari. Detta esperienza ha particolarmente suscitato la mia curiosità verso la macchina organizzativa di Uniba e, grazie a questa opportunità, ho avuto modo di immergermi nella realtà amministrativa e didattica dell'Ateneo di Bari, rivestendo un nuovo ruolo, differente da quello di studente ricoperto sino a quel momento. Collaborando con il personale competente del settore, ho vissuto in prima persona il confronto tra ente e studente, entrando in contatto con le dinamiche "dietro le quinte" a me sconosciute prima di quella esperienza. Con inaspettata sorpresa ho scoperto un mondo fatto non solo di libri ma anche di una moltitudine di iniziative quali festival, caffè scientifici e letterari, aperitivi dell'innovazione, concerti, mostre ed esposizioni, pubblicazioni cartacee e digitali dedicate al pubblico esterno. Eventi i cui risultati, analizzati in questo progetto di ricerca, mi sono serviti per valutarne gli impatti. Arricchita da questa esperienza formativa, ho concretizzato

quanto appreso in una elaborazione “da scrivania” sviluppando un’indagine oggettiva sul fenomeno del *public engagement* e delle sue ripercussioni sul sistema Uniba.

Nel primo capitolo ho messo in evidenza come l’Università sia riuscita a rinnovare le sue *mission* introducendo, alle due importanti missioni di didattica e ricerca, un ulteriore elemento detto “Terza Missione”. Questa *mission* non viene reputata come qualcosa di alternativo alle prime due bensì come la “terza gamba” dello stesso sgabello, senza la quale quindi l’Università non godrebbe di un giusto equilibrio. Infatti, la Terza Missione amplia le attività tradizionali di didattica e ricerca, rappresentando così la volontà di ogni Ateneo di rafforzare le relazioni tra il mondo della ricerca, la comunità, la scuola, le istituzioni e le imprese. L’insieme di attività senza scopo di lucro con valore educativo, sociale e culturale rivolte ad un pubblico non solo accademico prende il nome di *public engagement*. Il principio chiave su cui si basa questo concetto è coinvolgere per conoscere. La partecipazione dà come risultato finale il coinvolgimento, e grazie a questo meccanismo ognuno è portato a creare valore e benefici per la comunità.

Nel secondo capitolo, invece, partendo dall’evoluzione del concetto di Terza Missione, mi sono soffermata sul ruolo degli Atenei, definiti fin da sempre come incubatori della conoscenza e del sapere. Infatti, grazie all’introduzione del concetto di Terza Missione, il ruolo degli Atenei ha assunto una posizione più rilevante rispetto al passato. Essi sono stati chiamati a rispondere alle numerose esigenze della comunità, relazionandosi in un modo scrupoloso e attento col territorio e con il mondo delle imprese, mostrando particolari sensibilità verso le tematiche ambientali.

Infine, il terzo e ultimo capitolo si sofferma sulle numerose iniziative organizzate dall’Ateneo barese, mettendo in risalto quelle in ambito green, ossia eventi che promuovono altresì l’Agenda 2030, a cui aderisce l’Università degli Studi di Bari, che con i suoi 17 obiettivi di Sviluppo Sostenibile è punto cardine

per la promozione di *best practices* da parte di Paesi e Istituzioni. In particolare, degne di nota sono l'adesione alla RUS (Rete delle Università per lo Sviluppo Sostenibile) da parte dell'Università di Bari con l'intento di diffondere una cultura basata sulla salvaguardia dell'ambiente, la costituzione dei diversi Centri di Eccellenza di Ateneo e l'introduzione di nuovi corsi di laurea basati sull'educazione ambientale, che provano come l'Ateneo barese si sia messo in gioco in questa grande sfida per la prosperità futura, per il pianeta e per le persone.

Nella mia ricerca ho voluto evidenziare come le Università non possono e non devono sottrarsi a questa grande *mission*. Attraverso le variegata attività organizzate dall'Università di Bari, sono state messe in pratica azioni che mirano a promuovere una cultura della sostenibilità e a favorire il dialogo tra istituzione e territorio circa le questioni dello sviluppo sostenibile. Il fine principale delle varie iniziative messe in atto dall'Ateneo barese consiste nel favorire la partecipazione, stimolare la riflessione e innescare azioni verso un cambiamento di stili di vita. Gli eventi sono riusciti a coinvolgere ogni tipologia di pubblico.

Nell'attività di analisi non si è potuto non tenere conto degli effetti dell'emergenza sanitaria Covid-19 sull'attuazione delle politiche di *public engagement*. Tuttavia, le opportunità offerte dalla rete, nello specifico dalla comunicazione digitale, hanno permesso il raggiungimento di determinati risultati che emergono dal progetto di tesi. La minuziosa analisi degli eventi, inclusi quindi quelli da remoto, vuole mettere in luce l'odierno ruolo delle Università, fin da sempre pensate come luoghi di formazione e di ricerca.

La *mission* di questo progetto di tesi è quella di promuovere le iniziative dell'Ateneo barese per dar voce a tutti i processi interni che animano l'Università, la quale è chiamata ad offrire nuove opportunità di relazione con il mondo dell'impresa e con il territorio.

Capitolo primo

DALLA TERZA MISSIONE AL PUBLIC ENGAGEMENT

1.1 Definizioni di terza missione e public engagement

L'Università appare fin da sempre, agli occhi del cittadino, un luogo di alta formazione e di ricerca ma col tempo si riscopre essere un ponte collegato ad industria, società civile e territorio. L'Università è fatta di persone, le quali devono sentirsi parte della comunità e deve essere riconosciuto loro il massimo rispetto, cura ed attenzione affinché ognuno offra il meglio di sé. Grazie a questo rafforzamento dello spirito di comunità, è possibile realizzare ciò che si vuole perseguire, disegnare buone strategie e buone pratiche, e mettere a sistema l'impegno e la creatività, offrendo nuove opportunità. Attraverso le potenzialità ed i risultati ottenuti da ciascuno, si viene a creare valore per l'intero sistema al fine di ottenere un modello semplice a livello nazionale ed internazionale, basato sull'efficienza e l'efficacia.

L'Università, definita fin da sempre un luogo emblematico di produzione del sapere, oggi si confronta con l'esigenza di un forte rinnovamento tecnologico e culturale con l'obiettivo di promuovere le trasformazioni socioeconomiche a livello locale e internazionale. L'attenzione verso nuove tematiche quali la sostenibilità, spinge le Nazioni Unite a considerare il valore della pace, promuovendo società inclusive, giuste e pacifiche e il valore della collaborazione, rafforzando la partnership per perseguire lo sviluppo sostenibile.¹

¹ A. VISCHI, *Terza missione dell'università tra Alta formazione e società dei diseguali. Alcune questioni critiche*, in *Pedagogia più Didattica*, vol. IV, n.1, marzo 2018, p. 2.

L'Università si è sempre basata sulla ricerca e sulla didattica, aggiungendo valore ai corsi di laurea e monitorando e calibrando l'offerta formativa, in base alle esigenze espresse dagli studenti, risorse importanti ed utili al raggiungimento della missione scientifica, educativa e culturale dell'Università. A questi due punti, si è aggiunto un terzo elemento detto Terza Missione.

Per Terza Missione si intende l'accrescimento della funzione sociale dell'Università, rendendo le sedi dei veri e propri hotspot sul territorio.

La Terza Missione è:

«L'insieme di attività che derivano da ricerca, innovazione e didattica ma non solo, attività che generano un impatto sulla società quindi le due anime della terza missione sono sicuramente, da un lato, tutto ciò che è valorizzazione economica della ricerca attraverso il trasferimento dei risultati agli utilizzatori ma anche tutto ciò che è produzione di beni pubblici di natura sociale e culturale educativa»²

Per società si fa riferimento alla cittadinanza, a scuole, ad ordini di gruppi professionali ma anche ad ONG, ad associazioni politiche, enti locali, imprese, ex studenti laureati e poi del pubblico interno nonché studenti attuali, docenti e personale.

Il docente dell'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro", Giuseppe Pirlo³, ha messo a punto delle linee programmatiche, utili al perseguimento di una nuova immagine di Università. Egli ritiene importante valorizzare il capitale umano, ponendo al centro le persone, e assicurare la parità di genere, eliminando

² *Il Public Engagement: oltre la didattica e la ricerca* – Convegno, Università degli Studi di Ferrara - 5 ottobre 2018 - Polo Didattico degli Adelardi, Via degli Adelardi, 33 - Ferrara.

³ G. PIRLO, professore Ordinario di Sistemi di Elaborazione delle Informazioni presso l'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro", membro del Gruppo di Lavoro Terza Missione.

ogni tipo di discriminazione; promuovere il confronto e la collaborazione con le Università e gli Enti di ricerca del territorio, con le Istituzioni, con le imprese e con le diverse espressioni della società civile; rafforzare le politiche di valutazione di Ateneo, partendo dal migliorare il sistema di valutazione, stabilendo nuovi strumenti e criteri utili al perseguimento dell'efficacia; garantire il benessere organizzativo a tutto il personale universitario e valorizzare le competenze e conoscenze. L'Università deve essere un grande punto di riferimento per l'analisi di tematiche sensibili. Per ultimo, perseguire la sostenibilità dello sviluppo. L'Agenda 2030 costituisce l'inizio di un futuro più inclusivo, giusto e sostenibile e ciò consentirà alle Università di crescere ed acquisire nuove importanti risorse, anche finanziarie, attraverso scelte e politiche di giustizia, equità e trasparenza.⁴

Concretamente, sin dal 2015 si è iniziato a parlare di Terza missione. Essa trova le sue fonti in due decreti, i quali riconoscono a tutti gli effetti la missione istituzionale delle Università, accanto alle tradizionali di ricerca e didattica:

- Il **decreto legislativo 19/2012** che definisce i principi del sistema di Autovalutazione, Valutazione Periodica e Accredimento;
- Il successivo **Decreto Ministeriale 47/2013** che identifica gli indicatori e i parametri di valutazione periodica della ricerca e della Terza Missione (allegato E).⁵

Recentemente, nella società contemporanea, è esploso il dibattito sul ruolo dell'istituzione a causa di continui cambiamenti nelle relazioni tra società e mondo accademico e la Terza Missione, detta anche TM, diventa un tema

⁴ G. PIRLO, *Linee programmatiche* in Candidatura alla carica di Rettore dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro 2019-2025.

⁵Unimore Università degli studi di Modena e Reggio Emilia, *Fonti normative e documenti Anour*.

importante, inteso come la “terza gamba” dello sgabello e non una missione sconnessa alle altre due (didattica e ricerca). Si considera la TM un vero e proprio contenitore di attività e servizi, inteso ad integrare le tradizionali missioni di ricerca ed insegnamento portate avanti dall’Università. Le attività di Terza Missione consistono nella promozione di interventi capaci di favorire la diffusione dei risultati dell’attività di ricerca. L’ANVUR, Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca ha inserito la Terza Missione tra i fattori su cui si basa l’attività di valutazione, attraverso la pubblicazione di un manuale specifico. Tra gli elementi presi in considerazione fanno parte le attività relative al patrimonio culturale, la continua formazione, le imprese spin-off, l’attività in conto terzi e il *public engagement*. L’attività e i benefici dell’istruzione superiore e della ricerca possono essere comunicati e condivisi con il pubblico in numerosi modi. Per *public engagement* si intende l’insieme di attività senza scopo di lucro, con valore culturale, educativo e di sviluppo della società. Alcuni esempi di definizione di *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» (National Co-ordinating Center for PE, UK, 2013).

«Public engagement (PE) in Responsible Research and Innovation (RRI) is about co-creating the future with citizens and civil society organisations, and also bringing on board the widest possible diversity of actors that would not normally interact with each other, on matters of science and technology» (European Commission, 2011).

La prima definizione definisce il *public engagement* come un processo a due vie che prevede ascolto e interazione con l’obiettivo di generare un vantaggio competitivo; la seconda invece, pone l’attenzione sull’impatto e sulla

molteplicità di vantaggi del fare attività di *public engagement*. Il *public engagement* è da sempre un pilastro della Terza Missione ed il principio chiave sul quale si basa il sistema concettuale del *public engagement* è coinvolgere per conoscere. La partecipazione crea coinvolgimento e grazie a ciò, ognuno contribuisce a creare valore per tutte le parti coinvolte attraverso un processo partecipativo. La collaborazione tra Istituzioni Universitarie e le loro comunità per lo scambio di conoscenza e risorse diventa la base su cui poggiano tutte le attività di *public engagement*.

Nel XXI secolo, le Università diventano istituzioni sempre più moderne, proiettate oltre i loro confini, sempre alla ricerca attiva di interazione, dibattito e collaborazione per contribuire alla realizzazione di una società basata sulla prosperità e democrazia. Pertanto, il *public engagement* si allinea alle priorità strategiche dell'Università, consistenti nell'ampliamento della partecipazione e nel favorire una migliore e maggiore occupazione a giovani risorse.⁶ Le istituzioni educative e formative si fanno portavoce anche del processo di integrazione dei richiedenti asilo e dei rifugiati nei paesi europei. In seguito al flusso migratorio del 2015 e del 2016, in Europa è divenuto importante il ruolo positivo degli Atenei. Oramai, si ritiene che fornire accesso all'educazione e, nello specifico, all'istruzione superiore non possa essere più considerato un lusso.

Grazie all'Education Strategy del 2012 dell'UNHCR⁷, in cui l'istruzione superiore è divenuta una priorità, è emerso come l'accesso all'istruzione terziaria sia in grado di produrre effetti benefici quali lo sviluppo personale dei rifugiati,

⁶ L. LO PRESTI & V. MARINO, eds. *Il Public Engagement Universitario-e-Book*, G Giappichelli Editore, 2020.

⁷ *United Nations High Commissioner for Refugees* corrisponde all'Alto Commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati. È un organismo dell'ONU, fondato nel 1950 al fine di garantire la protezione internazionale dei rifugiati e il rispetto del diritto d'asilo, prevenire le pratiche di rimpatrio forzato, promuovere i rientri volontari e, ove non sia possibile, l'integrazione nei paesi di accoglienza.

consentendo loro un benessere economico e sociale; contribuisce al benessere del Paese che li accoglie, sia sul lato economico, dato che possono essere parte attiva ricoprendo posti di lavoro vacanti ma anche dal punto di vista sociale, favorendo processi di sviluppo sostenibili per le comunità che li accolgono. A partire dal 2001, è possibile individuare nei comunicati ministeriali dello Spazio europeo dell'istruzione superiore alcune linee guida per la definizione del concetto di accesso all'istruzione superiore; è solo successivamente, nel 2007, nel comunicato di Londra, ad essere definito come "l'ingresso, la partecipazione e il completamento dell'istruzione superiore per gli studenti a tutti i livelli". L'Italia, insieme ad altri sei Paesi, effettua un monitoraggio del processo di integrazione. Fra le varie misure, l'offerta di supporto linguistico è quella più presente, insieme alle sovvenzioni di tipo finanziario e ai servizi di orientamento; tra le altre, vi sono la formazione del personale che si rapporta con i richiedenti asilo e i migranti e l'esenzione dalle tasse. Ai fini dell'accesso e della partecipazione all'istruzione superiore dei rifugiati, in Italia sono previste solo misure di riconoscimento delle qualifiche possedute ai fini della progressione negli studi; in alcuni Paesi mancano i requisiti legali per le procedure di riconoscimento. Per l'integrazione dei rifugiati risulta importante la costruzione di network amicali, di natura informale con gli studenti universitari locali ma anche supporti formali offerti dalle istituzioni universitarie e i supporti *warm*, forniti anch'essi dalle istituzioni universitarie ma in maniera formale attraverso programmi sportivi, teatro, mentoring ed altre attività da svolgersi al di fuori delle lezioni. Tutti questi aspetti e strumenti aiutano gli studenti rifugiati a superare le barriere sistemiche di accesso alle istituzioni universitarie e non solo, fanno sì che essi si sentano come parte del corpo regolare degli studenti. Nel corso degli ultimi anni, dai numerosi progetti avviati, è venuto fuori come il successo delle pratiche di integrazione richieda l'adozione di un approccio integrato, basato sul coinvolgimento attivo e sull'azione congiunta dell'intero sistema universitario e di tutti gli *stakeholder* del territorio. Come è stato riportato finora, l'integrazione dei rifugiati e dei migranti rientra nelle attività di

Terza Missione ma non sempre è oggetto di studio. Per molto tempo le Università sono state luoghi di istruzione e di ricerca, e i laureati e gli esiti della ricerca erano i contributi che l'Università offriva alla società. Ma ben presto si è passati ad una più accurata verifica dei risultati ottenuti: c'è stato un passaggio, dal prodotto all'esito, dalla performance all'impatto, dalla "torre d'avorio" alla responsabilità sociale e alla rilevanza⁸. Sostenibilità, impatto, responsabilità e misurazione delle performance sono divenute *Keywords* della gestione delle Università, che hanno dovuto confrontarsi con la qualità delle attività erogate. Le implementazioni che riguardano la Terza Missione delle Università hanno chiesto alle Università di riconsiderare il loro ruolo, in relazione alle pressioni a livello europeo per migliorare l'accesso all'istruzione superiore e ampliare la partecipazione. Ciò ha permesso di impegnarsi maggiormente per rendere le Università più aperte, incrementando ulteriormente il loro impegno verso le comunità. Un nuovo modello di impatto sulla società può emergere se e solo se strategie, progetti ed interventi saranno considerati parte delle *mission* istituzionali.⁹

A livello europeo, l'Università di Salamanca nel luglio 2015 conduce uno studio dove vede protagonista la Terza Missione in funzione "imprenditoriale" e come l'Università imprenditoriale possa essere il motore dell'innovazione. L'idea nasce da insegnanti e imprenditori, attraverso l'organizzazione di una Summer School per studenti, provenienti da diversi Paesi come Italia, Messico e Argentina, e con diversi profili. L'obiettivo di questa formazione è stato incoraggiare e stimolare la riflessione, la leadership e migliorare le competenze necessarie per gli studenti ed essenziale per il business per progettare una formazione basata su tecnologia, creatività, innovazione e imprenditorialità. Lo

⁸ MEYER, M, & SCHACHERMAYER-SPORN, B, 2018, *Leaving the Ivory Tower: Universities Third Mission and the Search for Legitimacy*, p. 41.

⁹ R. PIAZZA, & S. RIZZARI, *Dare un senso alla Terza Missione: politiche e strategie delle Università per facilitare l'integrazione dei rifugiati e dei migranti*, Lifelong Lifewide Learning, vol. 15, n. 33, 2019, pp. 1-8.

scopo di queste attività è stato valutare le aspettative dei partecipanti e il loro grado di soddisfazione, attraverso una metodologia quantitativa. Da questo sondaggio è emerso come una grande percentuale pensi che l'autostima sia una competenza importante, seguita da capacità di comunicazione, responsabilità, cooperazione e organizzazione. I risultati hanno evidenziato l'importanza di essere impegnati con una metodologia basata non solo sulla conoscenza teorica ma anche adeguata allo sviluppo di uno spirito imprenditoriale. In relazione ai processi di apprendimento, l'imprenditorialità non si riferisce solo a professione o carriera, ma è anche un processo cognitivo e affettivo che mira ad accrescere il valore delle persone e, in effetti, uno dei principi chiave su cui si è basato questo percorso di formazione è stata anche la dimensione psicologica, nel senso di apertura ed arricchimento personale.

Tuttavia, la trasformazione dell'Università verso l'imprenditoria risulta essere un processo lento. Il motivo per cui il contributo dell'Università all'imprenditorialità si indebolisce è dato dal fatto che i suoi programmi si concentrano sulle attività imprenditoriali piuttosto che sull'educazione all'imprenditorialità, al pensiero creativo, all'analisi per l'innovazione.

1.2 Nascita rete APEnet: mission e vision

Il 16 marzo 2018, presso la sede della CRUI¹⁰, in occasione del workshop “*Destinazione Public Engagement*”, organizzato in collaborazione con l'ANVUR, nasce l'APEnet, la Rete Italiana degli Atenei ed Enti di Ricerca per

¹⁰ La CRUI è l'associazione delle Università italiane statali e non statali. Nata nel 1963 come associazione privata dei Rettori. Dal 2007 la CRUI è l'associazione delle Università statali e non statali riconosciute. Dal 2001 la Conferenza dei Rettori è affiancata dalla Fondazione CRUI, incaricata di sviluppare azioni di interfaccia fra sistema universitario e società nell'ottica dello sviluppo culturale ed economico del Paese, in <https://www.cruai.it/>.

il Public Engagement. APENet si propone come luogo virtuale di confronto tra Enti di Ricerca ed Università. La piattaforma www.apenetwork.it si concretizza dopo la prima tappa del workshop organizzato a Torino nel 2015, che ha visto la partecipazione di 100 delegati di 28 Atenei ed Enti di Ricerca di tutta Italia. L'APENet nasce per sostenere Atenei ed Enti di Ricerca nella condivisione di programmi, obiettivi ed azioni comuni che fanno riferimento a un concetto di *Public Engagement*, come azione istituzionale diretta a generare crescita sociale e culturale. Il *Public engagement* agisce da autentico motore di sviluppo e punta alla ricerca come a una frontiera che coinvolge i cittadini. L'intento di facilitare processi di produzione della conoscenza a beneficio di pubblici non specialisti, oltre che di tutti i soggetti coinvolti, mette in risalto come il *Public Engagement* possa essere una spinta ulteriore e necessaria verso innovazione e cambiamento. Attraverso le azioni di Terza Missione, gli Atenei e le Istituzioni Universitarie ricoprono oggi un ruolo chiave nello sviluppo della società della conoscenza. L'Università degli Studi di Torino, nel febbraio 2017, ha proposto la sottoscrizione di una lettera di intenti per l'adesione alla rete APENet, alla quale hanno risposto 38 istituzioni. La sua *mission* è promuovere, valorizzare e diffondere *best practice* nelle azioni di *Public Engagement*. La rete sostiene e semplifica il processo di istituzionalizzazione del *public engagement* negli Atenei e negli Enti di Ricerca italiani attraverso la condivisione e lo sviluppo delle conoscenze e delle competenze necessarie.

I principi che orientano l'azione di APENet si basano sulla responsabilità e sulla condivisione della conoscenza attraverso la collaborazione responsabile con i molteplici *stakeholder* del territorio; sulla circolarità, nel favorire processi di ascolto e dialogo per individuare i mutamenti in atto nella società e veicolare la conoscenza come strumento di crescita generale e circolare; sulla reciprocità e diversità, nel coinvolgere le comunità extra-accademiche nella produzione e nella comunicazione della conoscenza, favorendo modelli di progettazione condivisa e volontaria di beni pubblici senza mettere da parte il valore della

diversità, utile al perseguimento di un cambiamento inclusivo. Trasparenza e Sostenibilità sono gli ultimi due principi su cui si fonda l'azione guida della rete. Per trasparenza si intende basarsi su strategie di libera circolazione dei risultati della ricerca, sostenendo buone pratiche di regolamentazione dell'accessibilità della conoscenza; il principio di sostenibilità invece, promuove un'idea di sviluppo attenta alle sfide etiche e sociali, al fine di rispondere consapevolmente ed attivamente alle richieste promananti dal mondo civile, sociale, ambientale ed economico.¹¹

Tra gli obiettivi della rete:

- **contribuire**, in collaborazione con i diversi attori istituzionali del sistema italiano della ricerca (MIUR, CUN, CRUI, ANVUR, ...), alla valorizzazione e valutazione delle iniziative di PE;
- **sensibilizzare**, formare e aggiornare il personale (di ricerca e tecnico-amministrativo) degli Atenei e degli Enti di ricerca;
- condividere e promuovere *best practices* nazionali e internazionali;
- **sviluppare** una piattaforma comune e condivisa per la promozione, il monitoraggio e la valutazione delle iniziative di PE;
- **promuovere** e sviluppare la presenza del PE all'interno dei programmi universitari (corsi di laurea e di dottorato);
- **favorire** la ricerca sui temi del PE.¹²

Tra i membri che prendono parte alla comunità APEnet, aderisce l'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro".

¹¹ Segreteria organizzativa Università degli Studi di Torino, *Manifesto APEnet Per il valore pubblico della conoscenza*, Rete degli Atenei ed Enti di Ricerca per il Public Engagement, maggio 2019.

¹² <http://www.apenetwork.it/it/rete>.

I primi a parlarne a livello istituzionale sono stati alcuni relatori, in occasione del Festival Internazionale a Ferrara, edizione 2018, durante il workshop “*Il Public Engagement: oltre la didattica e la ricerca*”. L’evento è incentrato sulla definizione del *public engagement* come strumento di divulgazione e conoscenza, mettendo a confronto *best practice* a livello internazionale. Si parte dalla definizione di *public engagement* secondo la European Charter for Researchers del 2005:

“Researchers should ensure that their research activities are made known to society at large in such a way that they can be understood by non- specialists, thereby improving the public’s understanding of science. Direct engagement with the public will help researchers to better understand public interest in priorities for science and technology and also the public’s concerns”.¹³

Questa definizione evidenzia come il *public engagement* sia un modo per coinvolgere la società ma anche un aspetto di mutuo vantaggio, da un lato per il pubblico o i pubblici per incrementare la comprensione della scienza e dall’altro aiuta i ricercatori a capire gli interessi da parte dei pubblici per la scienza e tecnologia. Si precisa l’etimologia del *public engagement*. Dal francese “*public*” ossia rendere di dominio pubblico qualcosa e “*engager*” o “*engagement*” come impegno, contratto, ingaggio; in inglese “*public*” sta per pubblico, d’interesse generale ed “*engagement*” impegno ed “*to engage*” prendere parte a, dedicare. L’accezione italiana del termine denota il *public engagement* come una sfumatura dedicata ai diritti, agli interessi della collettività, della comunità intesa come partecipi o presenti potenzialmente; ragion per cui le parole chiave in questo caso saranno senso civico, responsabilità ed impegno. Un importante

¹³ The European Charter for Researchers, 2005. Retrieved from: http://www.apenetwork.it/application/files/8415/2181/2232/Presentazione_APEnet_1.pdf.

intervento è stato tenuto dall'assessore **P. Bianchi**, il quale si sofferma sull'Università "pubblica" e sul territorio: "*L'Università deve ascoltare e imparare da fuori, dall'esterno quindi è necessario che sia presente la capacità di ascolto senza la quale non si può fare attività di public engagement; pertanto l'Università pubblica deve avere necessariamente un public engagement.*"¹⁴

Recentemente, nell'ultimo seminario tenutosi nel maggio 2019, nel Politecnico di Milano, Rettori e Docenti si sono confrontati su strategie e misure da attuare per il *public engagement*. Nella prima parte si è discusso sugli strumenti utili al supporto della rete APEnet e sulle sue finalità: a livello del singolo ente è necessario istituzionalizzare e valorizzare il *public engagement* attraverso conoscenza e consapevolezza, preparare e guidare valutazioni esterne e autovalutazione in ottica di monitoraggio continuo ed offrire opportunità di crescita in reputazione attraverso l'attività di fundraising. I rettori dell'Università di Torino e dell'Università di Bergamo si trovano in accordo sull'importanza che ha la rete all'interno della Terza Missione.

Remo Morzenti Pellegrini¹⁵, Magnifico Rettore dell'Università di Bergamo e coordinatore della Rete dei Rettori della Lombardia, sostiene che la rete sia un luogo privilegiato per mettere in condivisione queste nuove iniziative di *public engagement* e aggiunge anche che bisogna cercare di confrontare le azioni, le modalità e gli obiettivi che gli Atenei possono mettere in atto non solo per una Terza Missione ma per mettere in relazione saperi interni, settori scientifici disciplinari che prima non dialogavano.

¹⁴ Workshop *Il Public Engagement: oltre la didattica e la ricerca*, 5 ottobre 2018, Aula A6 - Polo Didattico degli Adelardi, Ferrara).

¹⁵ R. M. PELLEGRINI, Magnifico Rettore Università di Bergamo e coordinatore della Rete dei Rettori della Lombardia, *Saluti istituzionali*, Destinazione Public Engagement #3, Politecnico di Milano | Aula Magna, Edificio 1, Piazza Leonardo da Vinci 32 – Milano, 29 maggio 2019.

Giuseppe Demuro¹⁶, afferma che a livello di rete, occorre fornire uno strumento condiviso che, da un lato faciliti l'implementazione di un sistema di monitoraggio di tutti gli enti partecipanti alla rete che sono un po' indietro in questa attività di autovalutazione e conoscenza interna; dall'altro, che permetta invece, a coloro i quali avevano già attivato un sistema di monitoraggio, di tendere ad una standardizzazione delle informazioni che consenta confronti e scambi di buone pratiche.

Gli strumenti a supporto della attività di rete sono la raccolta documentale e il manifesto APEnet. Della raccolta documentale, ne fanno parte quattro principali campi di indagine quali:

- **Public engagement: definizioni e riflessioni.** Raccolta di testi sul concetto di public engagement ma anche su altre parole chiave come ricerca responsabile, terza missione, social engagement.
- **Vision: strategie e orientamenti.** Documenti di dimensione strategica, sezione dedicata alle visioni e missioni di diverso contesto, sia italiano che europeo (piani strategici, documenti programmatici, linee guida sui differenti ruoli istituzionali svolti da Atenei ed Enti di Ricerca italiani e stranieri).
- **Casi studio: progetti e formazione.** Progettualità legate al public engagement, alla ricerca e alla didattica, sezione ricca ed articolata, guardando verso due caratteristiche principali quali il "livello" di *engagement* (informare, ascoltare/dialogare; collaborare/co-produrre) ed il "campo d'azione" (ad es. iniziative istituzionali; iniziative che si integrano nella ricerca e didattica).
- **Impatto: processi e valutazione.** Monitoraggio, valutazione ed impatto delle attività di PE.

¹⁶ G. DEMURO, Università di Sassari, *Gli strumenti a supporto della rete APEnet*, Destinazione Public Engagement #3, 29 maggio 2019.

Dopo aver definito gli strumenti necessari per rafforzare e alimentare la cultura del public engagement nel contesto italiano, la domanda centrale posta in questa seconda parte della prima giornata del workshop è stata: “*Che cosa intendiamo per public engagement?*”

Per poter dare una risposta esaustiva, le relatrici **Ida Castelnovo**, Politecnico di Milano e **Giulia Valsecchi**¹⁷, Università di Bergamo, sostengono che occorre partire dai quattro pilastri nonché protagonisti di questo dibattito ossia “cultura e società”, veri e propri pilastri di quello che è il sollecitato dialogo fra cittadinanza e istituzioni; “università ed enti di ricerca”, in ottica di risposta agli stimoli derivanti dal contesto europeo sono letti come custodi di conoscenza e vettori di innovazione; “Terza Missione”, pilastro denso di indicatori sfocati ma mette al centro la valorizzazione di beni pubblici (sociali, educativi e culturali). Si è arrivati ad un percorso di corrispondenze interne al “*public engagement*”, ossia tutte quelle attività senza scopo di lucro che apportano un accrescimento sul piano educativo, culturale e sociale.

Il passaggio successivo è stata un’autentica riflessione etimologica, portando il discorso sul piano nazionale della definizione di *public* ed *engagement*. Per *public* viene inteso un pubblico generalista no specialista ma anche bene pubblico; *engagement* come impegno, interazione, reclutamento, tenendo conto di alcune variabili promananti dal contesto anglosassone quali *social engagement*, *public participation*, *knowledge transfer*. Tra i benefici del *public engagement*, l’individuazione di un pubblico o pubblici a cui rivolgersi è una prima azione fondamentale che comporta un accrescimento sia dell’interazione che del capitale culturale ed intellettuale messo in gioco e condiviso con la società civile; un consolidamento del ruolo istituzionale degli enti di ricerca e degli atenei come strumento di dialogo; la costruzione di nuove azioni di

¹⁷ I. CASTELNUOVO, G. VALSECCHI, *Gli strumenti a supporto della rete APEnet*, Destinazione Public Engagement #3, 29 maggio 2019.

partecipazione che può portare a processi di fiducia e infine la promozione di standard di trasparenza, responsabilità e co-creazione, con un effetto di ritorno positivo ed un potenziamento delle risorse.

Angelo Saccà¹⁸, Presidente AICUN, si sofferma sulla comunicazione e sul fatto che è necessario che cresca negli uffici, così come all'interno degli Atenei la capacità di comunicare. Della stessa teoria, **Giuseppe Pellegrini**¹⁹, Presidente Observa Science in Society. Egli sostiene che la parola chiave è la comunicazione e si sofferma sulle attività che si fanno maggiormente come conferenze, open day, dibattiti e quelle che si fanno meno in materia di comunicazione come eventi deliberativi. Si passa dalla comunicazione alla comunicazione di una particolare categoria ossia gli studenti.

Pier Andrea Serra²⁰, docente dell'Università di Sassari, si sofferma sul coinvolgimento degli studenti universitari, all'interno del tema di discussione "Il *Public Engagement* integrato nella Didattica". È necessario partire da questa categoria per fare attività di *public engagement*, il quale deve essere un elemento sostanziale e non accessorio; si parla di voler creare una dimensione all'interno di sistemi per sviluppare azioni. Le tre tipologie di impatto nella didattica da cui prendere avvio sono la procedura per l'attribuzione di crediti formativi in ambito di processi e valutazione della qualità; avviare un programma di formazione trasversale per le scuole di dottorato e infine, estendere la tesi di laurea ad interesse collettivo. Pertanto, concentrarsi su una road mappa più ampia che riguardi la formazione, il parlare.

¹⁸ A. SACCÀ, Presidente AICUN, *Manifesto APEnet: un confronto a più voci*, Destinazione Public Engagement #3, 29 maggio.

¹⁹ G. PELLEGRINI, Presidente Observa Science in Society, *Università e Public Engagement*, Destinazione Public Engagement #3, 30 maggio 2019.

²⁰ P. A. SERRA, *Coinvolgimento degli studenti universitari*, Destinazione Public Engagement #3, 30 maggio 2019.

Francesca Cognetti²¹, docente del Politecnico di Milano, a proposito de “Il *Public Engagement* integrato nella Ricerca” si focalizza sulla ricerca responsabile, altra parola chiave all’interno del dibattito. Nel 2012, il Politecnico di Milano ha istituito il programma di responsabilità sociale “Polisocial”, inserendo dunque tra gli assi programmatici di lavoro e intervento dell’Università il tema della responsabilità e dell’impegno sociale di natura accademica, nella prospettiva di realizzare un’istituzione accademica sempre più capace di porsi a servizio delle comunità e di essere coinvolta nel trattamento delle grandi questioni di natura sociale. Tra gli ambiti di attività ne fanno parte la responsabilità sociale all’interno del territorio attraverso lo sviluppo di progetti di didattica e di ricerca, caratterizzati da un elevato contenuto e impatto sociale; cooperazione e sviluppo con la promozione di programmi di formazione e sviluppo di progetti di cooperazione internazionale e cooperazione allo sviluppo e per ultimo l’ambito dell’*equity, diversity* ed *inclusion*, promuovendo politiche attive per l’inclusione delle donne, per la disabilità e il riconoscimento e la valorizzazione delle diversità all’interno del mondo accademico politecnico. Progetti come questo hanno permesso di sviluppare nuove competenze, un’innovazione dal punto di vista organizzativo e lo sviluppo di reti e collaborazioni strategiche.

Roberto Balzani²², docente dell’Università di Bologna, si sofferma sulla relazione esistente tra musei e public engagement. Ciò che emerge dalla Legislazione Europea, in particolare nella Convenzione di Faro del 2005, è una visione completamente diversa da quella tradizionale italiana, la quale vede il prodotto museale come un’interazione tra tre soggetti quali le comunità, i luoghi e gli spazi e le risorse materiali e immateriali. Questa sola definizione pone il

²¹ F. COGNETTI, *Polisocial Award, esperienze di ricerca responsabile*, Destinazione Public Engagement #3, 30 maggio 2019.

²² R. BALZANI, *Dalla ricerca disciplinare alla ricerca integrata: il potenziale (inespresso) dei Musei universitari*, Destinazione Public Engagement #3, 30 maggio 2019.

tema museale all'interno del *public engagement*. Questo entra in contrasto con la legislazione italiana, fortemente gerarchica.

Oggi i musei presenti nelle Università hanno sempre meno funzioni didattiche e disciplinari; spesso costituiscono il "tesoro" dell'Università e sono finora sopravvissuti perfino per la passione dei singoli e sono parte della Terza Missione dell'Università. L'idea è portare il museo ad istituti scolastici nelle piccole città, i quali non hanno la possibilità di andarlo a visitare, in modo da potenziare l'effetto di disseminazione e costruire vere relazioni con le comunità. Ciò diventa una prospettiva che mette insieme una serie di elementi che vanno dalla multidisciplinarietà alla *science education*, al coinvolgimento delle comunità, alla modernità della ricerca e all'integrazione che coesiste tra diversi soggetti all'interno dell'Università.

A conclusione del confronto fra relatori, è emerso che, come rete, all'interno della ricerca risaltano vari aspetti e temi nonché spunti di riflessione quali la difficoltà di individuare pubblici e dialogare con loro e dunque l'importanza di fare formazione ai ricercatori e non solo, ma a tutte le figure che possono essere a supporto del ricercatore come esperti di didattica alle discipline.

1.3 Che cos'è un evento culturale? Finalità e pubblico

L'attività e i benefici dell'istruzione superiore e della ricerca possono essere comunicati e condivisi con il pubblico in numerosi modi. Tra le numerose iniziative ed attività di *public engagement*, vi è l'organizzazione di concerti, esposizioni, mostre ed altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità. Per poter dare una definizione di evento culturale, occorre soffermarsi sul significato di settore culturale. Il "settore culturale" si distingue in settore non industriale e settore industriale. Per settore non industriale si intende la produzione di beni e servizi non riproducibili destinati ad essere "consumati" in loco (un concerto,

una fiera d'arte, una mostra). Questi sono il campo delle arti (arti visive inclusi dipinti, scultura, artigianato, fotografia; le arti e i mercati dell'antiquariato; arti dello spettacolo tra cui opera, orchestra, teatro, danza, circo; e patrimonio compreso musei, siti del patrimonio, siti archeologici, biblioteche e archivi).

I settori industriali invece, producono prodotti culturali destinati alla riproduzione di massa, diffusione di massa ed esportazioni (per esempio un libro, un film, una registrazione sonora). Si tratta di "industrie culturali", inclusi film e video, videogiochi, editoria, musica, libri e stampa.

Nel "settore creativo", la cultura diventa un input "creativo" nella produzione di beni non culturali. Include attività come design (fashion design, interior design e product design), architettura e pubblicità. Per creatività si intende lo studio dell'utilizzo delle risorse culturali come consumo intermedio nel processo produttivo di settori non culturali e quindi come fonte di innovazione. Di conseguenza, l'ambito di indagine dello studio è il "settore culturale e creativo". Questo approccio ci consente di misurare più accuratamente l'impatto economico e sociale, diretto e indiretto della cultura e della creatività.²³

Le attività culturali sono teatri, musei, videoteche, mostre d'arte, laddove c'è un concetto di cultura associato tipicamente all'arte o alla conservazione del patrimonio. Agli inizi degli anni 2000, emerge un saggio "*The rise of the creative class*" dello studioso americano Richard Florida, il quale si sofferma sulla classe creativa della società. La tendenza della società era quella di vedere affermarsi una serie di lavori, competenze innovative legate in particolar modo alla creatività. Si è giunti all'idea che ci sia un unico macrosettore industriale di ripartizione dei settori.

²³ *The economy of culture in Europe, Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture) October 2006, pp. 2-3.*

In una iniziale possibile classificazione delle aziende culturali ne fanno parte i seguenti settori:

- **settori culturali:** produzione di contenuti informativi (case editrici, cinematografiche e discografiche);
- **mezzi di diffusione di massa:** aziende radiofoniche, televisive e giornali (mass media);
- **aziende artistiche:** direttamente connesse alla produzione di opere d'arte;
- **beni culturali:** tutela e valorizzazione del patrimonio culturale e naturale;
- **spettacolo:** soddisfano bisogni di svago attraverso produzione e distribuzione di eventi singoli o ripetuti.

Per pianificare, organizzare e comunicare un evento è importante tener conto di alcuni aspetti. Il fruitore oggi è alla continua ricerca di prodotti e servizi dai contenuti esperienziali, tant'è che riesce a riscuotere più successo l'esposizione di un'opera d'arte all'interno di una mostra piuttosto che all'interno di un museo. Questo elemento diviene fondamentale sia nella fase di pianificazione e programmazione di un evento, che in quello della sua comunicazione. Alla luce del legame fra modalità comunicative e realizzazione e a seconda della tipologia di evento, è necessario distinguere differenti tipologie comunicative. Distinguiamo gli eventi singoli da quelli continuativi: gli eventi singoli sono eventi che promuovono il contenuto ma anche l'esperienza come comunità. Concerti, spettacoli e aperture di siti culturali richiedono di puntare sull'adesione ai valori e sulla relazione fra i partecipanti; gli eventi continuativi come festival, stagioni teatrali e mostre invece, richiedono di puntare maggiormente sui contenuti piuttosto che sulla relazione fra i partecipanti.

Alla base di un evento culturale e del suo finanziamento, compare la figura del committente, corrispondente solitamente ad un ente pubblico o anche colui

che si occupa del finanziamento. Dal punto di vista finanziario, il supporto economico può essere fornito da aziende di servizi pubblici del territorio, da aziende private, sempre del territorio, le quali possono avere interesse a sviluppare legami con l'amministrazione locale o a far conoscere e riconoscere il proprio ruolo dalla comunità o entrambe; ma anche da aziende private di livello nazionale o internazionale, interessate a rafforzare la propria immagine o a inserire il finanziamento in progetti di responsabilità sociale. I principali *stakeholder* di un evento culturale sono il committente o promotore, il titolare del contenuto, gli investitori e gli sponsor, dipendenti e collaboratori interni ed esterni. Contribuiscono ad una buona riuscita dell'evento anche gli enti locali, la comunità locale, i mass media, le associazioni del territorio, le imprese del territorio, fornitori e l'intera comunità artistica e settore culturale. Mappare gli *stakeholder* significa ragionare su quali sono tutti i potenziali *stakeholder* e ragionare in termini di contributo che possono offrire e di ricompensa attesa.

L'evento culturale è un po' come un organismo vivente: nasce, cresce, si sviluppa e poi muore. Definiremo "ciclo di vita" le fasi di un evento culturale, contraddistinto dai seguenti sei elementi:

1. **ideazione**, definita come la fase del primo scenario;
2. **analisi preliminare di fattibilità**, volta a verificare i presupposti strategici formulati in fase di ideazione;
3. **attivazione**, intesa a adempiere i primi passi necessari per la realizzazione dell'evento;
4. **pianificazione**, nel senso della progettazione, logicamente antecedente all'attivazione ma operativamente conseguente ad essa;
5. **esecuzione**, composta da attuazione e completamento;
6. **valutazione**, che partendo dalla rendicontazione nonché completamento della fase precedente, offre lo spunto per un'analisi dei risultati ottenuti.

Alle sei, si aggiunge la fase di monitoraggio, che opera in concomitanza alle fasi, quindi un controllo sia ex post ma anche concomitante.

L'evento culturale punta alla valorizzazione del territorio, della sua storia e degli elementi della città. L'ideazione, dunque, si fonda sulla storia, cultura e arte del territorio, sulle sue tradizioni, memorie e leggende e sui personaggi legati al territorio. È la fase del cosiddetto primo scenario, quello della *vision* che vede l'evento come momento di confronto con i committenti, con i primi finanziatori. Un elemento focus è quello legato alle cosiddette politiche di rigenerazione urbana. Pertanto, nell'elaborazione del primo scenario in questa fase di ideazione assume particolare importanza l'immagine degli spazi che si intende valorizzare per lo svolgimento dell'evento. Spesso si punta a rivitalizzare aree decadute o ignote per far sì che l'evento diventi quel volano di rigenerazione del territorio o di quel specifico luogo. Si possono definire tre diversi approcci al concetto di tempo durante questa prima fase dell'ideazione dell'evento. Il tempo come celebrazione di una data specifica, spesso come avviene nelle feste religiose; tempo come commemorazione come un anniversario e tempo come preparazione, grazie al quale un evento serve a condividere un progetto, un obiettivo, qualcosa che si vuole realizzare in un tempo futuro.

Il percorso ideativo di un evento può essere assimilabile ad una performance teatrale e può concludersi con l'utilizzo della regola delle 5 W²⁴, utile a completare il processo ideativo:

1. "What", i contenuti principali dell'evento
2. "Who", proponenti, committenti e gli stakeholder di riferimento
3. "Why", la motivazione di fondo
4. "When", l'elemento temporale

²⁴ P. D. SEGA, *Ideazione degli eventi culturali*, pp. 66- 77.

5. “Where”, l’elemento spaziale

Superata questa fase, l’ideazione può ritenersi conclusa.

Sussegue il tempo del How, ossia modalità di realizzazione specifiche. Un evento si configura in base a spazi e localizzazione, tempo, tipologia di evento, contenuti chiave, obiettivi, bacino di attrazione, sistema di offerta e risorse finanziarie.

La fase di analisi preliminare di fattibilità è definita anche la fase della strategia dell’evento e delle motivazioni che portano alla realizzazione di un evento. Essa può avere alla sua base istanze ed esigenze di vario tipo che assumono rilievo strategico e che sono riferibili alle aree artistica-culturale, produttiva-economica, istituzionale e all’area comunicativa-promozionale. Dopo aver individuato una propria *mission*, in base alla tipologia dell’evento, una tende a prevalere sull’altra. Lo sviluppo di un evento culturale può essere un modo per sviluppare la *vision* e la *mission*, elementi prevalenti di natura strategica dei soggetti quali il committente, svolgendo un ruolo strategico e l’organizzatore, ruolo operativo. La *mission* dell’evento culturale è lo scopo centrale dell’iniziativa, il motivo per cui viene realizzato. Lo sviluppo della missione si concretizza grazie ad obiettivi principali e specifici che possono toccare le seguenti dimensioni quali artistico-culturale, sociale, educativo-formativa, economico-finanziaria, turistica, promozionale e politica. Per capire se un evento ha senso, deve rispettare obiettivi basati sull’approccio SMART, acronimo che sta per *Specific Measurable Achievable Realistic Timetable*. L’obiettivo deve essere specifico e concreto, misurabile e raggiungibile in un determinato orizzonte temporale e soprattutto realistico. Comprendere al meglio la fattibilità e la concretezza dell’evento lo si può fare attraverso un’analisi di contesto, qual è il target a cui ci si rivolge e dunque il contesto di riferimento, che può essere locale, regionale, nazionale o internazionale. Una volta definiti i presupposti, si arriva al come si deve realizzare un evento. Gli elementi da

definire riguardano il palinsesto delle attività cioè la programmazione di attività o spettacoli e la modalità di partecipazione all'evento; i requisiti e le componenti indispensabili come la presenza di determinate opere, artisti e personaggi. Nella definizione dell'evento, oltre ai caratteri essenziali, bisogna definire l'uso degli spazi, la scelta del periodo di svolgimento, il ricorso all'utilizzo di collaborazioni particolari, l'individuazione delle risorse necessarie. Oltre a ciò, di tale importanza sono gli aspetti giuridici, normativi e contrattuali; le scelte di accesso fisico all'evento e quelle di mobilità correlate; a livello preventivo sarebbe importante definire gli impatti ambientali e le informazioni chiave da fornire in ambito comunicativo. Conclusa questa fase di comprensione degli elementi di natura strategica dell'evento, inizia la fase di attivazione, che a sua volta può essere articolata in sei componenti:

- Analisi di fattibilità pratica: scende maggiormente nel dettaglio rispetto alla fase analizzata precedentemente. Riguarda innanzitutto i profili di natura economica e si basa su aspetti legati a reputazione attesa nonché la visibilità dell'evento; sviluppo pratico dello svolgimento dell'evento; risorse economiche da ottenere e risorse organizzative di cui disporre ed alternative possibili di fronte ad eventuali criticità.
- Convalida delle opzioni strategiche: è la seconda parte della fase dell'attivazione durante la quale si riflette sulle ipotesi individuate prima e sulla loro concretezza e realizzabilità attraverso l'analisi costi-benefici, l'analisi swot e un altro strumento può essere quello delle forze in campo.
- Determinazione o conferma di luogo e periodo: la location è l'elemento strategico dell'evento così come il tempo, periodo in cui svolgere l'evento.
- Definizione delle linee guida di tipo produttivo e organizzativo: il primo elemento riguarda la strutturazione della governance; il secondo l'alleanza e i partenariati e per ultimo, la definizione delle scelte da attuare.

- Adozione dei primi comportamenti operativi: iniziano le prime attività che derivano dalla definizione delle strategie e che anticipano l'elaborazione della documentazione progettuale.
- Redazione della documentazione di progetto: è l'ultima parte della fase di attivazione di un evento culturale.

La pianificazione, intesa come progettazione pratica, è la fase più importante di un evento culturale. In questa fase, tutti gli elementi contenuti nell'attivazione trovano forma più concreta, mediante piani di lavoro dettagliati e specifici. Coerentemente alla prospettiva manageriale analizzata dove le azioni sono spesso accompagnate dai documenti che servono a gestire le fasi, con la stessa logica si ragiona sull'evento. Devono essere redatti documenti come l'archivio di progetto; il piano della produzione; il piano economico- finanziario suddivisibile in budget economico, budget di tesoreria, piano del fundraising; piano delle *burocracies*, piano della contingenza e altri piani.

L'archivio di progetto contiene le versioni di bozza e di sviluppo del progetto, una lista di tutti i soggetti coinvolti, i vari contratti necessari per lo svolgimento dell'evento, schede tecniche e progettuali, preventivi economici e infine materiali per la stampa, promozionali e studi e ricerche. Con il piano della produzione siamo nell'ottica del project management: diventa necessario stilare un piano di tutte le azioni da compiere, legato al timing dell'evento. Molto usato è il Diagramma di Gantt, strumento che permette la scansione temporale delle cose. Oltre ai tempi, bisogna considerare le risorse necessarie in termini di risorse umane e materiali.

Per quanto riguarda il piano economico- finanziario, di notevole importanza in ambito culturale assume il piano di fundraising, senza il quale l'evento non può realizzarsi. Il fundraising può avere fonti di finanziamenti di stampo pubblico e privato. Per i finanziamenti da privati, è utile distinguere le sponsorizzazioni, le quali prevedono un contraccambio di immagine, dalle

erogazioni liberali come le cosiddette donazioni. Il piano delle *burocracies* assume una rilevanza fondamentale nel campo degli eventi poiché è legato a regole specifiche nel contesto di realizzazione dell'evento come scadenze e adempimenti.

Il piano della contingenza invece, è un documento ancora più specifico che cerca di prendere in considerazione tutte le problematiche potenziali relative ad organizzazione e realizzazione dell'evento. Si possono considerare anche specifici piani in materia di produzione tecnica, sicurezza e logistica.

Le fasi successive alla fase di ideazione, analisi di fattibilità, attivazione e pianificazione sono quelle di attuazione, completamento e valutazione dell'evento. L'attuazione richiede la realizzazione concreta di quanto stabilito in fase preliminare; da un punto di vista organizzativo, sono fondamentali i controlli di sicurezza, di rispetto del palinsesto, di tutela degli elementi chiave.

La chiusura o detta anche fase di completamento dell'evento richiede di ripristinare gli spazi, di chiudere tutte le pratiche amministrative. Questa fase viene spesso tralasciata ma è fondamentale; può essere di natura esterna, rivolta agli *stakeholder*, sponsor, finanziatori o interna, rivolta al team di progetto.

Capitolo secondo

IL RUOLO DEGLI ATENEI SUL TERRITORIO

II. 1 Ruolo degli Atenei rispetto all'attività di public engagement

Nell'era della condivisione e della costante interazione, grazie alle opportunità offerte anche dalla comunicazione digitale, gli enti e le organizzazioni no profit hanno la possibilità di partecipare e coinvolgere i pubblici nelle scelte e decisioni che intraprendono.

Il *public engagement* diventa lo strumento attraverso il quale l'Università entra in contatto con i suoi variegati pubblici. Le attività e le iniziative di *public engagement* sono rese note grazie alla comunicazione ed in particolare al web. La comunicazione risulta essere un asse portante del processo di *public engagement* e gli Atenei hanno dovuto adattarsi a nuove tecnologie.

Il sito web di Ateneo è la prima vetrina attraverso cui l'Università comunica, crea dialogo e stimola il dibattito con la comunità e con i propri *stakeholder*. Grazie al sito web, le Università soddisfano sia il bisogno informativo dei propri utenti ma al contempo possono utilizzarlo come strumento di contatto. La rete offre numerosi vantaggi tra cui raggiungere un certo numero di utenti, garantire un rapido recupero delle informazioni, contenere una gran quantità di dati, interagire con i pubblici attraverso bacheche virtuali ed essere un contenitore per altri siti web.

Secondo gli autori C. Chapleo, M.V. Carrillo Durán e A. Castillo Díaz, “*un sito web è efficace quando è poliedrico, multifunzionale e interattivo, tale da permettere una comunicazione bidirezionale tra Università e stakeholder.*”²⁵

Le Università considerano i siti web dei validi canali di contatto con i diversi *stakeholder* ed efficaci strumenti di valorizzazione delle attività rivolte alla comunità.²⁶

Il ruolo delle Università appare essere centrale per lo sviluppo dei territori e del contesto socioeconomico. Al fine di dare una visione più ampia alla base della nascita della Terza Missione, è utile fare riferimento al documento *Green Paper*, redatto nel 2012 da un team di accademici di varie Università europee, finanziato dalla Commissione Europea attraverso il *Lifelong Learning Programme*, con gli obiettivi di migliorare in Europa la qualità, l’efficienza e l’efficacia dei sistemi di istruzione e di formazione; incoraggiare e stimolare il contributo delle Università alla società; stimolare l’eccellenza e migliorare la visibilità delle attività universitarie.²⁷

L’Università partecipa attivamente allo sviluppo complessivo della società civile e alla pianificazione delle città. Pertanto, definiamo questo come un “impegno” di *community engagement*. Il *community engagement* è la collaborazione tra istituti di istruzione superiore e le comunità per un equo scambio di risorse e di conoscenze. L’impegno possiamo definirlo come un processo a due vie di cui fanno parte l’interazione e l’ascolto, con lo scopo di generare beneficio.

²⁵ C. CHAPLEO, M. V. CARRILLO DURÁN, & A. CASTILLO DÍAZ, *Do UK universities communicate their brands effectively through their website?* Journal of Marketing for Higher Education, vol. 21, n. 1, pp. 25- 46, 2011.

²⁶ V. MARINO & L. LO PRESTI, *Comunicazione digitale e public engagement. Nuovi approcci strategici per le istituzioni universitarie*, Sinergie, Italian Journal of Management, Vol 35, n. 103, 2017.

²⁷ Green Paper, *Fostering and Measuring Third Mission in Higher Education Institutions*.

Secondo gli autori I. Roessler, S. Duong e C. D. Hachmeister²⁸, il *community engagement* è un movimento globale con caratteristiche locali per la ricerca, l'innovazione e l'apprendimento, che produce benefici sociali, economici, culturali ed ambientali per le comunità. Il legame tra Università e comunità è sempre esistito ma di recente si è avviato un processo di valutazione della Terza Missione delle Università italiane, disciplinato dall'ANVUR. Le Università si impegnano mettendo in atto strategie per coinvolgere il pubblico in spazi di integrazione e aggregazione della collettività, oltre a garantire lo svolgimento delle attività di promozione di eventi e valorizzazione della cultura. Questo coinvolgimento si basa su alcuni principi chiave:

- **Reciprocità:** le Università devono essere in costante comunicazione con le comunità con cui si svolge l'impegno, assicurandosi che ci sia una comprensione reciproca delle attività di coinvolgimento;
- **Rispetto:** i partners e le Università devono rispettare le risorse che la comunità mette a completa disposizione;
- **Accessibilità:** le comunità coinvolte devono essere in grado di recepire e assumere consapevolezza di ciò che le Università hanno da offrire, attraverso gli sforzi di sensibilizzazione dell'opinione pubblica.

Il ruolo delle Università e degli Atenei, consistente nella diffusione della conoscenza, oltre alla formazione e alla ricerca, diventa prestigioso nel coinvolgimento della comunità civile e degli altri attori del territorio dove le Università appaiono agorà e centri propulsivi per la crescita del territorio. Ecco riportati in basso alcuni esempi di iniziative di *public engagement* attuate da due

²⁸ I. ROESSLER, S. DUONG, & C. HACHMEISTER, *Teaching, Research and more?! Achievements of Universities of applied sciences with regard to the society*, CHE Working Paper No. 183, April 2015.

mega Atenei Italiani, l'Università di Catania e l'Università di Torino, rilevate dalla valutazione ANVUR, per il triennio 2011- 2013 e il 2014.²⁹

Catania (2014)	Torino (2014)
Unistem day - L'Italia unita dalla scienza – iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori	Notte Europea dei Ricercatori in Piemonte – organizzazione di eventi pubblici
Potenziamento dei saperi minimi – scuola/università	Bambine e bambini. Un giorno all'università – organizzazione di eventi pubblici
5° Corso UNICEF di Educazione ai diritti e allo sviluppo – iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani	Debate science! European Student Parliament – partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse
Open day 2014 – iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori	Torino Città Universitaria – iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani
Zammù Multimedia – siti web interattivi e/o divulgativi, blog	hackUniTO – organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità

Tab. 1. Esempi di attività di public engagement (ANVUR, 2017)

In questo XXI secolo la comunicazione nel *public engagement* (in particolare quella digitale) è diventata imprescindibile, in quanto mezzo necessario per trasmettere iniziative, attività e per dialogare con studenti, istituzioni e comunità.

²⁹ D. Privitera, *L'Università e la terza missione. Riflessioni sulla community engagement*, AGEI- Geotema, 57, pp. 169- 174, 2019.

A causa della pandemia da Covid-19 che ha coinvolto l'intero pianeta, la comunicazione sul web è diventata uno strumento necessario e un modo per coinvolgere più pubblici. Le numerose iniziative di *public engagement* hanno dovuto adattarsi alla presenza online dei pubblici; allo stesso modo le comunità si sono impegnate e hanno dato il loro ampio contributo attraverso la loro partecipazione online. La pandemia ha ampliato la rete e gli "spettatori", coinvolgendo vari target di pubblico, espandendo anche i confini geografici. Un altro elemento importante che è emerso durante questa emergenza è stato il fattore inclusività giacché il fruitore ha potuto prendere parte a molte iniziative ed attività. Grazie all'uso delle tecnologie digitali, si è riusciti ad includere una larga categoria di utenti, dallo studente lavoratore, a chi vive in zone decentrate, o anche a chi ha delle disabilità. Le Università hanno saputo raccogliere anche questa sfida.³⁰

Gli Atenei italiani hanno dovuto fronteggiare l'emergenza sanitaria attraverso l'organizzazione di eventi in streaming, trasmessi e comunicati su piattaforme social come Facebook, Instagram, YouTube, Zoom, Microsoft Teams. I social media sono stati veri e propri protagonisti degli eventi online, contribuendo a migliorare la diffusione degli eventi digitali e riuscendo ad avvicinare un numero variegato di pubblici. Open day, webinar, seminari, workshop su tematiche quali emergenza sanitaria, cultura e turismo, innovazione, sostenibilità e imprenditoria hanno sostituito gli eventi in presenza.

Nel sito di Ateneo è stata creata una sezione ad hoc per raccogliere in modo organizzato ed aggiornato tutte le comunicazioni ufficiali; allo stesso modo, il Servizio Bibliotecario di Ateneo ha garantito la fruizione delle risorse librerie digitali. Le biblioteche universitarie si erano già "attrezzate" prima della situazione attuale di emergenza sanitaria attraverso l'open access che mette a

³⁰ Unito News, *La didattica a distanza durante l'emergenza Covid-19: Torino e le università italiane a confronto*, (11 novembre 2020).

disposizione dell'utente un servizio bibliotecario gratuito. Ciò è stato permesso grazie ai finanziamenti dell'Unione Europea che hanno reso obbligatorio l'accesso alle pubblicazioni. Si ricorda il programma quadro europeo per la ricerca e l'innovazione per il periodo 2014-2020, Horizon 2020, finanziato dall'Unione Europea.³¹ Con il programma Horizon 2020 si inizia a parlare di "libera circolazione della ricerca" poiché tale programma mira a sostenerla e garantirne la diffusione in ambito internazionale. L'accesso libero alla biblioteca comporta considerevoli vantaggi quali:

- Contribuisce a velocizzare l'innovazione;
- Accresce la collaborazione tra università, studiosi e centri scientifici;
- Avvalora il lavoro accademico poiché ne migliora la qualità, garantendo e agevolando l'accesso a studi precedenti in modo da affinare la qualità dei risultati.³²

Ci sono diversi casi a dimostrare l'impegno degli Atenei italiani durante questa emergenza.

L'Università Orientale del Piemonte (UPO) ha preso parte a numerose iniziative di *public engagement* durante questo periodo. Tra queste, la collaborazione con l'Associazione Cultura e Sviluppo di Alessandria in cui è stata lanciato l'evento #laculturanonsiferma via web. Si sono tenuti approfondimenti su temi legati al virus durante gli UPOTalk settimanali a cura di docenti. Inoltre, l'Osservatorio epidemiologico dell'Asl di Vercelli ha

³¹ T. PIAZZINI, *L'open access oltre l'emergenza Covid-19 nelle Università Italiane*, p. 1.

³² I. SCUDERI, *Horizon 2020 Viaggio nel mondo dell'open access*, Horizon 2020 Open Access to Scientific Publications, in <https://www.lidentitadiclio.com/horizon-2020-open-access/>.

prodotto un opuscolo divulgativo per comprendere meglio i termini legati all'epidemia.

Stefano Geuna, Rettore Università degli Studi di Torino, afferma:

“Credo che nessuno possa negare che l'Università italiana nel suo complesso sia stata più rapida di altre istituzioni a adattare la propria offerta alla nuova situazione. La ragione è piuttosto semplice: nell'Università si sperimenta, si fa ricerca, si anticipa il futuro, anche nella didattica.”

A partire dal 2003, nell'Ateneo torinese erano state già sperimentate forme di didattica online; l'aspetto innovativo ha sempre contraddistinto questo ateneo. In una prospettiva di *public engagement*, l'Università di Torino si è aperta alla comunità, dalle realtà economiche fino agli Enti territoriali, affinché le conoscenze e le competenze acquisite attraverso la ricerca siano a beneficio di tutti. Oltre all'ambito scientifico, si è dato ampio spazio anche alle attività culturali di Ateneo. Il Politecnico di Torino ha condiviso risorse e messo a disposizione a tutta la cittadinanza contenuti scientifici, culturali ma anche di intrattenimento. Con l'iniziativa social #POLITodaTE, la comunità studentesca e non ha potuto usufruire di servizi come una rubrica giornaliera con proposte di contenuti d'archivio e con la creazione di contenuti nuovi, nati per la fruizione digitale come brevi video- incontri con autori di libri o percorsi digitali delle mostre organizzate in Ateneo.³³

Le conseguenze della pandemia hanno richiesto un forte impegno da parte delle istituzioni pubbliche e private e dei cittadini. L'Università, luogo nel quale

³³ G. C. AVANZI, Rettore Università del Piemonte Orientale, *Il Ruolo delle Università durante la pandemia. L'emergenza COVID-19 e il ruolo dell'Università del Piemonte Orientale*, Piemonte delle Autonomie, Rivista quadrimestrale di scienze dell'Amministrazione.

prende forma il futuro del capitale territoriale, è chiamata a investire nella capacità di *engagement* con gli *stakeholder* del territorio e nelle modalità innovative di comunicazione. Secondo il modello a tripla elica, le Università sono chiamate a collaborare in reti, partenariati e sistemi di relazione con governi e imprese per promuovere la costruzione di un ambiente economico, sociale e culturale che punti all'innovazione. Alle tre missioni (didattica, ricerca, terza missione) si aggiunge una quarta e si realizza nel momento in cui l'Università collabora con diversi attori al fine di creare trasformazioni sociali con l'obiettivo di raggiungere uno sviluppo sostenibile. Questa missione richiede comportamenti di *civic engagement*, esigendo responsabilità civica delle istituzioni del sapere all'interno della comunità. A tal proposito alcuni studiosi distinguono il *civic engagement* dal *community involvement*.

R.G. Bringle, J.A. Hatcher, e B. Holland sostengono che il *civic engagement* sia una sottocategoria del *community involvement*. Esso indica l'impegno pubblico nella e con la comunità e sottolinea i processi partecipativi, equi, collaborativi e democratici a vantaggio dei campus e delle comunità. Per *community involvement* definiscono l'impegno nelle comunità nella diffusione della conoscenza accademica attraverso la formazione continua, le trasmissioni radiofoniche e televisive, programmi di informazione pubblica, programmi sportivi e gli eventi culturali.³⁴ Grazie a questo ampliamento delle missioni, si avrà un modello a "quattro eliche" che, oltre a rendere protagonisti gli enti pubblici e privati, accoglierà imprese e le organizzazioni attive nell'ambito della creatività, della cultura e dell'arte e la società civile in maniera tale da valorizzare l'innovazione; a ciò si potrebbe aggiungere un quinto elemento e dunque un quinto modello a "cinque eliche", che si focalizzerà sull'ambiente naturale, sulla sostenibilità, eco- innovazione e eco- imprenditorialità. Questi

³⁴ R.G. BRINGLE, J.A. HATCHER, B. HOLLAND, *Conceptualizing civic engagement: Orchestrating change at a metropolitan university*, «Metropolitan Universities», 18, n. 3, pp. 57-74, 2007.

modelli innovativi sono un nuovo modo di interpretare le capacità e le potenzialità delle istituzioni del sapere.³⁵

Secondo lo studioso C. Trigilia, il concetto di innovazione si è evoluto; nella visione recente, essa non corrisponde al processo tecnologico bensì è collegata ad un concetto ampio di conoscenza che include la cultura, l'arte e la creatività e sostiene che sia un percorso socialmente costruito.³⁶ Pertanto l'Università che definiamo *civic university* è impegnata attivamente con e per la comunità locale con lo scopo di creare valore condiviso e tale impegno è rivolto alla produzione di beni che aumentano il benessere della società. L'osservatorio della Crui specifica che questi beni hanno contenuto culturale come eventi e beni culturali, gestione di poli museali; contenuto sociale, educativo come il programma del *life long learning* o contenuti di consapevolezza civile come dibattiti e controversie pubbliche.

In questa situazione di emergenza, le Università italiane hanno saputo recitare bene questo ruolo. Molti atenei hanno risposto con tempestività ed efficacia alla crisi indotta dalla pandemia, offrendo tutorato e formazione online ai propri studenti. Secondo i dati del monitoraggio effettuato dall'ex Ministero dell'Università e della Ricerca con la collaborazione della Conferenza dei Rettori è emerso che circa il 95% dell'offerta didattica è stata portata in rete e che più del 90% degli studenti, i quali hanno seguito i corsi, hanno conseguito risultati molto positivi e stimolanti. Questo ha permesso di "avvicinare" quella categoria di studenti più fragili.

A proposito della situazione odierna e della sfida posta dal Covid-19, l'ex Ministro dell'Università e della Ricerca, **Gaetano Manfredi** sostiene che:

³⁵ M.R. NAPOLITANO, *L'università come catalizzatore di relazioni per la valorizzazione del capitale territoriale*, il Capitale Culturale, Studies on the Value of Cultural Heritage, pp. 147- 149, 2020.

³⁶ C. TRIGILIA, *Sviluppo locale. Un progetto per l'Italia*, in Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage, p. 149, 2005.

*“L’università rappresenta un grande motore di cambiamento culturale che non può essere rivolto solo a coloro che si iscrivono all’università per studiare, ma deve essere capace di agire più profondamente all’interno della società. Questo rappresenta un ruolo aggiuntivo della funzione dell’università nel post Covid”.*³⁷

Da ciò emerge come l’attuale ruolo dell’Università non si limiti alla didattica, alla ricerca verso gli studenti ma col tempo si riscopre essere parte attiva della comunità.

L’Università e gli Atenei riusciranno a far sentire sempre più la propria presenza sul territorio ed uscire dalla cosiddetta “torre d’avorio” in cui ancora tanti la accusano di rintanarsi?³⁸

II.2 Valorizzazione culturale ed heritage degli Atenei

Un altro elemento chiave per analizzare il rapporto fra l’Università e territorio è il ruolo che può avere l’Università nella valorizzazione e nella conservazione del patrimonio culturale, che è espressione dell’identità del territorio.

Uno studio effettuato nel 2015 “*Getting cultural heritage to work for Europe*” delinea il quadro generale del patrimonio culturale in Europa e dimostra come

³⁷ G. MANFREDI, ex Ministro dell’Università e della Ricerca, *Il Ministro Gaetano Manfredi: finita l’epidemia, un’illusione immaginare “di riavvolgere il nastro”*, Intervista pubblicata su «Ateneapoli» il 28.05.2020.

³⁸ M. R. NAPOLITANO, *L’università come catalizzatore di relazioni per la valorizzazione del capitale territoriale/The university as a catalyst of relationships for enhancing territorial capital. IL CAPITALE CULTURALE. Studies on the Value of Cultural Heritage*, (11), 143-156, 2020.

esso può stimolare uno sviluppo più intelligente, inclusivo e sostenibile. Si sostiene che:³⁹

*“Cultural heritage is a significant force for 21st century Europe. Not only is it at the heart of what it means to be European, it is being discovered by both governments and citizens as a means of improving economic performance, people’s lives and living environments.”*⁴⁰

Questa definizione mette in risalto l’importanza del patrimonio culturale e dei suoi benefici sotto il profilo sociale, economico ed ambientale. Del patrimonio culturale, il sistema museale degli Atenei e il sistema bibliotecario possono avere un ruolo centrale nel favorire la divulgazione scientifica verso l’esterno e quindi nello svolgere attività di *public engagement*. Il patrimonio culturale dell’Università risiede nei musei, archivi storici e biblioteche. Questa ‘eredità del sapere’, oltre ad essere di supporto strategico all’attività didattica e scientifica degli Atenei è in grado di “promuovere” nuove interazioni col territorio e i differenti *stakeholder*, in primis, la comunità di studenti, docenti e personale accademico, come pure scuole, famiglie, pubblici professionali e di esperti, turisti e visitatori, fino alle istituzioni culturali e agli altri attori sia pubblici che privati del territorio.⁴¹ Le Università producono inclusione sociale

³⁹ I. SCUDERI, *La tutela del patrimonio culturale in Europa*, <https://www.lidentitadiclio.com/europa-horizon-2020/>.

⁴⁰ *Getting cultural heritage to work for Europe*, Report of the Horizon 2020 expert group on cultural heritage, Publications Office of the European Union, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/b01a0d0a-2a4f-4de0-88f7-85bf2dc6e004>.

⁴¹ V. MARTINO, *Terza Missione e cultura delle università. Note per una sociologia del patrimonio accademico*, Rivista Trimestrale di Scienza dell’Amministrazione, n. 1/2018 - <http://www.rtsa.eu/>, Studi di teoria e ricerca sociale, pp. 16- 17.

grazie ai propri musei impegnati nei processi di coinvolgimento sociale, in grado di generare benessere.⁴²

Saper fare comunicazione sociale e inclusione è una delle tante strategie adottate dal MUSA, Museo Storico- Archeologico dell'Università del Salento, inaugurato nel 2007. Il MUSA ha come obiettivo primario entrare in relazione con il territorio e rendere il Museo accessibile a tutti, andando oltre la ricerca e la didattica (le prime due missioni). Gli studenti sono parte attiva delle varie attività e iniziative di *co- curation e co- creation*, organizzate all'interno del Museo, allestito a sua volta all'interno di un campus universitario. Eventi di carattere nazionale come la "Notte Europea dei Ricercatori o la "Giornata delle Famiglie al Museo" hanno avvicinato e coinvolto diverse e nuove tipologie di pubblico. Grazie al coinvolgimento e il crescente impegno da parte della comunità studentesca, il Museo è riuscito a dare una migliore visibilità all'esterno, riuscendo anche ad ampliare la sua rete social. Oltre a questi eventi, il Museo ospita mostre temporanee di archeologia e esposizioni di arte contemporanea che hanno permesso di fidelizzare il pubblico, suscitando curiosità ed interesse al punto tale da visitare nuovamente il Museo. Il Museo può definirsi inclusivo grazie anche all'impegno da parte dei docenti nell'adottare un linguaggio semplice e chiaro in modo da arrivare e giungere ad ogni tipologia di pubblico, abbattendo ogni muro tra il relatore ed il pubblico. Sono stati adottati anche strumenti innovativi come pannelli didattici, anch'essi dotati di sintassi e lessico semplificati; schede mobili descrittive tradotte in tutte le lingue dato che il Museo è frequentato anche da turisti stranieri. Inoltre, è stata avviata la digitalizzazione dei reperti esposti, in collaborazione col Laboratorio 3D e ciò ha favorito la presenza del pubblico più giovane e predisposto la realizzazione di un'applicazione per dispositivi mobili e di un catalogo online

⁴² MANNINO F., 2016. *Musei e collezioni universitarie come welfare cognitivo*. *Il Giornale delle Fondazioni* (<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/musei-e-collezioni-universitarie-come-welfare-cognitivo>).

delle collezioni. Altri due elementi che rendono il Museo accessibile sono l'audiodescrizione per non vedenti e la narrazione autobiografica ossia la lettura delle collezioni presenti nel Museo, riuscendo a creare un legame tra gli oggetti esposti e il vissuto di ogni partecipante. Queste nuove modalità di coinvolgimento hanno reso il Museo autentico oltre che partecipato ed inclusivo. Esso rappresenta una risorsa importante ed un efficace mezzo di comunicazione con il territorio e di inclusione sociale per l'Università, superando ogni limite e barriera.⁴³

In questo cambiamento, il ruolo delle collezioni universitarie custodite all'interno di musei, biblioteche e archivi storici diventa strategico non solo per la didattica e la ricerca ma anche per il trasferimento della conoscenza nella società. Su sfondo internazionale, le collezioni universitarie sono state ufficialmente riconosciute nel 2001 da parte del Consiglio Internazionale dei Musei insieme alla Fondazione del Museo Universitario e Collections Alliance (UMAC). Poco dopo è nata UNIVERSEUM, rete europea che si occupa del patrimonio accademico nel senso più ampio, sia tangibile che non, con lo scopo di semplificare l'accesso all'*heritage* universitario e di definire e interpretare l'identità culturale.⁴⁴ L'obiettivo dell'UMAC è quello di fornire un forum per individuare le opportunità di partenariato; migliorare l'accesso alle collezioni; adottare politiche per supportare manager e altri stakeholder e infine, se richiesto, offrire servizi per la gestione universitaria. Negli ultimi anni le Università hanno cambiato prospettiva. Col passaggio dalla torre d'avorio inaccessibile a luoghi di cultura e apprendimento largamente accessibili si è

⁴³ G. M. SIGNORE, *Musei universitari e accessibilità: come comunicare la ricerca e fare inclusione*, *Museologia scientifica memorie*, n. 21/2020, pp. 180- 185.

⁴⁴ Universeum is a European network, established in the year 2000, concerned with academic heritage in its broadest sense, both tangible and intangible. It aims at the preservation, study, access and promotion of university collections, museums, archives, libraries, botanical gardens, astronomical observatories, etc. It is open to heritage and museum professionals, researchers, students, university administrators and all those involved in university heritage, in <https://www.universeum-network.eu/>.

iniziato a parlare di Terza Missione, così come è stato detto nel capitolo precedente. Della Terza Missione fanno parte tutte quelle attività che riguardano l'utilizzo, l'applicazione e la valorizzazione delle conoscenze e altre capacità universitarie al di fuori del contesto accademico.⁴⁵ Essa facilita l'interazione tra le Università e la società e si sviluppa su tre aree quali trasferimento tecnologico, educazione continua e *public engagement*.⁴⁶ Il *public engagement*, così come abbiamo già detto, riguarda attività culturali e politiche di comunicazione scientifica, compresa la gestione degli aspetti culturali, l'organizzazione di eventi e la trasmissione del sapere e della conoscenza scientifica. In questo contesto, il sistema di istruzione superiore deve rendere la sua cultura e il patrimonio artistico accessibile, aperto al pubblico e al territorio. Questo diviene fondamentale per raggiungere gli obiettivi della Terza Missione.

Al fine di incoraggiare la diffusione di buone pratiche nella gestione del patrimonio culturale, il Consiglio d'Europa ha raccomandato tre sfide manageriali:

- **accessibilità:** i musei universitari non sono solo custodi del patrimonio ma anche luoghi per incoraggiare l'accessibilità pubblica con orari di apertura ragionevoli e opportunità di *lifelong learning* per il mondo accademico e il pubblico;
- **sostenibilità finanziaria:** preserva i vari ambiti universitari attraverso un dinamico flusso di entrate, un'erogazione di determinati fondi nel budget universitario e anche attraverso l'aumento di ulteriori incentivi provenienti da risorse private;

⁴⁵ ENCATC, *Journal of Cultural Management & Policy*, vol. 8, num. 1, 2018.

⁴⁶ S. BOFFO, R. MOSCATI, *University Third Mission. Origins, Problems and Indicators*. Scuola Democratica, 6 (2), pp. 251- 272, 2015.

- **comunicazione:** utilizzo di adeguati sistemi di comunicazione per raggiungere obiettivi e valori chiari.⁴⁷

Il crescente interesse per il patrimonio culturale delle Università Italiane va in parallelo all’Agenzia Nazionale per la Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR). Il DPR 76/2010, che contiene il regolamento della struttura e funzionamento dell’ANVUR, all’art. 3 comma 1 lettera a e comma 2 lettera b, stabilisce che l’ANVUR valuta la qualità dei risultati della ricerca delle Università e degli Enti di Ricerca, principalmente tramite valutazione tra pari.⁴⁸ L’ANVUR nasce come processo di valutazione della ricerca ma recentemente è stata inserita la Terza Missione. Per la prima volta in Italia, le attività di Terza Missione di università ed enti di ricerca divengono oggetto di una sistematica valutazione affidata direttamente all’ANVUR. In Italia le prime due fasi della valutazione della Terza Missione applicata ai beni culturali universitari si sono tenute nella VQR 2004- 2010 e in quella del 2011- 2014. Nella prima fase di valutazione il museo risultava essere un “capitale inespresso”, privo di ruolo naturale che tanto lo distingue. I musei sono nati per la creazione, comunicazione della cultura e per la didattica.

Nel processo valutativo iniziale di ANVUR (VQR 2004- 2010), i beni culturali erano inclusi nel settore delle “scienze umane” e come indicatori si consideravano quelli relativi a siti archeologici, poli museali e ad altre attività di Terza Missione, attraverso un’analisi quantitativa. In questo modo, secondo tali criteri e principi solo quantitativi, venivano meno le finalità formative del museo connesse alla ricerca, alla trasmissione dei valori culturali racchiusi nell’istituzione museale, in particolar modo quella universitaria, alla sua

⁴⁷ I. MOZZONI, S. FANELLI, & C. C. DONELLI, *Italian university collections: managing the artistic heritage of the university’s ivory tower*, in *ENCATC Journal of Cultural Management & Policy*, Vol. 8, Issue 1, p. 33, 2018.

⁴⁸ <https://www.anvur.it/attivita/vqr/>.

fruizione così come le modalità di gestione e fruizione dei siti archeologici e dei poli museali.

Nonostante l'ANVUR abbia inserito i poli museali come categoria da analizzare, essi risultano essere non del tutto considerati nella loro complessità. I poli museali universitari rappresentano grandi potenzialità rispetto ad altre categorie prese come oggetto di valutazione della Terza Missione. Prima della valutazione ANVUR, fin dal 2001 era previsto che i musei fossero oggetto degli standard qualitativi specifici al fine di migliorare le strutture museali attraverso criteri normativi legati ad otto ambiti essenziali nel "complesso museale" quali status giuridico, assetto finanziario, strutture, personale, sicurezza, gestione delle collezioni, rapporti con il pubblico e servizi relativi ad esso, rapporti con il territorio. Altre note governative e normative legate alla fruizione del pubblico possono essere l'istituzione della Commissione di studio per la didattica del museo e del territorio presso il MIBACT (1996), il Codice dei Beni Culturali e del Paesaggio (2004), la Carta di qualità dei servizi museali (2007) e l'intenso lavoro della Commissione Montella (2006-2008), atta a definire i livelli minimi uniformi di qualità delle attività di valorizzazione sui beni pubblici.⁴⁹

Nell'aprile del 2013, durante un convegno tenutosi a Roma organizzato dall'ANVUR, è stato protagonista il docente di economia della cultura dell'Università Federico II di Napoli. Molti temi sono stati oggetto di discussione tra cui "*La terza missione per i beni sociali e culturali*". In questa sessione il docente **Stefano Consiglio** ha tenuto una relazione sulla "produzione e gestione di beni culturali". Molto probabilmente grazie al suo contributo sui beni culturali, nella seconda fase di valutazione (VQR 2011- 2014) si apportheranno modifiche sulla categoria riguardante i beni culturali. Egli si sofferma sulla valutazione dei beni culturali della Terza Missione nella sua

⁴⁹ F. M. C. SANTAGATI, *I musei e la valutazione ANVUR della terza missione universitaria: un potenziale ancora inespresso*, Il Capitale Culturale Studies on the Value of Cultural Heritage, n. 16, pp. 380- 383, 2017.

completezza e secondo una nuova prospettiva rispetto a quanto fatto precedentemente da ANVUR. Il docente individua le attività connesse alla Terza Missione nel settore dei beni culturali che le Università italiane normalmente svolgono. Tra queste:

- gestione e valorizzazione del patrimonio culturale (musei, orti botanici, scavi archeologici, archivi e biblioteche);
- produzione e gestione di eventi culturali (concerti, mostre, presentazioni di libri, *performing arts*, ecc.);
- supporto di consulenza gratuito in iniziative di tutela, comunicazione e valorizzazione dei beni culturali;
- gestione e valorizzazione del patrimonio edilizio (edifici storici usati dall'università).

Tale riflessione di Stefano Consiglio viene successivamente sottoposta all'ANVUR e questi parametri vengono inseriti nella valutazione successiva (VQR 2011- 2014) della Terza Missione nell'ambito dei beni culturali.⁵⁰

L'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" nella direzione auspicata da queste intendenze sulla valutazione della Terza Missione si è molto spesa negli anni nell'ambito della valorizzazione dei beni culturali. Essa ha previsto nel suo statuto l'istituzione di uno specifico Sistema Museale di Ateneo (SiMA) per coordinare le attività dei musei, delle collezioni, degli orti botanici e degli acquari, che fanno parte del proprio patrimonio. Questo interesse verso la valorizzazione del patrimonio storico- scientifico ha avuto inizio nel 1993 con l'istituzione del CISMUS, Centro Interdipartimentale di Servizi per la Museologia Scientifica, col ruolo di coordinamento dei servizi, informatizzazione delle realtà museali, reperimento e valorizzazione dei reperti

⁵⁰ Workshop Roma, aprile 2013, *La Terza missione delle Università e degli enti di ricerca. Esperienze, dati, indicatori*, in *Il capitale culturale Studies on the Value of Cultural Heritage*, n.16, 2017, pp. 383- 385.

museali, organizzazione o supporto delle attività didattiche e di ricerca per la divulgazione e diffusione della cultura scientifica museale dei dipartimenti e istituti afferenti. Con la legge Gelmini n. 240/2010, l'Università di Bari ha adottato il SiMA nel suo Statuto per la necessità di assumere a livello centrale il compito della tutela, valorizzazione e fruizione dei beni culturali dell'Ateneo e avere l'opportunità di partecipare alla Terza Missione con una strategia unica ma diffusa. Al Sistema Museale dell'Ateneo barese viene affidato il coordinamento della conservazione, catalogazione e fruizione per la ricerca, la didattica e per l'educazione culturale e scientifica. Esso deve adempiere a varie esigenze quali rientrare nei criteri di valutazione degli Atenei per la Terza Missione e rispondere alle indicazioni della CRUI, Conferenza dei Rettori delle Università Italiane e del MiBACT, Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo riguardo i beni scientifico- naturalistici. Le attività del SiMA, gestite da un Comitato tecnico- scientifico si sviluppano in tre linee d'azione quali avviare un costante processo di censimento del patrimonio storico- scientifico interno e del patrimonio esistente nel territorio pugliese; partecipare ad iniziative del territorio finalizzate alla valorizzazione del patrimonio regionale nel senso più ampio e predisporre varie proposte progettuali su diversi livelli per la costruzione di reti che mettano in relazione tutti i musei, tutti coloro che possiedono collezioni come scuole, enti territoriali, associazioni e privati per conoscere, conservare, valorizzare e diffondere il patrimonio culturale regionale.⁵¹ Grazie alle varie iniziative, oggi il museo assume un aspetto differente rispetto al passato. I fruitori e il complesso degli *stakeholder* in generale ricoprono un ruolo importante per il museo che, per molti anni è stato considerato un luogo a parteda dalla comunità, un luogo per pochi. Anche la rete, strumento efficace messo in

⁵¹ R. FRANCESCANGELI, A. GARUCCIO, & V. MONTENEGRO, *Reti per la valorizzazione del patrimonio culturale: il modello del sistema museale dell'ateneo barese*, *Museologia scientifica memorie*, n. 19/2019, pp. 50- 56.

atto dalla tecnologia è riuscita nell'intento di attirare a sé numerosi pubblici attorno ad un medesimo interesse.

II.3 Monitoraggio e valutazione delle attività di public engagement

Le iniziative di *public engagement* necessitano di una valida attività di monitoraggio e valutazione. Questa esigenza deriva da vari fattori quali:

- le iniziative sono di varia natura e numerose, spesso impattanti ed è facile perderne traccia;
- la valutazione non può essere limitata ai tempi e alle richieste dell'ANVUR;
- una comunicazione efficace e la restituzione del territorio richiedono forti basi informative e consapevolezza;
- l'opportunità di fare fundraising;
- la gestione strategica e la valorizzazione del *public engagement* come elemento caratterizzante e non volontaristico o accessorio della mission universitaria.⁵²

È importante monitorare queste attività dato che in questo modo si riesce a dare più visibilità alle varie iniziative, definire piani d'azione istituzionali e conoscerne l'impatto sulla collettività. Il monitoraggio viene effettuato attraverso la somministrazione di un questionario, composto da domande obbligatorie, contrassegnate da un asterisco, di cui una aperta nonché quella di

⁵² Università di Siena, *Indagine sulle attività di Public Engagement organizzate dai Dipartimenti nel corso del 2018, in* https://www.unisi.it/sites/default/files/Public_Engagement_Relazione%202018%20%281%29.pdf.

descrizione sintetica dell'iniziativa ed altre a compilazione opzionale. Esso è organizzato in varie sezioni:

- Titolo dell'iniziativa
- Data di svolgimento dell'iniziativa
- Tipologia di attività di PE
- Partecipanti
- Enti/Aziende Partner
- Descrizione
- Responsabili
- Budget complessivo utilizzato
- Finanziamenti esterni
- Ambito di rilevanza dell'iniziativa
- Impatto stimato (numero partecipanti effettivi per eventi; numero documentato di accessi a risorse web; numero copie per pubblicazioni; audience stimata per eventi radio/tv)
- Strumenti di valutazione
- Link a siti web (se disponibili)
- Eventuali documenti (locandine, brochure, inviti, ecc.)⁵³

L'ANVUR⁵⁴, Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca, richiede di monitorare le risorse dedicate, sia a livello di Ateneo che di Dipartimento. Per monitoraggio delle attività di *public engagement* si intende:

⁵³ Università di Parma, Presidio della Qualità di Ateneo, *Linee guida per il monitoraggio delle attività di Public Engagement*, Versione 02 del 09/11/2020, p. 3.

⁵⁴ L'*ANVUR*, costituita nel 2006, è impegnata a svolgere la sua attività di valutazione in linea con i principi fondatori che sono alla base del suo operato e delle regole deontologiche definite all'interno del proprio Codice Etico. In particolare, l'Agenzia opera seguendo i principi di indipendenza, imparzialità e professionalità.

- la rilevazione della attività di public engagement;
- la valutazione dei risultati di queste attività attraverso il monitoraggio e l'analisi di visitatori e fruitori degli eventi e dei destinatari delle pubblicazioni e delle produzioni radiotelevisive (lettori, visitatori web) ed il monitoraggio e l'analisi di gradimento e di efficacia delle iniziative, mediante questionari, focus group;
- il monitoraggio dell'impegno da parte del personale interno coinvolto e delle risorse economiche impiegate;
- il monitoraggio del raggiungimento degli obiettivi prefissati e della programmazione relativa al *public engagement*.

Il Decreto ministeriale del 7 gennaio 2019⁵⁵, n 6, “Autovalutazione, valutazione, accreditamento iniziale e periodico delle sedi e dei corsi di studio” affida all’ANVUR il compito di valutare periodicamente i risultati raggiunti dalle singole Università nell’ambito della didattica, della ricerca e della loro internazionalizzazione. Gli obiettivi istituzionali dell’ANVUR sono connessi in particolare alle attività di accreditamento e valutazione presenti nel sistema AVA, operativo dal 2013.⁵⁶

Nel primo esercizio di valutazione di qualità della ricerca corrispondente alla VQR 2004- 2010, l’ANVUR ha introdotto per la prima volta il concetto di Terza Missione. La Terza Missione attraverso questa valutazione ha avuto una visione diversa; oltre alla valorizzazione economica della ricerca, si sono aggiunte iniziative dal valore socioculturale e educativo. In questo contesto sono stati definiti alcuni indicatori attinenti non solo al trasferimento tecnologico ma anche

⁵⁵<https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2019/02/DM-n.-6-del-7-gennaio-2019-versione-accessibile.pdf>.

⁵⁶ ANVUR, *Indicatori di Monitoraggio, Autovalutazione e Valutazione periodica*, in <https://www.anvur.it/attivita/ava/indicatori-di-monitoraggio-autovalutazione-e-valutazione-periodica/>.

alle attività delle scienze umane che hanno una ricaduta sulla società come i musei scientifici e gli scavi archeologici. Dal monitoraggio svolto durante questa VQR sono emerse criticità rispetto agli indicatori di Terza Missione, ragion per cui ANVUR non li ha presi in considerazione. Grazie all'introduzione del sistema di Autovalutazione, Valutazione e Accreditamento (AVA), la Terza Missione è stata riconosciuta come una missione istituzionale delle università, accanto alle missioni tradizionali di didattica e ricerca. Per la prima volta in Italia, le attività di Terza Missione di università ed enti di ricerca diventano oggetto di valutazione da parte dell'Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR). Questo processo di valutazione necessitava di un sistema informativo solido su cui fondare la valutazione; pertanto l'ANVUR insieme al MIUR ha contribuito a creare un sistema di SUA-Terza Missione.⁵⁷

La Scheda Unica Annuale della Ricerca Dipartimentale (SUA- RD), all'interno della quale è contenuta la SUA- TM nonché la Scheda Unica Annuale della Terza Missione, sarà utilizzata per la raccolta dei dati in vista della valutazione della Terza Missione nell'ambito della successiva VQR 2011- 2014. La compilazione della SUA- TM è aperta agli Enti di Ricerca dal dicembre 2015 e la suddetta scheda consente di avere una base di dati standardizzati e confrontabili su tutti i 95 Atenei italiani. Nell'ambito della VQR 2011- 2014 sarà utilizzata anche per la rilevazione dei dati di Terza Missione per gli Enti di Ricerca. La scheda raggruppa informazioni in riferimento alle attività di valorizzazione della ricerca che includono brevetti, spinoff, contratti conto-terzi e convenzioni, intermediari ma anche attività di produzione di beni pubblici sociali e culturali come *public engagement*, patrimonio culturale, formazione continua, sperimentazione clinica. A partire dal 2015, gli Atenei possono integrare i dati della SUA- TM (biennio 2011/2012), in riferimento ad alcuni

⁵⁷ Anvur, Terza Missione / Impatto Terza Missione e Impatto Sociale di Atenei ed Enti di Ricerca, in <https://www.anvur.it/attivita/temi/>.

ambiti come private vegetali, attività conto terzi e strutture di intermediazione.⁵⁸

Nel secondo esercizio di valutazione della ricerca VQR 2011-2014, sono stati inclusi il monitoraggio e la valutazione della Terza Missione, ma rispetto all'esperienza precedente, l'agenzia ha potuto contare su una base di dati standardizzati e comparabili di tutti gli atenei italiani, raccolti mediante la SUA-TM (come previsto dal decreto di avvio DM 458/2015, art. 2 c. 6) e sulle indicazioni contenute nel Manuale ANVUR.⁵⁹

Nel 2015, l'ANVUR ha approvato e pubblicato il Manuale sulla Valutazione della Terza Missione nelle Università Italiane, rendendo la Terza Missione uno dei parametri di valutazione della qualità della ricerca, in cui accanto ai parametri già precedentemente considerati, trovano spazio la formazione continua e il *public engagement*.⁶⁰ Il documento nasce per un'estensione alle attività di Terza Missione degli Enti di ricerca e tale estensione è diventata effettiva a seguito dell'inserimento della Terza Missione tra gli oggetti di valutazione per la Valutazione della Qualità della Ricerca (VQR) 2011-2014.

Infatti, l'art. 2, c. 6 del DM 458/2015 afferma che:

«Nell'ambito del processo di valutazione e a fini conoscitivi sarà inoltre considerato, anche utilizzando le informazioni della Scheda unica annuale della ricerca dipartimentale, il profilo di competitività delle Istituzioni per le attività di "terza missione". Tale valutazione dovrà tenere conto della missione istituzionale fondamentale delle Istituzioni. Oltre ai parametri che saranno definiti dall'ANVUR, dovranno essere considerati, come elementi comuni di valutazione, i seguenti aspetti: proventi dall'attività conto terzi, attività brevettuale, imprese spin-off. Tale

⁵⁸ https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2018/11/LG-per-la-compilazione-SUA-RD-3M-2014_con-intro.pdf.

⁵⁹ <https://www.anvur.it/attivita/temi/>.

⁶⁰ L. LOPRESTI, V. MARINO, *Terza missione e public engagement nelle istituzioni universitarie. Significato, dimensioni, impatto*, in *Il public engagement universitario*, pp. 13- 14.

valutazione potrà in ogni caso essere considerata ai fini del riparto dell'assegnazione delle risorse statali alle Istituzioni interessate». ⁶¹

La scelta metodologica adottata per la valutazione della Terza Missione avviene secondo il metodo della *peer review* informata, nonché all'analisi dei dati ad opera di un "Panel di Esperti", provenienti sia dal mondo scientifico che dall'insieme di soggetti che interagiscono con le Università nell'ambito del ventaglio delle attività di Terza Missione. Il Panel nonché il CETM, Commissioni Esperti di Terza Missione, si avvale di tutti i dati e degli indicatori raccolti attraverso la scheda SUA- TM, indicatori resi disponibili in forma disaggregata modo da poter analizzare non solo i valori centrali (media, mediana) ma anche altri elementi delle rispettive distribuzioni (minimo, massimo, quantili). Costituiscono oggetto di valutazione:

- attività di valorizzazione della ricerca
- attività di produzione di beni pubblici sociali e culturali. ⁶²

In seguito, è riportato lo schema generale delle aree in cui viene declinata la Valutazione di Terza Missione e Impatto Sociale delle Università:

I.0- Obiettivi strategici di Terza Missione/Impatto sociale	
Valorizzazione della Ricerca	Produzione di beni pubblici
I.1 Gestione della proprietà industriale (brevetti e privative vegetali)	I.5 Gestione del patrimonio e attività culturali (scavi archeologici, poli museali, attività musicali, immobili e archivi storici,

⁶¹ MIUR, *Linee guida valutazione qualità della ricerca (VQR) 2011 – 2014*, in <http://attiministeriali.miur.it/anno-2015/giugno/dm-27062015.aspx>.

⁶² ANVUR, *Manuale per la Valutazione*, La valutazione della terza missione nelle Università e negli Enti di Ricerca, pp. 1- 6.

	biblioteche ed emeroteche storiche, teatri e impianti sportivi)
I.2 Imprese spin-off	I.6 Attività per la salute pubblica (sperimentazione clinica, studi non interventistici ed empowerment, strutture a supporto)
I.3 Attività conto terzi	I.7 Formazione continua, apprendimento permanente e didattica aperta (formazione continua, Educazione Continua in Medicina, certificazione delle competenze, Alternanza Scuola-Lavoro, MOOC
I.4 Strutture di intermediazione (uffici di trasferimento tecnologico, uffici di placement, incubatori, parchi scientifici, consorzi e associazioni per la Terza Missione)	I.8 Public Engagement

Tab. 2 Aree di valutazione Terza Missione/Impatto sociale⁶³

Come è possibile notare, rispetto alla precedente valutazione (VQR 2004-2010), in questa valutazione, il mutamento è rappresentato dalla nuova denominazione dell’ambito di valutazione dedicato esclusivamente ai beni culturali “Produzione di beni pubblici” e dell’aggiunta di un nuovo ambito denominato “*Public Engagement*”, attinente alle attività di condivisione con il pubblico, aventi luogo in tutti i dipartimenti degli Atenei, riconosciute come attività senza scopo di lucro, con valore educativo e culturale. A partire da questo

⁶³ ANVUR, *Linee guida per la compilazione della Scheda Unica Annuale Terza Missione e Impatto Sociale SUA-TM/IS per le Università*, p. 6 in https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2018/11/SUA-TM_Lineeguida.pdf.

momento, ai Musei viene riconosciuta la capacità di coinvolgimento della comunità civile nell'ambito di *public engagement*.⁶⁴

Ad oggi, la Terza Missione, diversamente dalle attività di didattica e ricerca che sono dovere istituzionale di ogni docente e ricercatore, è una responsabilità istituzionale a cui ogni ateneo risponde in modo differenziato, in funzione delle proprie specificità e delle proprie aree disciplinari.

Nell'ultima valutazione ANVUR, ai sensi dell'art. 9 comma 1 del Bando VQR 2015-2019, ai fini della valutazione delle attività di Terza Missione:

- le Università presentano alla valutazione un numero di casi studio [...] che, dal punto di vista numerico, siano pari alla metà del numero dei propri Dipartimenti;
- gli EPR e le Istituzioni diverse presentano alla valutazione un numero di casi studio [...] che, dal punto di vista numerico, siano pari al numero dei propri Dipartimenti o strutture assimilate.⁶⁵

Lo svolgimento del terzo ciclo della VQR deve essere portato a termine entro il mese di giugno 2022.

Tra le strategie messe in atto da ANVUR nel programma delle attività relative al triennio 2021- 2023, si presta particolarmente attenzione ai profondi cambiamenti del contesto economico, culturale, sociale ed ambientale che la pandemia da Covid- 19 ha accelerato. A causa di ciò, occorre ridefinire la propria

⁶⁴ F. M. C. Santagati, *I musei e la valutazione ANVUR della terza missione universitaria: un potenziale ancora inespresso*, *Il Capitale Culturale Studies on the Value of Cultural Heritage*, n. 16, 2017, pp. 385- 391.

⁶⁵ ANVUR, *Modalità di conferimento dei casi studio, VQR 2015- 2019*, in <https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2021/02/Modalita-conferimento-dei-casi-studio.pdf>.

mission e concorrere ad un miglioramento complessivo della qualità del sistema universitario.⁶⁶

In riferimento all'ultimo Bando VQR relativo al periodo 2015- 2019, l'ANVUR tra i campi d'azione dei casi studio presentati al Gruppo di Esperti per la Valutazione (GEV) inserisce l'Agenda 2030 e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile⁶⁷. Il tema dello sviluppo sostenibile entra a far parte della programmazione dell'ANVUR grazie anche al dialogo con la Rete delle Università per lo Sviluppo Sostenibile (RUS). In merito a ciò, nel capitolo a seguire si approfondirà questo aspetto sull'ultima Valutazione della Qualità della Ricerca (VQR 2015- 2019) con i relativi campi d'azione e i criteri di valutazione da adottare.

Nel corso del 2021 è prevista una collaborazione istituzionale più ampia, insieme anche all'impegno del Ministero dell'Università e della Ricerca. Grazie a ciò, l'ANVUR si focalizzerà su *best practices* che a livello nazionale le Università stanno adottando in relazione ai 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030.⁶⁸

⁶⁶ ANVUR, *Programma delle Attività Anvur 2021- 2023*, in <https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2020/12/Programma-delle-attivit-2021-2023-ANVUR.pdf>.

⁶⁷ L'Agenda globale definisce **17 Obiettivi di sviluppo sostenibile** (*Sustainable Development Goals* – SDGs nell'acronimo inglese) da raggiungere entro il 2030, articolati in 169 Target, che rappresentano una bussola per porre l'Italia e il mondo su un sentiero sostenibile. Il processo di cambiamento del modello di sviluppo viene monitorato attraverso i Goal, i Target e oltre 240 indicatori: rispetto a tali parametri, ciascun Paese viene valutato periodicamente in sede Onu e dalle opinioni pubbliche nazionali e internazionali. In <https://asvis.it/>.

⁶⁸ ASViS, *Università e ricerca: l'Agenda 2030 tra i criteri di valutazione dei casi studio*, in <https://asvis.it/notizie/2-9019/universita-e-ricerca-lagenda-2030-tra-i-criteri-di-valutazione-dei-casi-studio#>.

Capitolo terzo

CASO STUDIO: EVENTI UNIBA

III. 1 Analisi degli impatti e delle potenzialità dell'ateneo barese

L'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" si posiziona tra i mega- Atenei italiani grazie al numero elevato di iscritti e ad un'offerta formativa variegata⁶⁹. I numerosi percorsi di laurea, triennali e magistrali, insieme all'offerta formativa post-laurea e di specializzazione, come master e dottorati di ricerca, non sono le uniche fonti di impatto con il territorio. Infatti, come è stato rappresentato nel capitolo precedente, gli Atenei impattano notevolmente sul territorio, influenzando la comunità e stimolando azioni che partono dal basso. Questo è dovuto all'attività di *public engagement*, ovvero alla moltitudine di iniziative, rivolte a pubblici non solo accademici, di grande valore culturale, educativo e di sviluppo della società, attraverso i quali l'Ateneo trasmette i benefici dell'istruzione e i risultati della ricerca.

⁶⁹ L'offerta formativa dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro sopraindicata si riferisce all'anno 2019- 2020, Documento di Programmazione Integrata 2020- 2022, Approvato dal Consiglio di Amministrazione del 31- 01- 2020 e adottato con D.R. n. 279 del 31-01-2020.

Con l'approvazione della **Strategia di Lisbona**⁷⁰ e il **Processo di Bologna**⁷¹, l'influenza delle Università sull'assetto dei territori è diventata più significativa così come l'accrescimento nei processi di innovazione sociale ed economica.

Al fine di sostenere il tessuto sociale e produttivo, il modello di Terza Missione dell'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" (UNIBA) presentato per il prossimo triennio (2020- 2022) è caratterizzato da 4 direttive di supporto alla crescita economica, sociale e allo sviluppo della *Knowledge Society*. Tra queste:

- **Technology Transfer and Academic Engagement:** l'elaborazione dei dati di fonte ministeriale e ANVUR registra un trend positivo degli Spin- off universitari relativo al triennio 2016- 2018. In calo la proporzione tra brevetti registrati e approvati presso sedi nazionali ed europee. Forte partecipazione a Consorzi, Incubatori, Parchi Scientifici e distretti tecnologici;
- **Continuing Education e Human Resources Development:** la presenza di un'Agenzia per il Placement avvicina studenti, laureandi e laureati al mondo del lavoro;

⁷⁰ Il 23 e 24 marzo del 2000, il Consiglio Europeo tenne a Lisbona (da cui l'appellativo Strategia di Lisbona) una sessione straordinaria dedicata ai temi economici e sociali dell'Unione Europea. Ne conseguiva la necessità per l'Unione di stabilire un obiettivo strategico chiaro e di concordare un programma ambizioso al fine di creare le infrastrutture del sapere, promuovere l'innovazione e le riforme economiche, e modernizzare i sistemi di previdenza sociale e di istruzione. In <https://www.cnos-fap.it/sites/default/files/pubblicazioni/Dalla%20Strategia%20di%20Lisbona%20a%20Europa%202020.pdf>.

⁷¹ Il Processo di Bologna nasce nel 1999 come accordo intergovernativo di collaborazione nel settore dell'Istruzione superiore. L'iniziativa era stata lanciata con la Conferenza di Bologna alla conferenza dei Ministri dell'istruzione superiore europei, sottoscritta a Bologna nel giugno 1999 ed ispirata dall'antecedente incontro dei Ministri di Francia, Germania, Italia e Regno Unito del 1998 (Dichiarazione della Sorbona 1998). L'obiettivo era appunto costruire uno Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore che si basasse su principi e criteri condivisi tra i Paesi firmatari. In <https://www.miur.gov.it/processo-di-bologna>.

- **Public Engagement:** le azioni per il social and *public engagement* vengono garantite dai Dipartimenti, dai Centri e da Strutture Dipartimentali e rappresentano l'anello di raccordo tra Università e contesto territoriale ma anche da un Sistema Museale di Ateneo di cui fanno parte sei musei e quattro collezioni con un sostanziale flusso di visitatori per anno;
- **Sustainable Development:** a livello internazionale da più anni si riconosce il ruolo indiscusso che le Università hanno per lo sviluppo sostenibile e per il raggiungimento dei Goals dell'Agenda 2030.⁷²

III. 2.1 Verso un'idea di Uniba sostenibile

Lo sviluppo sostenibile rappresenta un punto d'arrivo fondamentale di prosperità ed equità per il genere umano. L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite raffigura un piano di azione per trasformare il mondo, agendo a favore delle Persone, Pace, Pianeta, Prosperità e Partnership.⁷³ Questa nuova prospettiva entra nel quotidiano delle istituzioni universitarie e diventa una necessaria e responsabile strategia di sviluppo.⁷⁴ Tale strategia si concretizza grazie all'istituzione della RUS, Rete delle Università per lo Sviluppo Sostenibile di cui entra a far parte l'Università degli Studi di Bari.

Questa circostanza si è inevitabilmente verificata in quanto l'Ateneo barese, fin dal 2009, si è dimostrato attento alle questioni legate alla sostenibilità, in coerenza con l'intero mondo Universitario che crede nei valori sociali della sostenibilità culturale, economica, sociale ed ambientale. Pertanto, anche

⁷² UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI ALDO MORO, *Documento di programmazione integrata 2020- 2022*.

⁷³ Le cinque "P" dello sviluppo sostenibile, in <https://asvis.it/l-agenda-2030-dell-onu-per-lo-sviluppo-sostenibile/>.

⁷⁴ A. PALETTA, B. SIBONI, A. BONOLI & T.G. TOSCHI, *La sostenibilità come strategia di sviluppo degli atenei: il caso dell'Università di Bologna*, *Impresa progetto- Electronic Journal of Management*, n. 1, 2018, pp. 1- 4.

l'Università di Bari ha intrapreso azioni strategiche promuovendone la diffusione sul territorio. La sua partecipazione attiva alla RUS e la presenza del Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità hanno dato nuovi stimoli all'impegno della comunità accademica in materia di sostenibilità, con la consapevolezza che quello dello sviluppo sostenibile è un percorso in fase di progettazione e trasformazione che coinvolge politiche e processi di Didattica, Ricerca, Terza Missione e Governance.

Il Magnifico Rettore **Stefano Bronzini** a tal proposito sostiene che:

*“La raggiunta solidità economico- finanziaria consente adesso di progettare il futuro secondo i due assi portanti a cui deve ispirarsi una grande istituzione universitaria pubblica, generalista e moderna che guarda alla Società: l'attività di terza missione per lo sviluppo culturale ed economico del territorio, e la sostenibilità. La nostra Università intende coniugare questi due assi perseguendo i propri obiettivi di crescita della qualità della didattica e della ricerca e, in particolare, gli obiettivi strategici di una formazione innovativa e trasversale con lo sguardo rivolto alla realizzazione del circuito della sostenibilità e all'incremento delle attività di trasferimento tecnologico sul territorio anche attraverso il dottorato di ricerca industriale (...)”.*⁷⁵

I dati riportati nel Documento di Programmazione Integrata 2020- 2022, redatto con lo scopo di attuare un raccordo stabile e duraturo tra la programmazione strategica e operativa dell'Università di Bari e il ciclo della performance, dimostrano l'impegno costante dell'Ateneo in merito ad azioni per la sostenibilità. Tuttavia, così come accade per le altre Università italiane, i numeri non risultano significativi poiché non sono ancora stati definiti indicatori

⁷⁵ STEFANO BRONZINI, Rettore dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro, in carica dal 1° ottobre 2019, in *Documento di Programmazione Integrata 2020- 2022*.

specifici per la misurazione dell'impegno "sostenibile" degli Atenei, né a livello di Ministero né da parte dell'ANVUR.⁷⁶

Sin dal 2013 l'Università di Bari, insieme ad altri Atenei Italiani, intraprende la sua attività informale in tema di responsabilità sociale e sostenibilità ambientale. Nel 2015 le stesse hanno chiesto alla Conferenza dei Rettori delle Università Italiane (CRUI) di fondare la RUS.

La Rete delle Università per lo Sviluppo Sostenibile è impegnata a diffondere la cultura della sostenibilità e best practices derivanti da essa e contribuisce al raggiungimento degli SDGs *Sustainable Development Goals* dell'Agenda 2030.⁷⁷ Alla RUS «possono aderire [...] tutte le Università aderenti alla CRUI - Conferenza dei Rettori delle Università Italiane e altre Università, le cui finalità istituzionali risultino coerenti con gli obiettivi della RUS».⁷⁸ Secondo l'elenco aggiornato in data 18 dicembre 2020, la RUS conta la partecipazione di 78 Atenei aderenti⁷⁹.

L'impegno istituzionale della RUS si basa sui seguenti obiettivi:

- **armonizzare** le attività istituzionali e migliorare la gestione degli aspetti ambientali e sociali degli aderenti, anche mediante un osservatorio permanente dello stato della sostenibilità degli Atenei e la definizione di un framework condiviso e di metriche appropriate per il monitoraggio delle prestazioni ambientali, sociali ed economiche degli Atenei e relativa attività di benchmarking;
- **creare** una community capace di sviluppare, disseminare, trasferire, adattare *best practices* nazionali e internazionali e rappresentare adeguatamente

⁷⁶ *Ivi*

⁷⁷ G. CALVANO, *Educare per lo sviluppo sostenibile L'impegno degli Atenei italiani: esperienze in corso e buone pratiche*, 2017, pp. 47- 48.

⁷⁸ <https://reterus.it/aderenti-e-modalita-di-adesione/>

⁷⁹ RUS, Università aderenti, in <https://reterus.it/aderenti-e-modalita-di-adesione/>.

gli aderenti e la RUS stessa, con una particolare attenzione alle dimensioni di sostenibilità nei ranking internazionali e al raggiungimento dei *Sustainable Development Goals*;

- **promuovere** progetti già sperimentati con successo da uno o più aderenti e sviluppare congiuntamente iniziative relative a nuove progettualità, nei campi del trasferimento di conoscenze e competenze, della didattica e dell'attività di conduzione e gestione degli Atenei con un'ottica di apprendimento e contaminazione multi-stakeholder e multidisciplinare;
- **sviluppare** la dimensione educativa transdisciplinare dei programmi universitari al fine di contribuire a far crescere la cultura dello sviluppo sostenibile e di incidere sull'adozione di corretti stili di vita da parte degli studenti, usando anche nuovi approcci pedagogici e ideando iniziative coinvolgenti e innovative;
- **formare** e aggiornare i temi dello sviluppo sostenibile per il personale (docente, tecnico amministrativo e collaboratori ed esperti linguistici) di tutti gli Atenei italiani, eventualmente anche per i docenti degli altri ordini e gradi di scuole;
- **sviluppare** iniziative di sensibilizzazione e promozione a dimensione locale, nazionale e internazionale, in ottica di *stakeholder engagement*;
- **incrementare** le collaborazioni con le Istituzioni e il mondo delle aziende pubbliche e private per le finalità proprie della RUS nell'ottica della terza missione dell'Università;
- **formulare** pareri e proposte, su materie di propria competenza, qualora richiesti da soggetti istituzionali. ⁸⁰

⁸⁰ Accordo della Rete delle Università per lo sviluppo sostenibile, in https://unige.it/sites/contenuti.unige.it/files/documents/2020_ACCORDO_RUS_504_2020.pdf, Art. 3.

La Rete delle Università per lo Sviluppo Sostenibile ha quindi avviato dei gruppi di lavoro tematici riservati ai suoi aderenti, considerati trasversali e prioritari con lo scopo di raggiungere, col maggior coinvolgimento possibile, gli obiettivi istituzionali della rete. Attualmente (febbraio 2021) ci sono sei gruppi: Cambiamenti Climatici, Cibo, Educazione, Energia, Inclusione e Giustizia Sociale, Mobilità e infine Risorse e Gestione dei Rifiuti. Tra i suddetti gruppi di lavoro (GdL), quello sull'Educazione, i cui coordinatori sono **Enrico Giovannini**, Docente dell'Università degli Studi di Roma "Tor Vergata" e portavoce dell'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS), e **Gabriella Calvano**, docente dell'Università degli Studi di Bari, è il GdL che più si concentra sulle diverse modalità di educazione allo, e per, lo sviluppo sostenibile. Questa compagine di lavoro, infatti, dà risalto alle buone pratiche, offrendo approcci e metodi didattici efficaci ad assicurare che tutti i componenti della comunità universitaria (studenti, docenti, personale tecnico e amministrativo) conoscano l'Agenda 2030 e i principi dello sviluppo sostenibile, anche in relazione al proprio campo di studio.⁸¹

Uno dei primi passi verso un'Uniba sostenibile è stata l'introduzione nel proprio Statuto del principio per la diffusione di una cultura fondata sulla salvaguardia dell'ambiente.

Di conseguenza sono state promosse le seguenti tre azioni:

- Nel 2009 viene istituito il **Centro di Esperienza di Educazione Ambientale** dell'Università di Bari (CEEA-Uniba). Nato grazie al Comitato per le politiche ambientali, il Centro si inserisce all'interno del Sistema Nazionale IN.F.E.A. (INFormazione Educazione Ambientale). Il CEEA, oggi Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità, si impegna a promuovere percorsi di

⁸¹ GdL Gruppi di lavoro della Rete RUS, in <https://reterus.it/cosa-sono-i-gdl/>.

Educazione Ambientale a favore di docenti delle scuole di ogni ordine e grado, attraverso metodi pedagogici capaci di suscitare eco- consapevolezza. Organizza inoltre seminari, convegni ed attività formative, incluse attività di ricerca e didattica nel settore dell’educazione ambientale, dell’eco alfabetizzazione e dello sviluppo sostenibile. Il Centro contribuisce, altresì, ad alimentare gli Archivi del sistema dell’In.F.E.A. mediante produzione di elaborati specialistici nel settore, collaborando con Dipartimenti e Centri Interdipartimentali e di Ricerca dell’Università di Bari. Per di più, si avvale della collaborazione di istituzioni, enti e associazioni del territorio.

- L’istituzione del **Polo Scientifico Tecnologico “Magna Grecia”**, è finanziato con fondi PON ed ubicato nel territorio tarantino. L’ente si pone come interlocutore diretto di Istituzioni ed Imprenditori, mettendo a disposizione spazi laboratoriali dall’alto valore innovativo per sostenere competizioni e supportare occasioni di successo economico e occupazionale.⁸² Il Polo pertanto intende erogare al sistema delle imprese servizi di elevato contenuto scientifico-tecnologico. In particolare, si rivolge alle Piccole e Medie Imprese operanti nel settore ambientale, individuandone i migliori processi produttivi eco-sostenibili, anche di altri comparti.

Il polo, dunque, stabilisce interazioni tra il sistema scientifico ed il sistema imprenditoriale locale, regionale, nazionale ed internazionale, sostenendo l’innovazione tecnologica nel settore ambientale, al fine di accrescere significativamente la competitività del sistema produttivo, in coerenza con “Europa 2020: Una strategia per una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva”, con il Quadro Strategico Nazionale e con la Programmazione Comunitaria Nazionale e Regionale riferita al periodo 2014-2020. L’istituzione di questo Polo ha assunto un importante significato per la città di Taranto,

⁸² G. CALVANO, *Educare per lo sviluppo sostenibile*, Aracne Editore, pp. 113- 117.

conosciuta a livello nazionale ed internazionale maggiormente per la situazione dovuta all'inquinamento terrestre e marino in cui grava.⁸³

- L'introduzione, dall'anno accademico 2017/2018, del Corso di Laurea Magistrale in "**Scienze della Natura e dell'Ambiente**" i cui due percorsi formativi proposti mirano a formare competenze specialistiche nel settore della **conservazione della natura** e delle **bonifiche ambientali**. Il corso fa capo al Dipartimento di Biologia della sede di Taranto dell'Università degli Studi di Bari. Nel 2019 lo stesso dipartimento ha avviato il Corso di Alta Formazione in Rifiuti, Bonifiche e Controlli ambientali (RI.BOCO) che prevede, oltre alle attività formative, esperienze laboratoriali presso il Polo Scientifico Tecnologico "Magna Grecia".

Un secondo importante passo in avanti "verso un'idea di Uniba sostenibile" è stato compiuto con la stesura del Primo **Bilancio Ambientale di Ateneo**. Esso ha rappresentato un momento imprescindibile di progettazione di un'Uniba Ateneo più sostenibile. Il Bilancio Ambientale vuole essere lo strumento di continua e rinnovata programmazione, riflessione e valutazione del percorso dell'Università verso una corretta gestione delle risorse in ambito economico, sociale e ambientale. Attraverso questo documento, ricercatori, docenti, personale tecnico e amministrativo, insieme all'intera comunità studentesca, si prodigano al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile. L'ultimo Report di Bilancio riporta tutte le iniziative "verdi" dell'Ateneo barese, con particolari sensibilità verso le tematiche ambientali.

L'Università di Bari quindi, come descritto finora, è riuscita a riservare le giuste attenzioni alle questioni ambientali ed ha promosso processi di evoluzione

⁸³ A. URICCHIO, *L'emergenza ambientale a Taranto: le risposte del mondo scientifico e le attività del polo "Magna Grecia"*, Uricchio A. (a cura di), Sistemi Giuridici ed Economici del Mediterraneo: società, ambiente, culture, 2014, pp. 19- 23.

dei propri centri, al fine di rispondere sempre più a questa chiamata planetaria contro l'emergenza climatico-ambientale.

Il **CEEA** (Centro di Esperienza di Educazione Ambientale) ad esempio, sempre spinto da una attenzione puntale e maggiore rispetto al paradigma della sostenibilità, con D.R. 1493 del 2018 è diventato **Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità** (*Sustainability Center*), ampliando la sua mission e valorizzando le azioni intraprese dall'Ateneo barese quali tra le più note:

- attuazione dell'Agenda Metropolitana per lo Sviluppo Sostenibile in collaborazione con la Città Metropolitana di Bari, il Politecnico di Bari e il Centro nazionale di studi per le politiche urbane;
- partecipazione a network nazionali e internazionali;
- promozione di eventi a carattere internazionale, oltre a progetti per la condivisione di buone pratiche di sostenibilità fra l'Ateneo ed Istituzioni ed Università straniere.

Nel 2018 viene istituito anche il **Centro di Eccellenza di Ateneo per l'Innovazione e la Creatività**⁸⁴ (*Innovation & Creativity Center*) con l'obiettivo di promuovere le migliori pratiche di innovazione collaborativa, per il trasferimento di conoscenza, la valorizzazione della ricerca, percorsi di formazione e imprenditorialità, internazionalizzazione, promozione di politiche attive del lavoro, terza missione. Il suddetto Centro funge da struttura di coordinamento per tutte le iniziative in ambito di creatività ed innovazione e, in perfetta autonomia, gestisce il Contamination Lab denominato BaLab. Si tratta di un luogo dove si favoriscono processi di contaminazione dei saperi e delle conoscenze che impattano sulla cultura dell'innovazione e dell'imprenditorialità. Il BaLab, anche se in attività già dal 2017, solo con

⁸⁴ Statuto allegato al D.R. 26 "Centro di Eccellenza di Ateneo per l'Innovazione e la Creatività" in <https://www.uniba.it/centri/centro-innovazione-e-creativita-innovation-creativity-center/statuto>.

l'Innovation & Creativity Center viene proiettato su vari territori pugliesi. Da quel momento in poi, questo spazio si apre alle istanze dei giovani con l'obiettivo di avvicinarli a idee imprenditoriali e avviare start-up. Il BaLab quindi, diventa un luogo di creatività che si traduce in scambio di esperienze, attento ad orientare i propri percorsi attraverso un impegno continuo per l'educazione allo sviluppo sostenibile dei territori. Un concetto, quindi, che abbraccia sia la sostenibilità culturale che quella socioeconomica.

In tema di sviluppo sostenibile non possiamo non menzionare i percorsi di co-branding messi in atto con la collaborazione di ASViS⁸⁵ (Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile) e NEXT⁸⁶ (Nuova Economia X Tutti). Il progetto **“ONE STOP SHOP for Engagement, Exchange, Enterprise”**, ad esempio, ha permesso all'Ateneo barese di implementare un modello di trasferimento tecnologico ispirato alle Università israeliane. Esso costituisce non solo uno degli assi portanti della terza missione ma anche 'l'ancora che aggancia il futuro'.⁸⁷

Oltre alle azioni già descritte, tante altre sono state le iniziative a cui l'Ateneo barese ha aderito, rendendo il proprio operato sempre più green e sostenibile. Un impegno concreto è stato avviato grazie al progetto *Uniba Plastic Free* che vede l'Università degli Studi di Bari coinvolta in una serie di azioni di sensibilizzazione verso la comunità sui temi della sostenibilità ambientale, con l'obiettivo di ridurre l'uso di plastiche monouso e microplastiche. La campagna *Plastic Free Challenge*, a cui l'Università aderisce, sta portando l'Ateneo verso un nuovo percorso di sostenibilità grazie all'installazione di erogatori di acqua, l'utilizzo di stoviglie biodegradabili nei punti di ristoro dell'Ateneo e

⁸⁵ <https://asvis.it/>.

⁸⁶ <https://www.nexteconomia.org/>.

⁸⁷ G. D. GENNARO, A. D. LOIOTILE, & A. TURI, *L'entrepreneurship education ed il progetto One Stop Shop*, 2019, pp. 1- 4.

l'installazione di un impianto fotovoltaico nel Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa⁸⁸.

Recentemente invece, nel 2019, il direttore del Dipartimento di Economia, Management e Diritto dell'Impresa, il professore **Giovanni Lagioia**, durante alcuni incontri di benvenuto alla comunità studentesca ha fatto omaggio agli studenti di una borraccia mediante l'iniziativa "**Ghirba per l'Ambiente**", invitandoli quindi alle giuste riflessioni sul cattivo uso della plastica, stimolandoli verso modelli di business e di consumo 'ambientalmente' sostenibili.⁸⁹

L'Università di Bari è stata altresì citata nel *Green Metric Ranking*, la prima classifica mondiale delle Università progettata per costruire un ambiente più sostenibile. Questo progetto vede studio promosso e attuato nel 2010 nell'ambito del "UI GreenMetric World University ranking", promosso dall'Università dell'Indonesia, che ha misurato l'annuale impegno delle istituzioni accademiche attraverso l'analisi di sei indicatori: Ambiente e Infrastrutture, Energia e Cambiamenti Climatici, Rifiuti, Acqua, Trasporti, Educazione. Con questo studio le università vengono valutate nello sviluppo di soluzioni "eco-friendly", nella promozione di politiche di salvaguardia dell'ambiente e di più ampia attenzione alla sostenibilità. Il sistema di criteri adottato per il Green Metric Ranking si basa sulle quattro "E": environment (ambiente), economics (economia), equity (equità) e education (educazione). Nella classifica mondiale aggiornata all'anno 2020, l'Università di Bari si posiziona all'ottavo posto tra i

⁸⁸ P. DE SANTIS, *Uniba Plastic Free, Uniba scende in campo contro la plastica*, in *Ambient&Ambienti*, 24 novembre 2018.

⁸⁹ <https://www.baritoday.it/attualita/dipartimento-economia-uniba-plastic-free.html>.

32 Atenei italiani presenti, grazie ad un forte impegno in termini di governance per la sostenibilità.⁹⁰

Tra gli altri percorsi partecipativi a cui l'Università di Bari aderisce c'è la **Consulta Comunale per l'Ambiente di Bari**, ente con lo scopo di offrire un contributo nei processi partecipativi attinenti alle questioni ambientali, urbanistiche e nella gestione dei conflitti socio-ambientali per la comunità. La Consulta si è rivelata come percorso di riflessione della Comunità accademica sul rapporto Università-Territorio, attraverso la capacità di cooperare in una logica di rete ed al fine di costruire percorsi partecipati verso comunità sostenibili all'interno ed all'esterno dell'Università.⁹¹

Un'ulteriore occasione di promozione di politiche green che ha coinvolto l'Ateneo barese è quella del **Centro Nazionale di Studi per le Politiche Urbane- *Urban@it***, con il quale il Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità collabora attivamente prendendo parte a iniziative messe in atto dall'associazione no profit. Questo centro nazionale è impegnato a raccogliere, interpretare e diffondere dati significativi sulle nuove questioni che emergono nell'Italia urbana, mettendoli a confronto con la realtà internazionale. Inoltre, documenta buone pratiche in ambito del governo urbano e favorire la diffusione, oltre a svolgere attività di formazione e di aggiornamento. L'adesione dell'Università degli Studi di Bari al Centro Nazionale di Studi per le Politiche Urbane rafforza la rete di contatti tra gli associati, di cui si rafforza il rapporto di

⁹⁰ Green Metric World University Ranking 2020., Uniba nella top 10 delle università italiane, Comunicato stampa del 16 dicembre 2020, in <https://www.uniba.it/ateneo/rettorato/ufficio-stampa/comunicati-stampa/anno-2020/greenmetric-world-university-ranking-2020-uniba-nella-top-10-delle-universita-italiane#:~:text=Nella%20classifica%20mondiale%20GreenMetric%20World,alcuni%20degli%20Obiettivi%20Strategici%20a.>

⁹¹ UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI BARI, Report del Bilancio Ambientale 2012- 2018.

reciproca alimentazione tra il mondo della ricerca e delle Istituzioni, con quello produttivo e la cittadinanza attiva in materia di politiche urbane.⁹²

Per concludere, uno degli ultimi progetti green a cui l'Ateneo barese ha aderito, ha visto come protagonisti gli studenti universitari nelle vesti di **eco-facilitatori**. Gli stessi sono stati impegnati in attività di informazione e sensibilizzazione delle utenze cittadine sull'avvio del nuovo sistema di raccolta differenziata “porta a porta” nel Comune di Bari.⁹³

III. 2.2 Eventi in Uniba⁹⁴

L'Università di Bari è protagonista di numerose iniziative con diversi livelli di coinvolgimento, diverse tematiche e diversi impatti sempre in ottica di Terza Missione.

L'ambiente e la terza missione hanno caratterizzato gli eventi organizzati dall'Ateneo barese, rendendo l'Uniba una vera e propria *Learning University*, basata sulla diffusione degli apprendimenti al di fuori dei confini tradizionali e riconoscendo la condivisione della conoscenza come valore essenziale per dar luogo a visioni partecipate a tutela dell'ambiente e della sostenibilità.

I Centri che si occupano di Terza Missione sono i seguenti:

1. Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità (*Sustainability Center*);

⁹² *Ivi*

⁹³ <https://www.comune.bari.it/web/ambiente-verde-energia-e-impianti/ecofacilitatori>

⁹⁴ Le informazioni a seguire sono state rilevate dai Centri di Ateneo che annualmente sottopongono le relazioni delle attività di Ricerca e di Terza Missione alla Dott.ssa Rossana Bray, responsabile della U.O Supporto alle attività dei Centri, Università degli Studi di Bari Aldo Moro. Si ringraziano le dott.sse Rossana Bray e Gabriella Calvano per il prezioso contributo nella raccolta del materiale necessario per la redazione del presente paragrafo.

2. Centro di Eccellenza di Ateneo per l’Innovazione e la Creatività (*Innovation & Creativity Center*);
3. Sistema Museale di Ateneo (SiMA);
4. Centro Interuniversitario di Ricerca per gli Studi Gramsciani;
5. Centro Interuniversitario di Ricerca per l’Analisi del Territorio (CRIAT);

A seguire analizziamo i suddetti Centri di Ateneo dell’Università degli Studi di Bari “Aldo Moro” nelle loro attività di *public engagement*. In particolare, se ne rappresentano gli impatti sul piano sociale, ambientale ed economico degli eventi promossi nel biennio 2019-2020.

1. **Il Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità** (istituito con D.R. 1493 del 5 giugno 2018) nasce per rispondere ad una missione atta a diffondere una cultura della sostenibilità all’interno dell’Ateneo barese e nel territorio locale, oltre che nazionale ed internazionale. Il *Sustainability Center* si impegna a:

- **Promuovere** una cultura della sostenibilità all’interno dell’Ateneo, anche attraverso dedicati insegnamenti, corsi di laurea e post-laurea interdisciplinari, interdipartimentali, interuniversitari;
- **Favorire** il dialogo tra Università e territorio circa le questioni dello sviluppo sostenibile;
- **Contribuire** alla definizione dell’Agenda Urbana e Metropolitana e al raggiungimento dei *Sustainable Development Goals*;
- **Agevolare** il contatto e la collaborazione tra Università e Imprese per la transizione di queste verso la sostenibilità con una particolare attenzione ai temi e alle politiche del lavoro;

- **Sostenere** i processi di definizione della governance universitaria affinché siano compatibili con la Strategia Nazionale dello Sviluppo Sostenibile del Governo e l’Agenda 2030 delle Nazioni Unite;
- **Supportare** università, enti, istituzioni, associazioni nella valutazione delle politiche e delle pratiche di sostenibilità implementate.

Nella seguente tabella sono riportati i numerosi eventi di *public engagement* a cui il Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità ha aderito negli anni 2019- 2020:

EVENTI SVOLTI 2019	EVENTI SVOLTI 2020
<p>Intervento “La Tutela della Biodiversità per il raggiungimento degli obiettivi dell’Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile” nell’ambito di "SPONTANEA", Primo ciclo di incontri dedicati alla biodiversità e al paesaggio, 13 01.2019 Lecce</p>	<p>Workshop e Tavola rotonda “L’acqua Bene Comune e la sua Gestione Sostenibile”, 15 gennaio 2020, Centro Polifunzionale Studenti, Università degli Studi di Bari.</p>
<p>Sustainability Talking Points, Lectio Magistralis, 06 febbraio 2019 con Enrico Giovannini.</p>	<p>Forum Regionale sullo Sviluppo Sostenibile, 23 gennaio 2020, Casa della Partecipazione - pad.152 Fiera del Levante,Bari in collaborazione con Presidenza Regione Puglia.</p>
<p>Convegno Innovazione Nel Campo Della Ricerca Biomedica: I Metodi Human-Based Bari, 14 Marzo 2019, Piazza Cesare Battisti, 1 (<i>Centro Polifunzionale Studenti-Ex Palazzo delle Poste</i>) – Aula 1.</p>	<p>Cerimonia di inaugurazione del Corso di Alta Formazione in “Sustainability Management” 27 gennaio 2020. Aula Magna 'Aldo Cossu' Palazzo Ateneo</p>
	<p>BioInItaly Investment Forum National Roadshow, Aula Magna “Aldo Moro”</p>

<p>Adesione al Global Strike For Future, Bari 15 marzo.</p>	<p>Giurisprudenza – Università degli Studi di Bari, 28 gennaio 2020:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tavola Rotonda - La bioeconomia circolare come leva di sviluppo territoriale 2. Speech proposte progettuali imprenditoriali 3. Premiazione “<i>Best Presentation Award</i>” 4. Presentazione Manifesto della bioeconomia. La Puglia dei progetti e delle azioni sostenibili 5. Aperitivo dell’Innovazione Sostenibile
<p>“La bioeconomia come chiave di sviluppo dei territori: il caso Puglia”, 20 marzo 2019, presso Università degli Studi di Bari Aldo Moro, Aula Magna Aldo Cossu.</p>	<p>Incontro Pubblico di presentazione dell’accordo di collaborazione e firma del Protocollo “Individuazione di criteri di valutazione e monitoraggio delle performance ECOSISTEMA TARANTO – Strategia di transizione ecologica, economica ed energetica della Città di Taranto” tra Comune di Taranto, Asvis, Camera di Commercio di Taranto , Centro di Cultura per lo Sviluppo "G. Lazzati" e l'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro"- Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità (CEA4S), Teatro Fusco, Taranto 31 gennaio 2020.</p>
<p>Presentazione Quarto Rapporto sulle Città “Il Governo Debole delle Economie Urbane” (Ed. Il Mulino 2019) di Urban@it, 25 marzo Aula Magna del Palazzo Ateneo dell’Università di Bari.</p>	<p>Aperitivo dell’Innovazione Sostenibile “Tecnologie ed Ambiente”, 20 febbraio 2020, Castello Argonese, Taranto (progetto PECCEI</p>

<p>Incontro/Dibattito Viaggio nelle Isole di Plastica un Biglietto Solo Andata? Come Invertire la Rotta delle nostre (In)Coscienze, 27 marzo Aula Magna del Campus di Medicina Veterinaria, Valenzano (BA).</p>	<p>Laboratori partecipati e Project work del Corso in “Sustainability Management”, webinar 27-28 aprile 2020 (progetto PECCEI).</p>
<p>Agricoltura+Bioedilizia nell’era dell’economia circolare, Gravina in Puglia, 725° Fiera di San Giorgio, sabato 27 aprile.</p>	<p>Workshop iniziale “Manifesto per la Bioeconomia in Puglia”, 29 giugno 2020, piattaforma Microsoft teams Live – il processo partecipativo che il Centro per la Sostenibilità e il Centro per l’Innovazione e la Creatività dell’Università di Bari e Confindustria Puglia hanno attivato nell’ambito delle iniziative territoriali dell’Avviso Puglia Partecipa, promosso dalla Regione Puglia.</p>
<p>Plastic is not fantastic, 13 maggio, Aula Magna Attilio Alto, Politecnico di Bari.</p>	<p>Webinar “L’intelligenza artificiale per l’economia circolare”, 14 luglio 2020, organizzato da Centro di Eccellenza per la Sostenibilità, Centro di Eccellenza per l’Innovazione e la Creatività dell’Università degli Studi di Bari Aldo Moro, Confindustria Puglia e GP4AI Global Professionals for Artificial Intelligence (progetto MaBiP).</p>
<p>Presentazione Progetto PECCEI “Partenariato Euromediterraneo per la CirCular Economy e l’Innovazione”, 17 settembre, presso il BaLaB, Centro Polifunzionale Studenti dell’Università di Bari, ex Palazzo delle Poste.</p>	<p>Aperitivo dell’Innovazione Sostenibile “Tecnologie che fanno bene all’Ambiente”, 09 ottobre 2020, Porto Mercantile-Molo San Cataldo, Taranto (progetto PECCEI).</p>
<p>Puglia sostenibile, il focus group del percorso partecipativo del Piano Strategico 2020/2030 della</p>	<p>Workshop finale “Manifesto per la Bioeconomia in Puglia”, 27 novembre 2020, piattaforma Microsoft teams Live – il processo</p>

<p>Regione Puglia, 19 settembre sala 2 del Padiglione 152 della Fiera del Levante.</p>	<p>partecipativo che il Centro per la Sostenibilità e il Centro per l’Innovazione e la Creatività dell’Università di Bari e Confindustria Puglia hanno attivato nell’ambito delle iniziative territoriali dell’Avviso Puglia Partecipa, promosso dalla Regione Puglia.</p>
<p>Adesione 3° Sciopero Mondiale per il clima, Bari 27 settembre.</p>	<p>Festival internazionale di riciclo creativo, ottava edizione, Roma, 21 novembre-08 dicembre.</p>
<p>2° edizione convegno 'Promozione di Sani Stili di Vita e Collaborazione tra i Professionisti della Salute'. Trani, 11 ottobre 2019.</p>	<p>Laboratori partecipati del progetto “GreenCompost”, Casa circondariale di Lecce, 14-18 dicembre 2020.</p>
<p>Donne e Scienza. Convegno “Ambiente e Clima. Il presente per il futuro” 14-16 Novembre 2019, Lecce.</p>	
<p>Rassegna cinematografica “Lavoriamo sicuri” organizzata dal DiMeV sul tema della sicurezza nei luoghi di lavoro con proiezione del film "Una terra fragile", venerdì 29 novembre, Mediateca Regionale Pugliese.</p>	
<p>Adesione 4° Sciopero Mondiale per il clima, Bari 29 novembre.</p>	
<p>Incontro ‘La ricerca in Puglia per la sostenibilità del pianeta’, nell’ambito della <i>Sustainability Week</i>, promossa da AIESEC e collaborazione con la Rete delle Università per lo Sviluppo Sostenibile (RUS), 2 dicembre 2019 Aula Magna Attilio Alto PoliBa.</p>	

<p>Incontro ‘Vet Sustainability’, nell’ambito della <i>Sustainability Week</i>, promossa da AIESEC e collaborazione con la Rete delle Università per lo Sviluppo Sostenibile (RUS), 5 dicembre 2019 Aula Magna Dipartimento di Medicina Veterinaria.</p>	
<p>Mostra sugli Stili di Vita e l’Economia Circolare della seconda edizione "Premio Stili di Vita per la Salute e il Benessere Lifestyle Award for Health and Wealth" promossa dall’Università degli Studi di Bari Aldo Moro e dall’associazione Lifestyle Studium nell’ambito del progetto PECCEI, Archivio di Stato, Bari, 13- 19 dicembre 2019</p>	

Tab. 3 Eventi Centro di Eccellenza per la Sostenibilità svolti negli anni 2019- 2020

Tra convegni, presentazioni, *summer school*, laboratori partecipati, premiazioni, mostre e “iniziative itineranti”, gli eventi riportati nella tabella 3 ruotano principalmente attorno ad alcune tematiche attuali come il valore della biodiversità autoctona e la tutela del paesaggio, il passaggio da un modello di economia lineare ad una circolare e l’introduzione di sistemi di innovazione tecnologica con strumenti come l’Agenda Digitale, le Smart City e i loro obiettivi. Anche sul tema di sicurezza nei luoghi di lavoro sono state organizzate delle iniziative sottoforma di rassegne cinematografiche di pubblica utilità e aperte alla comunità.

In generale, ogni evento descritto in tabella 3, ha dedicato particolare attenzione alle tematiche ambientali e, tra tutti, l’evento “**Festival dello Sviluppo Sostenibile**” è riuscito nell’intento di sensibilizzare una platea sempre più ampia, pubblica e privata, sui temi della sostenibilità e delle iniziative concrete in grado di migliorare le condizioni economiche, sociali e ambientali

del nostro Paese. Il Festival è un evento promosso dall'Alleanza italiana per lo Sviluppo Sostenibile (ASviS) che si svolge in tutta Italia. La città di Bari, nel 2019, ha preso parte a questa manifestazione, durata 17 giorni tanti quanti sono gli obiettivi dell'Agenda 2030 mediante seminari, workshop, conferenze, flashmob, rassegne cinematografiche e spettacoli. Il Festival dello Sviluppo Sostenibile racchiude eventi alla portata di tutti. Nella sua complessità, infatti, resta una delle iniziative più trasversali e inclusive a livello nazionale e internazionale, a cui è possibile partecipare grazie ai suoi temi così attuali da coinvolgere ogni segmento di pubblico come, ad esempio, studenti, istituzioni, imprese, cittadini e ricercatori. In occasione del Festival, il territorio barese accoglie una serie di eventi, proponendo un calendario di oltre 50 appuntamenti suddivisi in eventi permanenti, tematici ed itineranti. Tra questi ultimi, si distingue l'evento **“Train of thought – il Treno del Pensiero”**, che ha rappresentato un'opportunità di innovazione per la comunità. Si è trattato infatti, di un viaggio esperienziale a bordo di un treno tra i territori di Puglia e Basilicata, finalizzato a informare, divertire e intrattenere il visitatore/viaggiatore sia sui temi inerenti alla sostenibilità, sia quelli più culturali (il territorio, l'agricoltura, la gastronomia, la letteratura e l'arte in generale). Nel corso di ogni viaggio, ai partecipanti sono stati proposti temi collegati ai 17 obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile. Al termine del tragitto, sono state proposte visite guidate alla scoperta della cultura e tradizione locale. Coinvolti anche i centri urbani collegati dalla ferrovia Appulo-Lucana con momenti di degustazione dei prodotti locali. Attraverso questa iniziativa si è inteso sviluppare un processo partecipato che mira al coinvolgimento degli enti stessi (gli organizzatori) consentendo loro di conoscersi e di cooperare insieme immaginando il proprio futuro possibile.

Nel 2020, invece, a causa della crisi epidemiologica, come riportato nella tabella 3, la maggior parte degli eventi si sono tenuti via web. Webinar ed eventi online hanno richiamato l'attenzione di molti “spettatori”.

Si rileva oltre un migliaio di visualizzazioni per il webinar dal titolo **“L’intelligenza artificiale per l’economia circolare”**, svoltosi il 14 luglio 2020. Tra piattaforma Teams e social (Facebook e Youtube), anche grazie al partner “MediaTV”, questo evento è stato promosso dai partner del Manifesto per la Bioeconomia in Puglia (Centro per la Sostenibilità e Centro per l’Innovazione e la Creatività dell’Università di Bari e Confindustria Puglia) in collaborazione con l’Associazione di Professionisti GP4AI - Global Professional 4 Artificial Intelligence. In quell’occasione ad aprire i lavori e a moderare è stata a Dott.ssa Annalisa Turi, Knowledge Transfer Manager presso UNIBA. Sono seguito i saluti istituzionali da parte dell’Avv. Claudio Caldarola, Presidente GP4AI, e del Prof. Gianluigi de Gennaro, Presidente Centro per l’Innovazione e la Creatività. Il fil rouge del webinar è stato il binomio intelligenza artificiale – economia circolare e come l’AI possa accelerare i processi aziendali, organizzativi e sociali riguardanti l’economia circolare e, più in generale, la bioeconomia.

La quarta edizione del “Festival dello Sviluppo Sostenibile”, che si è svolta nel 2020, dal 22 settembre all’8 ottobre, ha avuto una collocazione temporale diversa da quella consueta di maggio-giugno a causa dell’emergenza sanitaria. Ciononostante, questa edizione è risultata essere ancora più impattante rispetto alle precedenti se pensiamo che *“La crisi epidemiologica ha costretto l’Italia e il mondo a riflettere sul futuro che vogliamo realizzare”*⁹⁵(Pierluigi Stefanini; Enrico Giovannini). Numerosi eventi si sono svolti online o in forma ibrida, organizzati grazie alla passione di oltre 270 aderenti ad ASviS e anche di molte altre organizzazioni della società civile, di diverse città, scuole e università, tra cui l’Università degli Studi di Bari Aldo Moro.

⁹⁵ P. STEFANINI, E. GIOVANNINI, Presidente dell’ASviS e Portavoce dell’ASviS, in occasione della presentazione del catalogo degli eventi del Festival dello Sviluppo Sostenibile 2020, in https://www.esteri.it/mae/resource/doc/2020/10/catalogo_eventi_fss_2020_final.pdf.

Pierluigi Stefanini ed Enrico Giovannini, prima dello svolgimento di questa edizione 2020 del Festival affermano che:

“Per la prima volta, attraverso la collaborazione con il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, il Festival, già riconosciuto dalle Nazioni Unite come una buona pratica a livello internazionale, apre una finestra sul mondo, con una serie di eventi organizzati nelle Ambasciate e negli Istituti di Cultura italiani all'estero”.⁹⁶

Come già anticipato, l'edizione 2020 del Festival tenutasi nella città di Bari, nonostante la crisi epidemiologica, ha riscosso molto successo, registrando 8000 partecipanti tra studenti, ricercatori, professionisti e cittadinanza in modalità mista (da remoto e in presenza). Tutti gli eventi programmati per il Festival dello Sviluppo Sostenibile sono nati dalla stretta collaborazione fra Università degli Studi di Bari “Aldo Moro”, la Rete delle Università per lo Sviluppo Sostenibile, numerosi enti pubblici tra cui la Regione Puglia, il Parco regionale di Lama Balice del Comune di Bari, molte amministrazioni comunali, numerose associazioni e cittadinanza. La città di Bari ha ospitato un calendario di oltre 40 appuntamenti tra eventi permanenti, come “Sostenibilità a Casa Uniba” nelle varie sedi dell'Ateneo barese, ed eventi itineranti, come ad esempio “Sostenibilità in viaggio”, oltre ad eventi tematici come le Giornate Verdi nel Parco regionale di Lama Balice, con visite guidate alla scoperta del parco, e il percorso multimediale del Museo dei Dinosauri e laboratori di educazione ambientale.

A marcare il senso partecipativo e di innovazione promosso dal Festival, si riporta il seguente intervento del Magnifico Rettore, **Stefano Bronzini**:

“Questo festival è importante. La sostenibilità è importante”. Oggi il mondo ha bisogno di questa parola che non dev'essere svuotata del suo significato, per cui l'invito è a misurarsi bene

⁹⁶ Ivi

con il termine. Sostenibilità vuol dire futuro, vuol dire sviluppo, e vuol dire non soltanto le questioni riguardanti l'ambiente, ma la vita quotidiana di ognuno di noi (...) Fare ricerca per la sostenibilità significa miglioramento della qualità della vita dei cittadini. E cosa c'è di meglio che migliorare la qualità della vita, avendo ben presente che essere sostenibili per il futuro è un impegno del presente".⁹⁷

Come ogni edizione quindi, il Festival mira a favorire la partecipazione oltre che stimolare la riflessione e innescare azioni verso un cambiamento di stili di vita. Non a caso lo slogan di quest'ultima edizione è stato: *"Sostenibilità: è ora di agire"*.⁹⁸In quest'ottica diventa fondamentale innanzitutto promuovere la responsabilità sociale in ciascun individuo per un cammino verso la sostenibilità. Già da tempo infatti si è pensato di formare il personale accademico, amministrativo per poi istituire percorsi di educazione per lo sviluppo sostenibile nelle scuole e università. *"Solo in questo modo si può pensare di accelerare il processo di cambiamento e di trasformazione. Educare per lo sviluppo sostenibile è molto più che insegnare cosa esso sia"*.⁹⁹

Recentemente, anche **Mario Draghi**, Presidente del Consiglio, nel suo discorso programmatico al Senato, ha riaffermato valori e proposte in linea con l'azione promossa dall'Agenda 2030, ovvero in linea con le prospettive del Festival che si sta analizzando. Diversi sono stati i punti chiave per un futuro del Paese basato su uno sviluppo sostenibile dal punto di vista economico, sociale, umano e ambientale. Draghi ha riconfermato l'impegno su una proposta avanzata dall'ASviS fin dalla sua istituzione: *"C'era un punto sull'ambiente e sul concetto di sviluppo sostenibile. Questo è alla base della giustizia tra generazioni che so il Senato sta discutendo nella forma di progetti di legge*

⁹⁷https://festivalsvilupposostenibile.it/public/asvis/files/Festival_2020/materiali_eventi_calendario/Report_Eventi_Uniba_Festival_SS_2020.pdf.

⁹⁸ *Ivi*

⁹⁹ CALVANO G., *Educare per lo sviluppo sostenibile. L'impegno degli atenei italiani: esperienze in corso e buone pratiche*, Aracne Editore, 2017.

costituzionale per inserire il concetto nella Costituzione. Questo governo conferma l'impegno di andare in questa direzione".¹⁰⁰

2. **Il Centro di Eccellenza di Ateneo per l'Innovazione e la Creatività** (Innovation & Creativity Center) ha aderito a iniziative di *public engagement*, dedicando particolare attenzione al Ciclo di Aperitivi dell'Innovazione, di seguito riportati:

EVENTI 2019- 2020
Aperitivo dell'innovazione " Fintech: la rivoluzione digitale ", con Auriga – IC406, 25 marzo 2019
Aperitivo dell'innovazione " Logistica: il futuro prende forma ", con SolidEngineering ed Autorità di Sistema Portuale del Mar Ionio – Porto di Taranto, 17 maggio 2019
Aperitivo dell'innovazione " Smart city: AI- G – Big Data ", con Comune di Bari – Urban Center (Bari), 1° luglio 2019
Aperitivo dell'innovazione " Realtà aumentata: una nuova vision ", con Lanit-Tercom, Confindustria Bari-Bar, Camera di Commercio di Bari – Circolo della vela (Bari), 22 luglio 2019
Aperitivo dell'innovazione " Tecnologie e mobilità sostenibile: si parte! ", con Volkswagen Zentrum Bari e Confindustria Bari-Bat – Sede Volkswagen Zentrum Bari, 20 settembre 2019
Aperitivo dell'innovazione " Big Data: value & business ", con Comune di Bari, Predict, Scuola di Palo Alto e Nexton - Urban Center (Bari), 24 ottobre 2019
Aperitivo dell'innovazione " Agrifood: eccellenze in campo ", con Comune di Noci ed EIT Food Hub BALAB c/o Laboratori Urbani (Noci – BA), 3 dicembre 2019
Aperitivo dell'innovazione " Stili di vita per la salute e il benessere ", con il Centro Sostenibilità UNIBA ed EIT Food Hub - Archivio di Stato (Bari), 13 dicembre 2019

¹⁰⁰ <https://asvis.it/home/10-9082/draghi-questo-governo-conferma-limpegno-a-inserire-lo-sviluppo-sostenibile-in-costituzione>.

Aperitivo dell'innovazione "**Tecnologie per l'ambiente**" – Taranto, 9 ottobre 2020

Tab. 4 Eventi Centro di Eccellenza di Ateneo per la Creatività e l'Innovazione svolti negli anni 2019- 2020

Le iniziative riportate in tabella 4 sono eventi di *matchmaking* per far incontrare imprenditori, inventori, ricercatori e curiosi che si confrontano su temi di interesse. Nel 2019 sono stati ben otto gli “aperitivi” sull’innovazione, in cui sono stati coinvolti nell’organizzazione soggetti terzi come le Università e gli Enti di Ricerca, altre istituzioni pubbliche, imprese e terzo settore. Queste iniziative con dimensione locale, regionale e nazionale hanno coinvolto in totale 537 pubblici tra cui istituzioni pubbliche, imprese, istituzioni del terzo settore, studenti e insegnanti delle scuole, 310 partecipanti individuali di cui 65 tra bambini e giovani.

Nel 2020 si è svolto un unico “aperitivo” dell'innovazione "**Tecnologie per l'ambiente**", in collaborazione con l'Autorità di Sistema Portuale del Mar Ionio ed altri partner, sviluppatosi intorno all'importanza del connubio tra ambiente e nuove tecnologie. Anche questo evento ha coinvolto soggetti terzi come l’edizione precedente. È riuscito a registrare la presenza in totale di 122 pubblici tra istituzioni pubbliche, imprese, istituzioni del terzo settore, *stakeholder* e 40 partecipanti. A questa iniziativa ha partecipato il personale interno, come docenti e ricercatori, personale tecnico- amministrativo, altro personale di ricerca e studenti e dottorandi per un totale di 24 persone.

Sono state altresì organizzate iniziative di comunicazione e promozione dei risultati della ricerca e networking:

EVENTI 2019	EVENTI 2020
Presentazione risultati di un progetto di ricerca “Diagnosi precoce dei tumori? In un soffio”, con	Roadshow “BioItaly Investment Forum & Intesa Sanpaolo StartUp Iniziative” – Bari, 28

Predict, IRCSS Bari e Regione Puglia – BALAB, 27 marzo 2019	gennaio 2020
Investor Day “Startup University”, con Startup Club – Urban Center (Bari), 27 maggio 2019	EIT Food RIS Consumer Engagement Labs – animazione di laboratori con consumatori e aziende del territorio per mettere a punto, sviluppare e lanciare sul mercato nuovi prodotti in ambito food – online, 11-26 giugno 2020
SwitchON, organizzato con Legacoop Puglia – Bari, 17 giugno 2019	Webinar “L’intelligenza artificiale per l’economia circolare” – Online, 14 luglio 2020
Roadshow EIT “RawMaterials - Connecting matters” – Bari, 19 giugno 2019	Animazione dello stand “Mediterranean Innovation Hub” (Fiera del Levante) in partnership con CIHEAM, Confindustria, Legacoop e Confcooperative Puglia – Bari, 3-10 ottobre 2020
Notte Europea dei ricercatori – Bari, 27 settembre 2019	Notte Europea dei ricercatori – Online, 27 ottobre 2020

Tab. 5 Iniziative di comunicazione e promozione svolte negli anni 2019- 2020

Tra le iniziative descritte in tabella 5, l’evento “**La Notte dei Ricercatori**” è stato promosso dalla Commissione Europea fin dal 2005 e coinvolge ogni anno migliaia di ricercatori e istituzioni di ricerca di tutta Europa, diventando quindi uno degli appuntamenti con più successo in termini di partecipazione. Questa iniziativa ha permesso al mondo della ricerca di confrontarsi, incontrarsi e condividere i risultati delle indagini scientifiche in modo informale con un pubblico ampio, compreso di studenti di tutte le scuole di ogni grado, universitari, e tutti coloro che sono appassionati e curiosi della conoscenza scientifica in tutte le sue forme. L’iniziativa è stata resa possibile grazie al progetto europeo UE-H2020-MSCA-NIGHT-2018, Grant No. 818783, finanziato dalla Commissione Europea nell’ambito delle azioni Marie Skłodowska Curie e coordinato dall’Università del Salento. Tale progetto ha coinvolto tutte le università statali ed i principali enti pubblici di ricerca pugliesi:

l'Università di Bari, il Politecnico di Bari, l'Università di Foggia, gli enti pubblici di ricerca CNR, INFN, ENEA, IIT, oltre all'IRCCS-DeBellis di Castellana Grotte ed il Museo MARTA di Taranto.

L'edizione 2019 de "la Notte dei Ricercatori" tenutasi nella città di Bari ha registrato un totale di 4075 pubblici tra cui Istituzioni pubbliche, imprese, istituzioni del terzo settore, *stakeholder*, studenti delle scuole e partecipanti individuali, di cui 2000 tra bambini e giovani. È stato altresì coinvolto il personale interno per un totale di 232 persone tra docenti e ricercatori, personale tecnico- amministrativo, altro personale di ricerca e studenti e dottorandi. L'obiettivo dell'evento era raggiungere il maggior numero di persone, sia bambini che adulti, cercando di attrarre, con le diverse attività organizzate nella giornata, la loro attenzione per intrattenerli nei diversi stand adibiti con esperimenti, esposizioni strumentali, mostre, ecc. L'obiettivo è stato ampiamente raggiunto, infatti si sono registrati 4000 visitatori nella sola città di Bari.

La terza edizione de "La Notte dei Ricercatori" si è svolta, invece, nel 2020 in modalità online (causa Covid- 19). Coinvolti nuovamente le Università e gli Enti di Ricerca e altre istituzioni pubbliche. Ha registrato la presenza di 590 partecipanti tra istituzioni pubbliche, imprese, istituzioni terzo settore, studenti delle scuole e partecipanti individuali (500). Ci sono stati finanziamenti esterni dalla somma di dieci mila euro. L'obiettivo è rimasto lo stesso delle precedenti edizioni ossia creare occasioni di incontro tra ricercatori e cittadini per diffondere la cultura scientifica e la conoscenza delle professioni della ricerca in un contesto informale e stimolante. Un modo informale di comunicare i risultati delle ricerche scientifiche creando un filo conduttore con un pubblico ampio. È stato prefissato di raggiungere il maggior numero di persone, dai bambini agli adulti, cercando di valorizzare le attività organizzate, seppur in modalità online.

3. **Il Sistema Museale di Ateneo (SiMA)** ha incrementato sempre più le proprie attività, anche in un’ottica di terza missione, puntando l’attenzione sul tema dell’accessibilità al patrimonio, del rapporto Università- territorio, con un pubblico più ampio.

Si riporta qui di seguito l’elenco delle attività svolte negli anni 2019- 2020:

EVENTI SiMA 2019	EVENTI SiMA 2020
Darwin Day 2019 - Museo di Psicologia e Psicotecnica - Ciclo di seminari Mente, evoluzione, adattamento, Bari 12 febbraio 2019	#DomenicallUniversità Bari, 2 febbraio 2020
#DomenicallUniversità - apertura straordinaria e visite guidate al Palazzo Ateneo, Bari 3 febbraio 2019	Martedì Grasso al museo, Bari 25 febbraio 2020
#DomenicallUniversità - apertura straordinaria e visite guidate al Museo di Scienze della Terra, Bari 6 ottobre 2019	#DomenicallUniversità, Bari 1° marzo 2020
#DomenicallUniversità - apertura straordinaria e visite guidate al Museo Orto Botanico, Bari 15 dicembre 2019	#museiapertiuniba (evento social), dal 3 aprile al 15 maggio 2020
Giornata internazionale dei Musei, 18 maggio 2019	Speciale visita guidata online ZOOTEEST, 10 giugno 2020
Presentazione del libro "I giorni della balena, Bari 16 luglio 2019	Settimana del Pianeta Terra, 10 ottobre 2020
Notte dei Ricercatori, 27 settembre 2019	Notte Europea dei Ricercatori, 27 novembre 2020
Settimana del Pianeta Terra, novembre 2019	M’ammalia (Ali nella notte: introduzione ai chiroterri; Di Uomini e Topi (volanti), 5 novembre 2020
Inaugurazione Museo Faunistico Bernardo Terio e presentazione libro “Una visita guidata	M’ammalia (speciale visita guidata online ZOOTEEST), 3-6- 10 novembre 2020

al Museo Faunistico Bernardo Terio dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro”, Bari 22 novembre 2019	
Mostra sui marmi antichi della collezione Francesco Belli	Giornata europea del patrimonio accademico (evento social), 18 novembre 2020

Tab. 6 Iniziative del Sistema Museale di Ateneo svolte negli anni 2019- 2020

Del Sistema Museale di Ateneo fanno parte i seguenti musei:

- Museo di Zoologia Lidia Liaci
- Museo Orto Botanico
- Museo di Scienze della Terra
- Museo di anatomia e morfologia degli animali domestici
- Museo di Merceologia
- Museo Bernardo Terio

Fino al 2019 i musei regolarmente aperti al pubblico sono stati il Museo di Scienze della Terra, il Museo di Zoologia Lidia Liaci e il Museo Orto Botanico. Le varie iniziative sono cresciute in termini numerici e sono state estese anche ai più piccoli, organizzate in forma di caccia al tesoro.

Il SiMA, in collaborazione con la Direzione per il Coordinamento delle Strutture Dipartimentali e il Museo di Scienze della Terra del Dipartimento Di Scienze della Terra e Geoambientali, ed in continuità con l’iniziativa “Festa di compleanno della Balenottera Annalisa” organizzata presso il Museo a novembre 2018, ha organizzato la presentazione del libro **“I giorni della balena”** scritto da Vincenza Montenegro e edito dalla casa editrice Progedit. Il libro, destinato soprattutto a bambini e ragazzi, si ispira alla storia del fossile di

Balenottera trovato nell'estate del 1968 presso la città di Bari. Attraverso questa iniziativa l'obiettivo è consistito nel valorizzare il reperto fossile esposto al Museo di Scienze della Terra dell'Università di Bari. L'evento ha registrato la partecipazione di 60 fruitori.

Un altro evento che ha messo in evidenza l'attività del Centro SiMA è stato l'apertura alla città di Bari del palazzo Ateneo, noto per essere uno dei più prestigiosi palazzi universitari italiani, che ha accolto visitatori con disabilità, attraverso visite guidate. Il numero dei visitatori oscilla fra gli 80 e i 140 con una qualità del servizio così alta da soddisfare ogni esigenza del fruitore. Certamente il SiMA ha avuto momenti ed elementi di criticità, connessi alla gestione amministrativa di una struttura con delle caratteristiche peculiari proprie di un sistema museale che è al contempo parte integrante dell'attività di ricerca e di didattica proprie delle istituzioni universitarie. D'altro canto, la passione e l'impegno del personale impiegato hanno permesso tante volte di superare le difficoltà incontrate. Nonostante questi momenti di difficoltà e grazie a contratti di collaborazione stipulati precedentemente, sono state predisposte le aperture straordinarie nei mesi di febbraio, marzo, aprile e maggio per la visita guidata al Salone degli Affreschi del Palazzo Ateneo. All'evento ha aderito un pubblico numeroso e con un certo entusiasmo tale da permettere l'apertura di un altro percorso, di carattere pittorico, del pittore Vito Stifano con un'esposizione di ben 22 tele, volte ad arricchire gli ambienti del Rettorato e a valorizzarne il patrimonio artistico dell'Università.

Un ulteriore evento svoltosi nel 2019 degno di nota è stata **l'inaugurazione del Museo Bernardo Terio e la presentazione del libro "Una visita guidata al Museo Faunistico Bernardo Terio dell'Università degli Studi di Bari Aldo Moro"**. A partire dal 2017 il SiMA, in accordo col Consiglio Scientifico del Museo Bernardo Terio, ha riconosciuto la necessità di garantire la salvaguardia e la corretta conservazione e valorizzazione dell'importante patrimonio naturalistico del Museo. Pertanto, la dott.ssa Vincenza Montenegro, in

collaborazione con la Prof.ssa Letizia Passatino, direttrice del Museo Terio, ha avviato il riordino delle collezioni tassidermiche e osteologiche di detto Museo. Riordino consistito nella revisione tassonomica dei reperti, oltre che nell'identificazione delle specie facenti parte di liste CITES, liste Rosse e di allegati di direttive nazionali e internazionali. Inoltre, si è proceduto nel recupero della documentazione giustificativa del possesso degli esemplari di specie protette ed un intervento di pulizia dei reperti attaccati da muffe causate da una cattiva aerazione dei locali che li ospitano. In vista dell'apertura al pubblico del Museo prevista per il 18 novembre 2019, in occasione della Giornata Europea dei Musei Universitari, si è provveduto ad una riorganizzazione dell'esposizione dei reperti, organizzazione di supporti alla visita e gestione della visita guidata. L'inaugurazione si è dimostrata essere un enorme successo in termini di pubblico e di partecipazione, registrando ben 300 visitatori ed ha dato avvio ad una attività con le scuole, in particolare delle fasce più giovani.

Nel 2020 si è verificata una situazione differente. L'emergenza Covid-19 ha impedito una serie di attività, entrate ormai nella tradizione dei Musei Uniba. Nonostante il momento di difficoltà si è riusciti ad adeguare la propria offerta grazie alla rete. L'impossibilità di accogliere visitatori in presenza, infatti, ha portato il SiMA a sperimentare nuovi canali di diffusione per rendere il patrimonio culturale accessibile anche da remoto, ampliando la rete dei visitatori. In realtà, già dal 2019 erano state avviate iniziative di comunicazione social col fine di promuovere le numerose attività in presenza. Dunque, in una prospettiva un po' diversa data l'emergenza sanitaria, il Museo è riuscito appieno nelle sue iniziative e attività museali attraverso le piattaforme social fino a diventare una pratica entrata oramai nella consuetudine del SiMA.

4. Il Centro Interuniversitario di Ricerca per gli Studi Gramsciani esiste dal 2003, con sede amministrativa presso l'Università di Bari. Gli altri

atenei co-fondatori sono stati quelli di Urbino e di Trieste. Mentre la International Gramsci Society Italia è stata fin dal principio partner in convenzione. Il centro, diretto dalla dott.ssa Lea Durante, docente di letteratura italiana presso l'Università di Bari e studiosa di Antonio Gramsci, riesce a garantire costanti proposte di progetti di ricerca, convenzioni e azioni per la terza missione. Gli obiettivi del Centro sono promuovere, sviluppare, diffondere a livello universitario nazionale e internazionale studi storici e sociali ispirati al pensiero di Antonio Gramsci. Il Centro intende operare, tramite un approccio filologico, una lettura ex novo dell'autore sardo, per tentare l'elaborazione di un metodo di ricerca e di approccio che avvicini anche i giovani e che consenta l'incontro di Gramsci con un'altra generazione di lettori. In questa prospettiva il Centro promuove manifestazioni, convegni, conferenze, incontri, mostre e iniziative di vario genere tese alla divulgazione dell'opera e del pensiero gramsciano.

Nel biennio 2019- 2020, il Centro ha realizzato suddette attività:

EVENTI 2019	EVENTI 2020
Maggio 2019 Presentazione e discussione del libro Gramsci e il populismo , a cura di Guido Liguori.	Gennaio 2020 Accordo di collaborazione con la Fondazione Gramsci di Puglia , nell'ambito della quale si è stipulato un accordo con l'Istituto Pascali - De Nittis per attività formative e artistiche.
Settembre 2019 Spettacolo "I due Gobetti" , su Gramsci, Gobetti, il Biennio rosso, realizzato per conto del Centro dalla Compagnia Frosini/Timpano, per la scrittura di Paolo Di Paolo e Lea Durante.	Dicembre 2020 Convenzione con la Presidenza del Consiglio dei ministri per un progetto di 45000 euro, per attività di ricerca e di terza missione con la collaborazione della dottoressa Rossana Bray.
Novembre 2019 Sistemazione del Fondo Valentino Gerratana , che raccoglie oltre 3500 volumi del filosofo e curatore della prima edizione critica degli scritti di Antonio Gramsci.	

<p>Dicembre 2019 Dibattito sulla didattica della storia contemporanea “Con le lenti di Gramsci”, in riferimento a Gramsci, con la partecipazione di Alessandro Laterza e Giuseppe Vacca.</p>	
---	--

Tab. 7 Iniziative del Centro Interuniversitario di Ricerca per gli Studi Gramsciani svolte negli anni 2019- 2020

Tra le iniziative riportate in tabella 7, il Festival **“Lector in Fabula”**, organizzato dalla Fondazione di Vagno a Conversano, ci offre numerosi spunti di riflessione in ottica di Terza Missione. L’evento si è tenuto nel settembre 2019 con una prima rappresentazione aperta dello spettacolo **“I due Gobbetti”**, realizzato per conto del Centro della Compagnia Frosini/Timpano, grazie alla scrittura di Paolo di Paolo e Lea Durante, direttrice del Centro. Questo evento ha visto una significativa copertura della stampa, sia locale che specialistica critica teatrale.

L’evento **“Con le lenti di Gramsci”**, invece, organizzato dalla professoressa Claudia Villani, in collaborazione con la Fondazione Gramsci di Puglia e svoltosi il 13 dicembre del 2009, ha offerto un dibattito sulla didattica della storia contemporanea, in riferimento a Gramsci e rivolto a docenti, insieme a tutta la cittadinanza. Sono state contattate e coinvolte diverse scuole che hanno partecipato ad un lavoro preparatorio di oltre un mese, i cui docenti avevano precedentemente partecipato ad attività del Centro e della Fondazione, come i due convegni su Gramsci organizzati nel 2017.

Nel 2020 tante iniziative sono saltate a causa delle restrizioni per l’emergenza Covid19. Il Centro, quindi, non ha ritenuto utile spostare le varie attività su piattaforma. Nella tabella 7 si riportano solo due attività. La prima riguarda una collaborazione con la Fondazione Gramsci di Puglia, nell’ambito della quale si è stipulato un accordo con l’Istituto Pascali - De Nittis per attività formative e

artistiche. Le classi che hanno aderito all'iniziativa, coordinate dalle insegnanti Rosi Lubes e Maddalena Di Tursi, sono state coinvolte in un percorso teorico-pratico pensato per la durata di un intero anno scolastico. Gli studenti hanno partecipato a due incontri di formazione e hanno iniziato a lavorare su opere che avrebbero dovuto essere esposte in una mostra apposita nella sala centrale del Centro per gli studenti, all'interno del progetto della Regione Puglia "Compagni e angeli". Trafiletti e notizie sono comparsi sulla stampa locale.

La seconda attività, invece, risale a dicembre 2020. Grazie alla collaborazione della dott.ssa Rossana Bray è stata stipulata una convenzione con la Presidenza del Consiglio dei ministri per un progetto, finanziato con 45000 euro, relativo ad attività di ricerca e di Terza Missione. Nel progetto, che coinvolge tutti gli atenei del Centro in analisi, sono previsti fra l'altro un corso di formazione per docenti, la pubblicazione di due volumi, attività convegnistiche, la realizzazione di materiali divulgativi didattici on line su Antonio Gramsci sulla piattaforma Novecento.org e altro.

Come si è potuto notare, l'attività del Centro è orientata lungo più direttrici ossia la ricerca specialistica, la divulgazione, il consolidamento di strutture e la messa a disposizione di un patrimonio durevole, il rapporto con le scuole in ottica di didattica e terza missione, il rapporto con altre istituzioni del territorio e la promozione artistica.

5. Il Centro Interuniversitario di Ricerca per l'Analisi del Territorio (CRIAT) è stato costituito nel marzo 2009 sulla base di una convenzione sottoscritta dai rettori delle quattro università pubbliche pugliesi (l'Università "Aldo Moro" di Bari, l'Università del Salento, il Politecnico di Bari e l'Università di Foggia). Nel 2011 è stata sottoscritta una nuova convenzione che ha incluso anche l'Università di Sassari, dal 2019 non più aderente, data in cui è stato rinnovato il Centro. Questo centro si impegna a promuovere, sostenere,

coordinare e realizzare progetti di ricerca sul territorio confrontando il passato con il presente. Oltre a ciò collabora con Istituti e Università italiane e straniere tramite la stipula di convenzioni; promuove iniziative di divulgazione e formazione scientifica e si occupa di formare giovani ricercatori che operano nello stesso settore di interesse del Centro (come da Convenzione).

Tra le diverse iniziative intraprese nel 2020 dal Centro è bene ricordare la **XII Edizione della Scuola di Paesaggio «Emilio Sereni» - Storia del paesaggio agrario italiano**. Questo evento tenutosi dal 25 al 29 agosto 2020 a Gattalico (RE), presso l'Istituto "Alcide Cervi" con cui il CRIAT ha consolidato rapporti di collaborazione, si sviluppa attorno al tema del paesaggio nel rapporto città-campagna. La Scuola di Paesaggio intitolata a Emilio Sereni, importante storico del paesaggio agrario italiano è una delle più consolidate esperienze formative sui temi paesaggistici. La scuola costituisce una creativa occasione d'incontro fra università, scuola e governo del territorio. La scuola di paesaggio non si limita all'orizzonte scientifico e didattico, bensì intende essere un punto di riferimento per le politiche locali, regionali e nazionali al fine di una pianificazione che miri alla salvaguardia del paesaggio agrario. La XII edizione della Scuola «Emilio Sereni» propone un percorso articolato con varie metodologie didattiche in cui ogni partecipante avrà l'opportunità di approfondire e sperimentare letture e interpretazioni sul rapporto città-campagna nelle sue molteplici forme, arricchendo così il proprio profilo culturale, scientifico e professionale.

III. 2.3 Ipotesi personali su valutazione e monitoraggio degli eventi

Attualmente, l'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" non dispone di alcun sistema di monitoraggio e valutazione delle attività di *public engagement*. Pertanto, risulta essere complicato valutare con chiarezza e metodo la numerosità di attività di Terza Missione. Dunque, quelle a seguire saranno considerazioni puramente personali elaborate avvalendomi delle informazioni raccolte con l'attività di ricerca.

Innanzitutto, è importante rilevare quanto stabilito da ANVUR durante l'ultima Valutazione della Qualità della Ricerca (VQR 2015- 2019) ancora in corso. Le Università sono invitate a presentare dei *case study* al fine di rilevare l'effettivo impatto generato dagli stessi sulla società. L'ANVUR ha, inoltre, individuato i **campi d'azione** su cui valutare gli eventuali casi di studio:

- Valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale;
- Imprenditorialità accademica;
- Strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico;
- Produzione e gestione di beni artistici e culturali;
- Sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute;
- Formazione permanente e didattica aperta;
- **Attività di public engagement;**
- Produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione;
- Strumenti innovativi a sostegno dell'Open Science;
- Attività collegate all'Agenda Onu 2030 e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).

Descritti i campi d'azione previsti da ANVUR, dobbiamo prendere in considerazione i **quattro criteri** attraverso cui effettuare una ipotetica valutazione della Terza Missione¹⁰¹:

- a. Dimensione sociale, economica e culturale dell'impatto: con questo criterio si mira a valutare il cambio di atteggiamento, l'accrescimento di consapevolezza, lo sviluppo di capacità e di buone pratiche, il perfezionamento dei processi di comprensione in ambito economico, scientifico- culturale, sociale, istituzionale, al fine di migliorare le future attività e perfezionare i risultati;
- b. Rilevanza rispetto al contesto di riferimento: in questo caso si considera la dimensione locale, regionale, nazionale, europea o internazionale, valutandone gli effetti incrementali qualitativi o quantitativi dell'impatto sul contesto di riferimento, che può essere quindi interno o esterno;
- c. Valore aggiunto per i beneficiari: questo criterio prevede la valutazione delle condizioni tecnologiche, sociali, economiche e culturali che creano vantaggio al destinatario delle attività di terza missione;
- d. Contributo della struttura proponente, valorizzando l'aspetto scientifico laddove rilevante: si intende, secondo questo criterio, valutare l'impegno in termini qualitativi e quantitativi, ossia la valutazione dell'Ente in termini di apporto di risorse umane, assetti organizzativi, infrastrutture e lo sviluppo di nuove professionalità. Per di più, se presente, diventa oggetto di valutazione anche il legame con la ricerca scientifica promossa dall'Ente.

¹⁰¹ SAURO LONGHI, *Criteri di Valutazione della Terza missione e dell'Impatto in Evento "La valutazione di Terza Missione e Impatto nella VQR 2015-2019"* – 26 febbraio 2021.

Tali aspetti, campi d'azione e criteri, sono stati oggetto di discussione dell'evento di presentazione del processo di Valutazione della Terza Missione e sulle novità introdotte dal BANDO – Valutazione della Qualità della Ricerca 2015-2019 (VQR 2015- 2019). In tale circostanza è stata offerta una definizione di impatto, ossia come esso debba essere declinato:

“la trasformazione o il miglioramento che (eventualmente in relazione con i risultati della ricerca scientifica prodotti dall’Istituzione) si sono generati per l’economia, la società, la cultura, la salute, l’ambiente o, più in generale, il contrasto alle disuguaglianze economiche, sociali e territoriali per incrementare la qualità della vita in un ambito territoriale (locale, regionale, nazionale, europeo o internazionale)”

“si intende, altresì, la riduzione o la prevenzione di danni, rischi, o altre esternalità negative; si valuterà prioritariamente l’impatto generato all’esterno (anche le eventuali ricadute all’interno delle Istituzioni)”.¹⁰²

La prima ipotesi di valutazione è strutturata sulla base degli obiettivi di sviluppo sostenibile che ogni singola attività di Terza Missione può contribuire a realizzare e perseguire. Nelle tante iniziative organizzate dai Centri di Ateneo barese, infatti, si è dedicata particolare attenzione all’Agenda 2030 con i suoi 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. Pertanto, si procederà con un’analisi critica degli eventi organizzati dai Centri dell’Ateneo barese.

- 1) Il **Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità** ha più volte ipotizzato il perseguimento di alcuni di questi goal. Per esempio, attraverso il **Goal 4 “Istruzione di qualità”** riguardante il settore educativo. Con gli eventi di riferimento si è promossa l’educazione inclusiva, equa e di qualità delle opportunità di educazione permanente per tutti. L’ipotesi del raggiungimento del suddetto goal deriva dal fatto

¹⁰² ANVUR, *Valutazione della qualità della ricerca 2015- 2019 (VQR 2015- 2019)*, 2021.

che esso risulta perfettamente in linea con l'impegno profuso dalle comunità educative in ottica di Terza Missione.

- 2) Tanti altri eventi citati precedentemente, invece, l'attenzione sul **Goal 6 "Acqua pulita e servizi igienico- sanitari"**. La questione "acqua" assume oggi particolare rilevanza sotto molti punti di vista. Tra questi si citano, poiché particolarmente significativi, il mai risolto bilancio fra le poche disponibilità e le molte richieste, e la valutazione degli effetti dovuti agli eventi estremi, in particolare quelli di piena. La soluzione che si può dare a questi problemi non è unica e dipende molto dall'obiettivo che si intende perseguire. È necessario che l'intera questione venga affrontata tenendo conto sia delle problematiche ambientali che delle esigenze di tutte le componenti sociali interessate, in particolare di quelle più consapevoli del fatto che il bene acqua non sarà in futuro disponibile in maniera illimitata. Pur non dimenticando che esso rimane uno dei maggiori fattori propulsivi dello sviluppo di un territorio, questo sviluppo non potrà essere duraturo nel tempo se contestualmente non viene conservato e preservato con grande attenzione l'aspetto sia quantitativo che qualitativo della risorsa acqua.
- 3) Un ulteriore obiettivo di sviluppo sostenibile considerato dagli eventi promossi in Uniba è il **Goal 13 "Lotta contro il cambiamento climatico"**. Ad esempio, in occasione dell'evento "Forum Regionale sullo Sviluppo Sostenibile" sono stati presi in esame i cambiamenti climatici e le loro conseguenze. In tale contesto è opportuno evidenziare che la Puglia è la seconda Regione italiana ad aver approvato una mozione sullo stato di emergenza climatica in coerenza con il proprio programma di governo. Infatti, la profonda crisi climatica che a livello globale stiamo vivendo sta portando all'attenzione del mondo dei decisori politici e amministrativi, ma anche dei media e della pubblica opinione, una serie di questioni e di necessità di intervento ormai non più procrastinabili. Anche le esperienze dei giovani dei Fridays For Future,

o gli adulti del Movimento Extinction Rebellion, stanno implementando processi partecipativi globali senza precedenti. In virtù di tali consapevolezze, il Forum Regionale per lo Sviluppo Sostenibile ha offerto dibattiti, confronti e co-progettazione in linea con l'obiettivo sostenibile descritto. Riflettere, discutere, informare e formare attorno al tema dei cambiamenti climatici può rappresentare, all'interno di un processo partecipativo, la via attraverso la quale creare, in modo diffuso, la consapevolezza di un problema che non è solo urgente da affrontare ma che va fatto guardando, in prospettiva interdisciplinare, alle evidenze scientifiche.

- 4) Un ulteriore evento utile all'analisi di valutazione dei goals è il progetto di Taranto 2030: "Ecosistema Taranto - Strategia di transizione economica, ecologica ed energetica". In questo evento si è promossa consapevolezza e realizzazione del **Goal 11 "Rigenerazione urbana e Sviluppo di mobilità sostenibile"**. Infatti, si è discusso dell'analisi della performatività delle politiche pubbliche sostenute dal comune di Taranto attraverso il piano Ecosistema Taranto. La cultura, che è motore del cambiamento, prevede l'attivazione di processi di innovazione per la valorizzazione del paesaggio, del territorio e della comunità locale. Il perseguimento del Goal 11, quindi, è promosso con quell'idea di sviluppo di economia integrale che non è solo questione ecologica ma anche economica.
- 5) Un altro Goal è quello relativo alla promozione di stili di vita rispettosi del pianeta e delle persone, nella consapevolezza che a consumare in modo critico e responsabile, ossia il **Goal 12 "Consumo e produzione responsabile"** dell'Agenda 2030. Il Green Compost, ad esempio, è un percorso partecipativo di inclusione sociale per persone in esecuzione penale impegnate in attività di compostaggio di comunità all'interno della Casa Circondariale di Taranto. Si tratta della gestione comunitaria del rifiuto organico prodotto dalle cucine della Casa di reclusione. Tutto

avvenuto attraverso la progettazione di un percorso di partecipazione facilitato, attività di formazione per operatori e detenuti. Sarebbe auspicabile guardare al futuro con responsabilità, lavorando insieme per rendere la produzione e gestione dei rifiuti sostenibile. Per fare questo serve l'impegno di tutti, con l'attuazione del progetto si sta provando a dare una risposta condivisa al riciclaggio dei rifiuti biodegradabili.

- 6) **Goal 3 “Salute e Benessere”**. Il Premio “Stili di Vita per la Salute e il Benessere - Lifestyle Award for Health and Wealth 2019” è nato nel 2018 con l'obiettivo di amplificare l'impegno di singole personalità, enti, associazioni, aziende che si adoperano per la promozione di una cultura rispettosa della salute e del benessere del Pianeta. Non a caso, il premio è istituito in linea con gli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile che, affrontando temi globali, richiede un mutamento dei nostri stili di vita e una trasformazione dei nostri modi di pensare e di agire.
- 7) **Goal 2 “Sconfiggere la Fame”**. Il Centro per la Sostenibilità dell'Università degli Studi di Bari, individua nell'educazione alla cultura alimentare sostenibile, nella ricerca scientifica, nella formazione e nella costruzione di reti partenariali ampie e comprensive, altrettanti strumenti di difesa di diritti primari dell'uomo, quali il diritto ad un'alimentazione, adeguata e sufficiente per tutti, ad una vita sana e felice, ad un ambiente integro e salubre, al rispetto e al godimento dei beni comuni e delle specifiche identità culturali e della biodiversità dei territori, alla produzione secondo principi di sostenibilità, dignità ed equità per tutte le persone coinvolte.
- 8) Infine, l'iniziativa Sustainability Week nasce come risposta al difficile periodo storico che stiamo vivendo. Avvenimenti catastrofici dovuti al cambiamento climatico, come il recentissimo picco di acqua alta che ha colpito Venezia e la generale allerta meteo che sembra essere arrivata ormai in tutta la nostra penisola devono essere una chiamata per noi ad

agire, modificando i nostri comportamenti e preparandoci ad affrontarli in futuro. Il tema della Sustainability Week saranno i **Goals 12 e 13: “Consumo e Produzione Responsabile” e “Agire per il clima”**.

Dall’analisi dei suddetti eventi, e dei relativi Goals promossi, è emerso come, attraverso le attività di *public engagement*, non solo si mira al raggiungimento degli obiettivi dell’Agenda 2030 ma altresì si punta ad una valorizzazione dei luoghi, degli spazi e ad una vera e propria rinascita e rivitalizzazione dei territori. Le iniziative prese in esempio promuovono altresì quel processo di rinascita dei territori che parte dalla consapevolezza, da parte della popolazione dei singoli comuni, delle caratteristiche del proprio territorio e delle potenzialità che lo stesso offre, dal punto di vista economico, ambientale, culturale e delle tradizioni per il raggiungimento dei Goals.

Durante il già analizzato “Festival dello Sviluppo Sostenibile”, nelle ultime due edizioni, oltre a mostre e laboratori si è cercato di dare un valore aggiunto ai luoghi visitati, riscoprendo prodotti locali tipici attraverso i vari eventi itineranti. All’interno del Festival, ci sono state visite guidate alla scoperta di Lama Balice e il percorso multimediale del Museo dei Dinosauri. Questa attività valorizza il tema paleontologico caratteristico del Parco, entro il quale sono state scoperte oltre 10.000 orme di dinosauri. Le tematiche della tutela partecipata e della sostenibilità a lungo termine si sviluppano anche attraverso un sistema di controllo del territorio del Parco, con centraline termo-pluviometriche e droni, e attraverso la promozione di una produzione agricola biologica di comunità. In questa iniziativa parte un processo di Eco-Network che ha portato la Città di Bari ad investire sui temi della tutela e della valorizzazione paesaggistica in un’ottica ‘intelligente’. Il territorio da un lato diventa area territoriale da migliorare, qualificarsi e caratterizzare, organizzando sentieri ed esperienze naturali per i residenti e per i turisti; dall’altro lato diventa ecosistema in grado di ottenere un riequilibrio ecologico, produttivo e comunitario all’interno della città.

Il Parco Naturale Regionale Lama Balice, quindi, si distingue dalle altre aree protette pugliesi per la sua forma di “Parco ibrido”, con una rete ecologica che “contamina” l’area metropolitana di Bari di valori come la naturalità, la sostenibilità, l’ecologia e gli ecosistemi di prossimità. Balice Smart Environment, ad esempio, è il progetto che affronta il tema scientifico-educativo, attraverso la fruizione dell’ampia proposta di attività del Centro di Educazione Ambientale (CEA), fortemente segnato dalle nuove tecnologie e da solide competenze scientifiche: un *exhibition centre* di nuova generazione che ha sede entro la più antica Masseria e cuore del Parco: Villa Framarino, risalente al XII secolo.

Attraverso le varie iniziative si è cercato per di più di valorizzare i prodotti tipici locali, come accennato precedentemente. Dalla tutela della biodiversità alla valorizzazione del prodotto locale e tipico, risultato dell’applicazione di saperi e tecniche detenute e tramandate in un luogo particolare, in un tempo determinato e in relazione a particolari condizioni ambientali di terra, acqua e clima. Il futuro è nella riscoperta della centralità dell’agricoltura e di quel “patrimonio” generato in condizioni di minimo impatto ambientale e sociale, allo scopo di valorizzare i prodotti di eccellenza e recuperare quei prodotti meno conosciuti ma estremamente importanti per garantire un reddito equo agli operatori del settore. Allo stesso tempo, è strategico puntare su edilizia sostenibile, bioedilizia e bioarchitettura, che rappresentano oggi una vera e propria forza contro la crisi del settore edilizio. Sempre più attuali, infatti, sono i temi che gravitano attorno all’efficienza energetica e all’industria dei materiali biocompatibili e a basso impatto ambientale. Lo slancio verso la bioedilizia potrebbe effettivamente rappresentare una vera e propria svolta per il nostro Paese per l’attuazione sempre più frequente di piani e progetti sostenibili.

Anche le giornate al Museo, già considerate nell’analisi delle attività del Sistema Museale di Ateneo, si inquadrano nelle attività di tutela, valorizzazione e fruizione del patrimonio storico-scientifico e culturale dell’Ateneo barese che

testimoniano i progressi del sapere e della conoscenza e la storia e le ricerche condotte nell'Università. Durante tali giornate, la manifestazione “Settimana del Pianeta Terra” è nata con lo scopo principale di scoprire e valorizzare il patrimonio geologico e naturale dell'Italia, diffondere il rispetto per l'ambiente, la cura per il territorio così come la consapevolezza dei rischi cui si è esposti. Promuove anche un turismo culturale, sensibile ai valori ambientali. La Settimana del Pianeta Terra vuole far appassionare i giovani alle Geoscienze e far conoscere le possibilità che la scienza offre per migliorare qualità della vita e sicurezza.

Possiamo sostenere, quindi, come l'analisi dei Goals, e quindi l'impatto che la promozione degli obiettivi sostenibili producono in occasione degli eventi, può rappresentare una strategia di valutazione degli eventi di Terza Missione.

Oltre all'analisi degli obiettivi dell'Agenda 2030 e di come questi vengono promossi, un'ulteriore e ipotetica strategia di valutazione può essere rappresentata dall'analisi delle principali parole chiave che emergono dalle iniziative di *public engagement* in ottica di Terza Missione. Nel caso dell'Università degli Studi di Bari le parole più frequenti sono: Democrazia partecipativa; Sostenibilità; Bioeconomia; Innovazione sostenibile; Economia circolare; Clima; Cibo; Salute; Rifiuti; Educazione ambientale; Biodiversità; Cittadinanza attiva; Inclusione; Riciclo; Paesaggio.

Questa breve analisi fa riflettere. Le tematiche ricorrenti indicano la prospettiva di un concreto miglioramento. La bioeconomia, ad esempio, rappresenta un modello di sviluppo economico votato non solo al mero profitto e alla redditività ma anche al progresso sociale. Quest'ultimo diventa il volano per il raggiungimento degli obiettivi dell'Accordo di Parigi del 2015 e dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile.

Infine, possiamo ipotizzare un'ulteriore analisi delle attività che sono emerse, rilevandone le categorie prevalenti di *public engagement*: Iniziative di carattere

istituzionale; Partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making); Produzione di programmi radiofonici e televisivi; Partecipazione a progetti di sviluppo urbano e valorizzazione del territorio; Iniziative di tutela della salute; Pubblicazione e gestione di siti web e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica; Pubblicazioni digitali dedicate al pubblico non accademico; Pubblicazioni cartacee dedicate al pubblico non accademico.

Valutare e monitorare le varie iniziative ha uno scopo ben preciso. La valutazione dovrebbe essere percepita come una leva di miglioramento e di trasformazione, derivante dall'approccio strategico basato sull'analisi delle situazioni attuali all'interno delle università italiane.

In conclusione, possiamo sostenere che l'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro" attua delle corpose politiche di *public engagement* che le hanno permesso, nell'ultimo biennio di riferimento, il 2019/2020, di promuovere circa 130 iniziative grazie anche alle attività dei vari Centri analizzati. Nonostante il 2020 sia stato segnato da un calo di iniziative in presenza, questo non ha compromesso il successo degli eventi sul piano della partecipazione. La diversità dei pubblici coinvolti dimostra come questa Università ritenga fondamentale l'interazione con il tessuto socioculturale del territorio di riferimento. Inoltre, si vince la centralità degli altri interventi di livello Nazionale e Internazionale, a dimostrazione del fatto che l'Ateneo resta un punto di riferimento non solo per le comunità locali ma anche per stakeholder esterni ad esso. È evidente, inoltre, come l'Agenda 2030, insieme ai suoi 17 obiettivi di sviluppo sostenibile, resta un punto di riferimento nel perseguimento di buone ed efficaci azioni. Le informazioni e i dati relativi all'attività di Terza Missione di questa Università ci permettono di sostenere che l'Ateneo barese resta tra quelli italiani che più hanno risposto a quella call mondiale contro l'emergenza climatico-ambientale rendendo la propria Università sempre più aperta, partecipata e green.

Conclusioni

Questo progetto di tesi è stato reso possibile grazie al supporto di dati raccolti da SISMA e dall'Ufficio statistica dell'Università degli Studi di Bari "Aldo Moro", con il contributo della dottoressa Rossana Bray e della docente Gabriella Calvano.

Oggi possiamo finalmente riscontrare che si parla sempre più di Terza Missione e dei suoi benefici per l'Università con le comunità, pubbliche e private.

La strada verso un'Università più integrata con il mondo esterno è ancora da percorrere. Tuttavia, constatare che si parli addirittura di quarta e quinta missione è una prova che ciò che sembrava un'utopia oggi si rivela un grande passo, sempre più compiuto, per l'Ateneo di Bari e per l'intero mondo universitario.

In questo periodo difficile fatto di drastici cambiamenti globali e locali, dovuti all'attuale pandemia Covid-19, l'Università degli Studi di Bari ha risposto positivamente senza sospendere la propria attività di Terza Missione.

Sarà essenziale riservare sempre più attenzioni per rilanciare un nuovo e sempre più concreto impegno sul territorio, al fine di offrire una risposta adeguata a sostegno delle comunità, oltre che degli studenti, oggi fortemente penalizzati per il contesto socioeconomico in cui si sta agendo.

Affinché il *public engagement* possa riscuotere il giusto riconoscimento per il ruolo che svolge per l'economia e la sostenibilità occorre un piano che guardi al futuro. La ripartenza non sarà mai semplice, sia chiaro, ma con un piano costruito assieme ai vari stakeholder si potrà, perlomeno, schivare i rischi del momento. Serve un piano che coinvolga e responsabilizzi tutti gli attori che, insieme alle Università, promuovono un proficuo interscambio di ricchezze.

L'Università di Bari, anche grazie all'intensa attività dei Centri interni, può affermarsi come luogo in cui le idee provenienti da ambiti e attori diversi si

incontrano, dove è possibile intercettare le intuizioni degli altri per combinarle con le proprie, trasformandole in nuove azioni a quel punto ancora più impattanti.

Il terreno su cui operare in tal senso è fertile. Infatti, l'Ateneo di Bari, così come è emerso nel lavoro di ricerca, si dimostra aperto all'esterno e pronto a collaborare per agire per fini comuni.

L'educazione resta una delle principali attività che si sta cercando di perseguire. Creare maggiore consapevolezza nei cittadini sui temi ambientali, ad esempio, ha ottenuto riscontri proficui sia in termini di partecipazione sia come impatti su nuove prospettive future su cui, inevitabilmente, si dovrà continuare a lavorare. La sostenibilità è una vera e propria sfida complessa e l'Università ha un ruolo centrale in ciò. È necessario che continui ad accrescere il suo ruolo e che incentivi i giovani studenti a restare e stimolarli a cooperare e collaborare tra di loro. Costruire una cultura condivisa, accelerando così processi sostenibili assumendo consapevolezza dei temi dello sviluppo.

Dunque, fare rete diventa indispensabile per coinvolgere quanti più attori, pubblici e privati, quotidianamente impegnati in fini sociali, economici e culturali che modificano quel senso di comunità in ognuno di noi. Ciononostante, saper leggere le conseguenze delle azioni, e gli impatti degli stessi, è un'ulteriore punto sul quale l'Università ha ulteriori responsabilità. Educare significa anche avviare un processo collettivo di partecipazione e intervento capace di rendere sempre meno distante le problematiche sociali, economiche e culturali con le azioni delle Istituzioni.

Per rendere queste intenzioni più pratiche, e considerato che la Terza Missione è fatta da differenti attività, è prioritario investire sulla ricerca di nuovi metodi e nuovi approcci che avvicinino sempre più variegati pubblici e coinvolgano in primis gli studenti nelle varie attività di Terza Missione.

Bibliografia

- ANVUR, *Valutare l'impegno dell'università nei confronti del pubblico. L'esperienza ANVUR nel confronto internazionale.*
- ARGANO, L., BOLLO A., DALLA SEGA P., (2018)., *Organizzare eventi culturali: ideazione, progettazione e gestione strategica del pubblico*, Franco Angeli, Milano.
- BOFFO S., MOSCATI R., (2018) *University Third Mission. Origins, Problems and Indicators.* Scuola Democratica, 6 (2), in *ENCTAC Journal of Cultural Management & Policy*, vol. 8, num. 1, 251- 272.
- CAGGIANO V., BELLEZZA A., PICCIONE V. A., (2017), *Entrepreneurial university as innovation driver: the Salamanca School case*, in *Studi sulla Formazione*, 20.
- CALVANO G., (2017), *Educare per lo sviluppo sostenibile. L'impegno degli atenei italiani: esperienze in corso e buone pratiche*, Aracne Editore, Roma.
- CALVANO G., (2020), *La formazione dei docenti all'Agenda 2030 per la nuova Educazione Civica. Il punto di vista dei docenti neoassunti della Provincia di Bari*, in *Annali online della Didattica e della Formazione Docente*, Vol. 12, n. 20, 247- 268.
- CASSELLA M., (2017), *La "terza missione" dell'università: cos'è, come si valuta (con un'appendice sulle biblioteche)*, Orizzonti.
- CHAPLEO C., M. V. CARRILLO DURAN, & A. CASTILLO DIAZ, (2011), *Do UK universities communicate their brands effectively through their website?* In *Journal of Marketing for Higher Education*, vol. 21, n. 1.
- CIAPETTI L., (2017), *La Terza Missione dell'Università: un policy concept alla ricerca di politiche territoriali*, in *CONVEGNO SISIP 2017 - Urbino 14-16 settembre 2017.*

- CLINI P., QUATTRINI R., (2020), *Umanesimo Digitale e Bene Comune? Linee guida e riflessioni per una salvezza possibile*, in *Il capitale culturale*, Supplementi 11, 157- 175.
- CORRADINI, E., (2016), *La rete dei Musei Universitari: diffusione e contestualizzazione del patrimonio culturale degli atenei, orientamento al metodo e alla cultura scientifica*, in *Valorizzare il patrimonio culturale delle università: focus su arte e architetture*, Genova University Press, 1-17.
- D'ONGHIA V., (2020), *Verso un'Agenda metropolitana sostenibile di Bari*, in *Working papers. Rivista online di Urban@it*, n. 2.
- DE GENNARO G., DEMARINIS LOIOTILE A., ANNALISA TURI A., (2019), *L'entrepreneurship education ed il progetto One Stop Shop*, in *Conferenza GARR 2019 - Connecting the future - Selected Papers*.
- FRANCESCANGELI R., GARUCCIO A., MONTENEGRO V., (2019), *Reti per la valorizzazione del patrimonio culturale: il modello del Sistema Museale dell'Ateneo barese*, in *Museologia scientifica memorie*, n. 19, 50- 56.
- GIANNOCCARO R. A., POSCA, C., PARISI R., TARSITANO E., (2020), *Rigenerazione urbana sostenibile e innovazione sociale in un Parco Naturale 'Metropolitano'*, in *Working papers. Rivista online di Urban@it*, n.2.
- LO PRESTI L., MARINO V., (2020), *Il Public Engagement Universitario. Dimensioni, approcci e best practices*, G. Giappichelli Editore.
- MANNINO F., (2016), *Musei e collezioni universitarie come welfare cognitivo. Il Giornale delle Fondazioni*, 15.
- MARINO V, LO PRESTI L., (2017), *Comunicazione digitale e public engagement. Nuovi approcci strategici per le istituzioni universitarie*, in *Sinergie*, vol. 35, n. 103.
- MARTINO V., (2016), *Musei e collezioni del patrimonio universitario. Indagine su un sistema culturale diffuso*, in *Museologia scientifica nuova serie*, 10: 42-55.

- MARTINO V., (2018), *Terza Missione e cultura delle università. Note per una sociologia del patrimonio accademico*, in *Rivista Trimestrale di Scienza dell'Amministrazione Studi di teoria e ricerca sociale*, n. 1.
- MEYER, M, & SCHACHERMAYER-SPORN, B., (2018), *Leaving the Ivory Tower: Universities Third Mission and the Search for Legitimacy*, 13(2), 41-60.
- MOZZONI I., FANELLI S., DONELLI C. C., (2018), *Italian university collections: managing the artistic heritage of the university's ivory tower*, in *ENCTAC Journal of Cultural Management & Policy*, Vol. 8, Issue 1, 33.
- NAPOLITANO M. R., (2020), *L'università come catalizzatore di relazioni per la valorizzazione del capitale territoriale*, in *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, Supplementi 11, 143-156.
- PALETTA A., SIBONI B., BONOLI A., TOSCHI T. G, (2018), *La sostenibilità come strategia di sviluppo degli atenei: il caso dell'Università di Bologna*, in *Impresa Progetto, Electronic Journal of Management*, n.1.
- PIAZZA R., RIZZARI S., (2019), *Dare un senso alla Terza Missione: politiche e strategie delle Università per facilitare l'integrazione dei rifugiati e dei migranti*, in *Lifelong Lifewide Learning*, vol. 15, n. 33, 1-8.
- PIAZZINI T., (2021), *L'open access oltre l'emergenza Covid- 19 nelle Università Italiane*, in *Bibelot: notizie dalle biblioteche toscane*, 26(3).
- PRIVITERA D., *L'Università e la terza missione. Riflessioni sulla community engagement*, in *AGEI- Geotema*, 57, 169- 174.
- ROESSLER I., DUONG S., HACHMEISTER C.D., (2015), *Teaching, Research and more?! Achievements of Universities of applied sciences with regard to the society: Third mission at UAS*, in *CHE Working Paper*, n. 183.

- ROMAGNOSI S., (2016), *Produzione e gestione di beni culturali nella valutazione Anvur della terza missione*, in *Museologia scientifica nuova serie*, 10:25-32.
- SABBA F., (2019), *Terza Missione, Comunicazione, e Biblioteche accademiche*, in *Bibliothecae.it* 8, 2, 221-254.
- SANTAGATI F. M. C., (2017), *I musei e la valutazione ANVUR della terza missione universitaria: un potenziale ancora inespresso*, in *Il Capitale Culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, n. 16, 380- 383.
- SCUDERI I., (2020), *Horizon 2020 Viaggio nel mondo dell'open access*, Horizon 2020 Open Access to Scientific Publications.
- SIGNORE G. M., (2020), *Musei universitari e accessibilità: come comunicare la ricerca e fare inclusione*, in *Museologia scientifica memorie*, n. 21, 180- 185.
- SOBRERO M., SPIGARELLI F., (2015), *La valutazione e gli indicatori di terza missione. Osservatorio Fondazione CRUI Università–Impresa, Gruppo di lavoro*, (4), 1-15.
- TRIGILIA C., (2005), *Sviluppo locale. Un progetto per l'Italia*, in *Il capitale culturale. Studies on the Value of Cultural Heritage*, 149.
- URICCHIO F. A., (2014), *L'emergenza ambientale a Taranto: le risposte del mondo scientifico e le attività del polo "Magna Grecia"*, DJSGE Collana del Dipartimento Jonico in "Sistemi Giuridici ed Economici del Mediterraneo: società, ambiente, culture", Cacucci Editore.
- VISCHI A., (2018), *Terza missione dell'università tra Alta formazione e società dei diseguali. Alcune questioni critiche*, in *Pedagogia più Didattica*, vol. IV, n.1, 2.

Sitografia

- <https://www.treccani.it/>
- <https://www.paolofusero.it/didattica-ricerca-terza-missione/>
- http://giuseppepirlo.com/?page_id=88
- <http://www.apenetwork.it/it/rete>
- <https://www.anvur.it/attachments/article/26/Manuale%20valutazione%20terza~.pdf>

Oterza~.pdf

- <https://www.uniba.it/ateneo/presidio-qualita/ava/sua-rd14/19.2.2014-LE-ABonaccorsi.pdf>

LE-ABonaccorsi.pdf

- <https://www.rinascitadigitale.it/crowdfunding/>
- <https://altis.unicatt.it/altis-homepage-public-management>
- <http://giuseppepirlo.com/>
- <http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/article/view/1676>
- https://www.francoangeli.it/riviste/Scheda_rivista.aspx?IDArticolo=56117

17

- <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2018.02408/full>
- <http://www.ricerca.unimore.it/site/home/terza-missione/documenti-utili/fonti-normative-e-documenti-anvur.html>
- https://scholar.google.com/scholar?hl=it&as_sdt=0%2C5&q=il+public+engagement+universitario&btnG
- <https://www.crui.it/archivio-notizie/nasce-apenet.html#:~:text=Il%202016%20marzo%202018%20nella,organizzato%20in%20collaborazione%20con%20ANVUR.>
- <https://www.univrmagazine.it/2018/04/04/nasce-apenet-rete-nazionale-di-atenei-ed-enti-di-ricerca-per-il-public-engagement/>
- <https://keanet.eu/wp-content/uploads/2019/09/studynew.pdf>
- <https://www.youtube.com/watch?v=8-mCoaUUeoM&t=442s>
- <https://tribes.hypotheses.org/368>

- <http://musei.beniculturali.it/wp-content/uploads/2016/01/Convenzione-di-Faro.pdf>
- <https://www.youtube.com/watch?v=8-mCoaUUeoM&t=442s>
- <https://www.fondoambiente.it/news/convezione-di-faro-patrimonio-culturale>
- http://www.apenetwork.it/application/files/8415/2181/2232/Presentazione_APEnet_1.pdf
- <https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/en/h2020-section/public-engagement-responsible-research-and-innovation#:~:text=Public%20engagement%20also%20creates%20the,the%20research%20and%20innovation%20process>.
- <https://www.publicengagement.ac.uk/about-engagement/what-public-engagement>
- file:///C:/Users/utente/Downloads/horizon_2020_-_public_engagement_and_responsible_research_and_innovation_-_2020-12-07.pdf
- <https://www.uniba.it/amministrazione-trasparente/performance/piano-performance/documento-di-programmazione-integrata-2020-2022/documento-di-programmazione-integrata-2020.pdf>
- <https://www.uniba.it/amministrazione-trasparente/performance/sistema-di-misurazione-e-valutazione-della-performance>
- https://www.uniba.it/ateneo/presidio-qualita/ava/sua-rd14/NoteperlacompilazioneSUA_RDIIImissione20150416.pdf
- <https://performance.gov.it/performance/relazioni-performance/documento/1120>
- <https://www.researchgate.net/publication/300001662> Strumenti di comunicazione digitale e public engagement Il caso delle universita europee

- <https://www.giappichelli.it/media/catalog/product/excerpt/9788892134720.pdf>
- https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2018/09/Ferrara_21-marzo-18.pdf
- <https://www.anvur.it/>
- <https://www.uniba.it/ateneo/archivio-generale/attivita-e-progetti/convegni>
- <https://bibliothecae.unibo.it/article/view/10368/10392>
- <http://2017.csreinnovazionesociale.it/index.php/programma/4-ottobre/item/1174-community-engagement-coinvolgere-la-comunita-e-il-territorio>
- https://cdn.csu.edu.au/data/assets/pdf_file/0010/3193327/carnegie-classification-framework.pdf
- <file:///C:/Users/asus/Downloads/DOUKUNIVERSITIES.pdf>
- <https://www.altalex.com/documents/news/2020/03/18/importanza-digitale-tempi-coronavirus>
- <https://www.urban.org/sites/default/files/publication/102820/community-engagement-during-the-covid-19-pandemic-and-beyond.pdf>
- <https://www.google.com/search?q=la+comunicazione+digitale+ai+tempi+del+coronavirus&oq=la+comunicazione+digita&aqs=chrome.4.69i57j0j69i60j0l4j46.14961j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- <https://www.unimi.it/sites/default/files/2020-09/Il%20processo%20di%20monitoraggio%20della%20TM%20-%202020.pdf>
- <https://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/scienze-politiche/ricerca-e-terza-missione/public-engagement/iniziativa-eventi>
- <https://www.uniba.it/dati-di-monitoraggio/portale-uniba/monitoraggio-2020>
- https://www.unitonews.it/index.php/it/news_detail/la-didattica-distanza-durante-lemergenza-covid-19-torino-e-le-universita-italiane-confronto

- <https://it.semrush.com/blog/comunicazione-eventi-prima-dopo-durante-coronavirus/>
- <http://piemonteautonomie.cr.piemonte.it/cms/index.php/il-ruolo-delle-universita-durante-la-pandemia>
- <https://www.unipegaso.it/website/convegni-e-seminari>
- <https://www.impreseaperte.polito.it/>
- <https://www.impreseaperte.polito.it/content/download/303/1470/file/riapertura%20eventi%20rev%2011 IMP.pdf>
- <https://access.torrossa.com/it/catalog/readonline/4733425>
- <https://riviste.aib.it/index.php/bibelot/article/viewFile/12495/11745>
- <http://riviste.unimc.it/index.php/cap-cult/article/view/2535/1734>
- <http://www.ateneapoli.it/news/federico-ii/il-ministro-gaetano-manfredi-finita-1226128153epidemia-un226128153illusione-immaginare-226128156di-riavvolgere-il-nastro226128157>
- https://iris.unito.it/retrieve/handle/2318/1668031/413304/261-99Z_Book%20Manuscript-1210-1-10-20171128-1.pdf
- https://www.uniss.it/sites/default/files/01_demuro.pdf
- <https://www.uniss.it/node/7674>
- http://www.rtsa.eu/RTSA_1_2018_Martino.pdf
- http://www.apenetwork.it/download_file/view_inline/107
- https://www.unipr.it/sites/default/files/allegatiparagrafo/30-11-2020/linee_guida_public_engagement.pdf
- https://www.unisi.it/sites/default/files/Public_Engagement_Relazione%202018%20%281%29.pdf
- https://www.unimi.it/sites/default/files/regolamenti/Linee_Guida_Rilevazione_TM.pdf
- <https://www.unifg.it/terza-missione/terza-missione-di-natura-socio-culturale/public-engagement>
- <https://www.anvur.it/attivita/temi/>

- <https://www.anvur.it/attivita/ava/indicatori-di-monitoraggio-autovalutazione-e-valutazione-periodica/>
- <https://www.anvur.it/attivita/ava/>
- <https://iris.unimore.it/retrieve/handle/11380/1154864/184247/Corradini%20E.%20%282016%29%20La%20Rete%20dei%20Musei%20Universitari.pdf>
- <http://www.anms.it/upload/rivistefiles/4234e99db4ddc79bc9052910f71bd1c2.pdf>
- https://www.researchgate.net/publication/338712242_Reti_per_la_valorizzazione_del_patrimonio_culturale_il_modello_del_Sistema_Museale_dell'Ateneo_barese
- <http://www.anms.it/upload/rivistefiles/f99fc5c965dc1f4cccd8a05a55396d61.pdf>
- <https://www.anvur.it/faq/faq-ava/sua-rd/parte-iii-terza-missione/5-patrimonio-culturale/>
- <http://ieg-ego.eu/en/threads/crossroads/knowledge-spaces/cornelia-weber-university-collections>
- <https://iris.unimore.it/handle/11380/666445#.YCECsYZKh0t>
- https://ec.europa.eu/programmes/horizon2020/sites/horizon2020/files/H2020_IT_KI0213413ITN.pdf
- <https://www.lidentitadiclio.com/horizon-2020-open-access/>
- <https://www.lidentitadiclio.com/europa-horizon-2020/>
- <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/b01a0d0a-2a4f-4de0-88f7-85bf2dc6e004>
- <https://www.universeum-network.eu/>
- https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2018/11/SUA-TM_Lineeguida.pdf
- https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2018/11/LG-per-la-compilazione-SUA-RD-3M-2014_con-intro.pdf

- <http://attiministeriali.miur.it/anno-2015/giugno/dm-27062015.aspx>
- <https://www.anvur.it/anvur/principi/>
- https://www.anvur.it/rapporto-2016/static/TerzaMissione_Iper testo.htm
- <http://www.anvur.it/attachments/article/882/Produzione%20e%20gestione%20di%20~.pdf>
- <https://link.springer.com/article/10.1007/s10734-020-00624-0>
- <https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2020/12/Programma-delle-attivita-2021-2023-ANVUR.pdf>
- <https://asvis.it/notizie/2-9019/universita-e-ricerca-lagenda-2030-tra-i-criteri-di-valutazione-dei-casi-studio#>
- <https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2021/02/Modalita-conferimento-dei-casi-studio.pdf>
- <https://sma.unibo.it/it/agenda/la-terza-missione-e-il-patrimonio-culturale-tavola-rotonda>
- <https://www.anvur.it/wp-content/uploads/2015/10/7.1.Programma%20workshop%20~.pdf>
- <https://www.anvur.it/attivita/temi/eventi-e-presentazioni/>
- https://scholar.google.com/scholar?hl=it&as_sdt=0%2C5&q=iniziative+culturali+universit%C3%A0+degli+studi+di+bari&btnG=
- <https://asvis.it/notizie/929-8347/misurare-la-cultura-e-possibile-ma-bisogna-cambiare-prospettiva>
- <https://www.cnos-fap.it/sites/default/files/pubblicazioni/Dalla%20Strategia%20di%20Lisbona%20a%20Europa%202020.pdf>
- <https://www.miur.gov.it/processo-di-bologna>
- <https://www.cruil.it/documenti-cruil/strategia-di-lisbona.html>
- https://reterus.it/public/files/GdL/Educazione/2020_12_18_RUS-gdl-educazione.pdf

- https://reterus.it/public/files/Eventi/Convegna_RUS/PositionPaper_Tav4A.pdf
- <https://reterus.it/cosa-sono-i-gdl/>
- <https://science.sciencemag.org/content/349/6252/1048.full>
- https://unige.it/sites/contenuti.unige.it/files/documents/2020_ACCORDO_RUS_504_2020.pdf
- <https://www.anvur.it/>
- <https://www.uniba.it/ateneo/programmazione-bilanci/didattica-di-ateneo-analisi-programmazione-e-prospettive>
- http://www.biologia.uniba.it/clbiologia/NO/LMBA/curricula/Tursi%20Angelo_PO-BIO%2007.pdf
- https://www.esteri.it/mae/resource/doc/2020/10/catalogo_eventi_fss_2020_final.pdf
- <https://www.uniba.it/centri/centro-esperienza-di-educazione-ambientale-ceea>
- <https://www.uniba.it/amministrazione-trasparente/organizzazione/organi-indirizzo-politico-amministrativo/rettore>
- <https://www.minambiente.it/pagina/il-sistema-nazionale-infea>
- <http://annali.unife.it/adfd/article/view/2293>
- https://www.urbanit.it/wp-content/uploads/2020/10/BP_Giannocaro_Et_al.pdf
- https://asvis.it/public/asvis/files/Agenda_Urbana_2019_1_.pdf
- <https://www.fondazioneinnovazioneurbana.it/45-uncategorised/2590-i-progetti-di-urban-bo-piattaforma-di-condivisione-della-conoscenza-sulle-politiche-urbane>
- https://festivalsvilupposostenibile.it/public/asvis/files/Festival_2020/materiali_eventi_calendario/Report_Eventi_Uniba_Festival_SS_2020.pdf

- <https://festivalsvilupposostenibile.it/2020/cal/198/taranto-2030-ecosistema-taranto-strategia-di-transizione-economica-ecologica-ed-energetica#.X3ND62>
- <https://festivalsvilupposostenibile.it/2020/il-festival-dello-sviluppo-sostenibile-ai-tempi-della-pandemia-scopri-i-risultati/>
- <https://www.comune.bari.it/web/ambiente-verde-energia-e-impianti/consulta-comunale-per-l-ambiente>
- <https://festivalsvilupposostenibile.it/2018/cal/340/festival-urbano-dello-sviluppo-sostenibile-gli-obiettivi-dellagenda-2030-citta-metropolitana-di-bari#.YDOhBpKh0s>
- https://www.urbanit.it/wp-content/uploads/2020/10/BP_DOnghia.pdf
- <https://www.uniba.it/centri/centro-innovazione-e-creativita-innovation-creativity-center/statuto>
- https://asvis.it/public/asvis2/files/Eventi_ASviS/BROCHURE_PECCEI_17_1_20-2.pdf
- <https://www.uniba.it/elenco-siti-tematici/unidea-unimpresa/cultura-dimpresa/startup-intervista-referenti-balab>
- <https://www.garr.it/it/chi-siamo/documenti/selected-papers/selected-papers-conferenza-2019/4955-selected-papers-conferenza-2019-10-degennaio/file>
- <https://www.uniba.it/eventi-alluniversita/2018/unibaplasticfree-percorso-da-costruire>
- <https://www.uniba.it/ateneo/rettorato/ufficio-stampa/comunicati-stampa/2019/una-ghirba-per-lambiente>
- <https://www.uniba.it/ricerca/dipartimenti/bioscienze-biotecnologie/terza-missione/notte-europea-dei-ricercatori-2020-1?searchterm=notte+europea+dei+ricercatori+2020>
- <https://www.nexteconomia.org/buone-pratiche-per-la-sostenibilita/>
- <https://asvis.it/>

- <https://www.ambienteambienti.com/uniba-plastic-free-uniba-scende-in-campo-contro-la-plastica/>
- https://bari.repubblica.it/cronaca/2020/12/16/news/universita_la_aldo_moro_di_bari_tra_le_prime_dieci_in_italia-278603147/?fbclid=IwAR39kotEUMjfa1FInIjnb3VHmH87u40rIFyZByIoW19%20vw.pdf
- <file:///C:/Users/asus/Downloads/Relazione%20Green%20Metric%202019%20vw.pdf>
- <https://www.uniba.it/ateneo/rettorato/ufficio-stampa/comunicati-stampa/anno-2020/greenmetric-world-university-ranking-2020-uniba-nella-top-10-delle-universita-italiane#:~:text=Nella%20classifica%20mondiale%20GreenMetric%20World,alcuni%20degli%20Obiettivi%20Strategici%20a>
- <https://www.casauniba.net/single-post/2019/10/01/Una-Ghirba-per-lAmbiente-in-regalo-alle-matricole-e-studenti>
- <https://www.baritoday.it/attualita/dipartimento-economia-uniba-plastic-free.html>
- <https://www.comune.bari.it/web/ambiente-verde-energia-e-impianti/ecofacilitatori>
- <https://festivalsvilupposostenibile.it/2020/home/584-3704/i-risultati-della-grande-mobilitazione-italiana-per-la-sostenibilita#>
- <https://asvis.it/home/10-9082/draghi-questo-governo-conferma-limpegno-a-inserire-lo-sviluppo-sostenibile-in-costituzione>
- <https://www.laricercaviendinotte.it/>
- <http://www.ern-apulia.it/>
- <https://www.igsitalia.org/magazzino-igs/centro-interuniversitario/102-nasce-il-centro-interuniversitario-per-gli-studi-gramsciani>
- <https://www.bonculture.it/news-comunicati/lea-durante-alla-direzione-del-centro-interuniversitario-di-ricerca-per-gli-studi-gramsciani/>

- <https://asvis.it/archivio-notizie-alleanza/1276-6982/visita-futura-network-per-capire-come-scegliere-il-futuro->
- <http://www.puglialetteraria.it/centri-di-ricerca.php>



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI BARI
ALDO MORO

DIPARTIMENTO DI ECONOMIA, MANAGEMENT E
DIRITTO DELL'IMPRESA



TESI DI LAUREA MAGISTRALE
IN
MANAGEMENT DELLE AZIENDE E DEGLI EVENTI
TURISTICI E CULTURALI

**EVENTI PER IL PUBLIC ENGAGEMENT: IMPATTI E POTENZIALITÀ.
IL CASO UNIBA**

ANNO ACCADEMICO 2019-2020

Relatore
Ch.mo Prof. Francesco Badia

Laureanda
Maria Matarazzo
695721



Terza Missione

«L'insieme di attività che derivano da ricerca, innovazione e didattica ma non solo, attività che generano un impatto sulla società quindi le due anime della terza missione sono sicuramente, da un lato, tutto ciò che è valorizzazione economica della ricerca attraverso il trasferimento dei risultati agli utilizzatori ma anche tutto ciò che è produzione di beni pubblici di natura sociale e culturale educativa»

- 1) Didattica

- 2) Ricerca

- 3) Terza Missione





Attività di Terza Missione

Tra gli elementi presi in considerazione:

- attività relative al patrimonio culturale
- continua formazione
- imprese spin-off
- attività in conto terzi
- public engagement



Public Engagement

L'insieme di attività senza scopo di lucro, con valore culturale, educativo e di sviluppo della società.

L'attività e i benefici dell'istruzione superiore e della ricerca possono essere comunicati e condivisi con il pubblico in numerosi modi:

- partecipazioni dello staff docente a trasmissioni radiotelevisive a livello nazionale o internazionale
- partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.)
- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day)
- organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
- iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio

Nascita Rete APEnet

L'APEnet nasce per sostenere Atenei ed Enti di Ricerca nella condivisione di programmi, obiettivi ed azioni comuni che fanno riferimento a un concetto di Public Engagement, come azione istituzionale diretta a generare crescita sociale e culturale.

Tra gli obiettivi della rete:

- **contribuire**, in collaborazione con i diversi attori istituzionali del sistema italiano della ricerca (MIUR, CUN, CRUI, ANVUR, ...), alla valorizzazione e valutazione delle iniziative di PE
- **sensibilizzare**, formare e aggiornare il personale (di ricerca e tecnico amministrativo) degli Atenei e degli Enti di ricerca
- **condividere e promuovere** best practices nazionali e internazionali
- **sviluppare** una piattaforma comune e condivisa per la promozione, il monitoraggio e la valutazione delle iniziative di PE
- **promuovere** e sviluppare la presenza del PE all'interno dei programmi universitari
- **favorire** la ricerca sui temi del PE



Iniziative sostenibili e divulgative di Ateneo

L'Università degli Studi di Bari Aldo Moro attua corpose iniziative di public engagement in ottica di Terza Missione



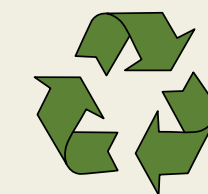
ADESIONE ALLA RUS

- **armonizzare** le attività istituzionali e migliorare la gestione degli aspetti ambientali e sociali degli aderenti
- **creare** una community capace di sviluppare, disseminare, trasferire,
- **adattare** best practices nazionali e internazionali
- **formare e aggiornare** i temi dello sviluppo sostenibile per il personale di tutti gli Atenei italiani
- **sviluppare** iniziative di sensibilizzazione e promozione

CEA4S

ISTITUZIONE CENTRO DI ECCELLENZA DI ATENEO PER LA SOSTENIBILITÀ

- attuazione dell'Agenda Metropolitana per lo Sviluppo Sostenibile
- partecipazione a network nazionali e internazionali
- promozione di eventi a carattere internazionale, oltre a progetti per la condivisione di buone pratiche di sostenibilità



PROGETTI GREEN

- Percorsi di co-branding in collaborazione con ASviS e Next
- Uniba Plastic Free
- Classifica Green Metric Ranking
- Adesione al centro Nazionale di Studi per le Politiche Urbane-Urban@it



Eventi per il public engagement

In ottica di Terza Missione, l'Uniba è protagonista di numerose iniziative con diversi livelli di coinvolgimento, diverse tematiche e diversi impatti.

CENTRI DI ATENEO

Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità

Centro di Eccellenza di Ateneo per l'Innovazione e la Creatività

Sistema Museale di Ateneo

Centro Interuniversitario di Ricerca per gli Studi Gramsciani

Centro Interuniversitario di Ricerca per l'Analisi del Territorio

ATTIVITÀ

promozione della cultura della sostenibilità, dei suoi temi e delle sue questioni, all'interno dell'Ateneo

coordinamento di tutte le iniziative in ambito di creatività ed innovazione

coordinamento delle attività dei musei, delle Collezioni, degli orti botanici e degli acquari che costituiscono il proprio patrimonio

elaborazione di un metodo di ricerca e di approccio che avvicini anche i giovani e che consenta l'incontro di Gramsci con un'altra generazione di lettori

percorsi articolati con varie metodologie didattiche in cui ogni partecipante ha l'opportunità di approfondire e sperimentare letture e interpretazioni sul rapporto città-campagna nelle sue molteplici forme

OBIETTIVI

- favorire il dialogo tra Università e territorio circa le questioni dello sviluppo sostenibile e contribuire alla definizione dell'Agenda Urbana e Metropolitana e al raggiungimento dei Sustainable Development Goals
- promuovere migliori pratiche di innovazione collaborativa, per il trasferimento di conoscenza, valorizzazione della ricerca, percorsi di formazione e imprenditorialità, internazionalizzazione, promozione di politiche attive del lavoro, terza missione
- garantire la salvaguardia e la corretta conservazione e valorizzazione dell'importante patrimonio culturale
- promuovere, sviluppare, diffondere a livello universitario nazionale e internazionale studi storici e sociali ispirati al pensiero di Antonio Gramsci
- promuovere, sostenere, coordinare e realizzare progetti di ricerca sul territorio confrontando il passato con il presente



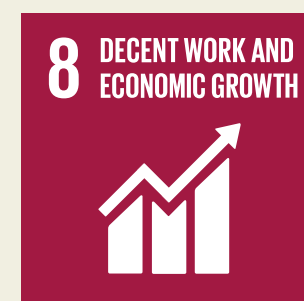
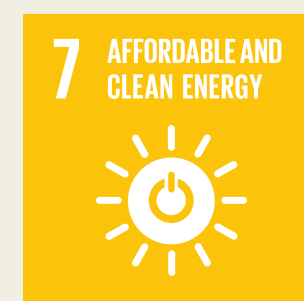
Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità

"Sostenibilità: è ora di agire!"

Festival dello Sviluppo Sostenibile



THE GLOBAL GOALS



Il Festival dello Sviluppo Sostenibile è la più grande iniziativa italiana per sensibilizzare e mobilitare cittadini, imprese, associazioni e istituzioni sui temi della sostenibilità economica, sociale e ambientale, e realizzare un cambiamento culturale e politico che consenta all'Italia di attuare l'Agenda 2030 dell'Onu e i 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile.

La città di Bari prende parte a questa manifestazione, per 17 giorni tanti quanti sono gli obiettivi dell'Agenda 2030 mediante seminari, workshop, conferenze, flashmob, rassegne cinematografiche e spettacoli.

Centro di Eccellenza di Ateneo per l'Innovazione e la Creatività

"Usciam a ricercar le stelle"

Notte dei Ricercatori

La Notte dei Ricercatori è un'iniziativa promossa dalla Commissione Europea fin dal 2005 che coinvolge ogni anno migliaia di ricercatori e istituzioni di ricerca in tutti i paesi europei.

L'obiettivo è di creare occasioni di incontro tra ricercatori e cittadini per diffondere la cultura scientifica e la conoscenza delle professioni della ricerca in un contesto informale e stimolante.

Notte europea dei ricercatori

ER

2020 N

APULIA

usciam a ricercar le stelle

f t i y

Logo of the European Union

Logo of the Italian Government

Logo of the University of Salento

Logo of the University of Bari Aldo Moro

Logo of the Polytechnic of Bari

Logo of the University of Foggia

Logo of the Consiglio Nazionale delle Ricerche

Logo of INFN

Logo of ENEA

Logo of IIT

Logo of the Istituto Italiano di Tecnologia

Logo of L.R.C.S.S. "S. de Bellis"

Logo of MARTA Museo Archeologico Nazionale di Taranto

Logo of CMCC





Sistema Museale di Ateneo

Inaugurazione Museo Bernando Terio

A partire dal 2017 il SIMA, in accordo col Consiglio Scientifico del Museo Bernando Terio, ha riconosciuto la necessità di garantire la salvaguardia e la corretta conservazione e valorizzazione dell'importante patrimonio naturalistico del Museo. In vista dell'apertura al pubblico del Museo prevista per il 18 novembre 2019, in occasione della Giornata Europea dei Musei Universitari, si è provveduto ad una riorganizzazione dell'esposizione dei reperti, organizzazione di supporti alla visita e gestione della visita guidata.

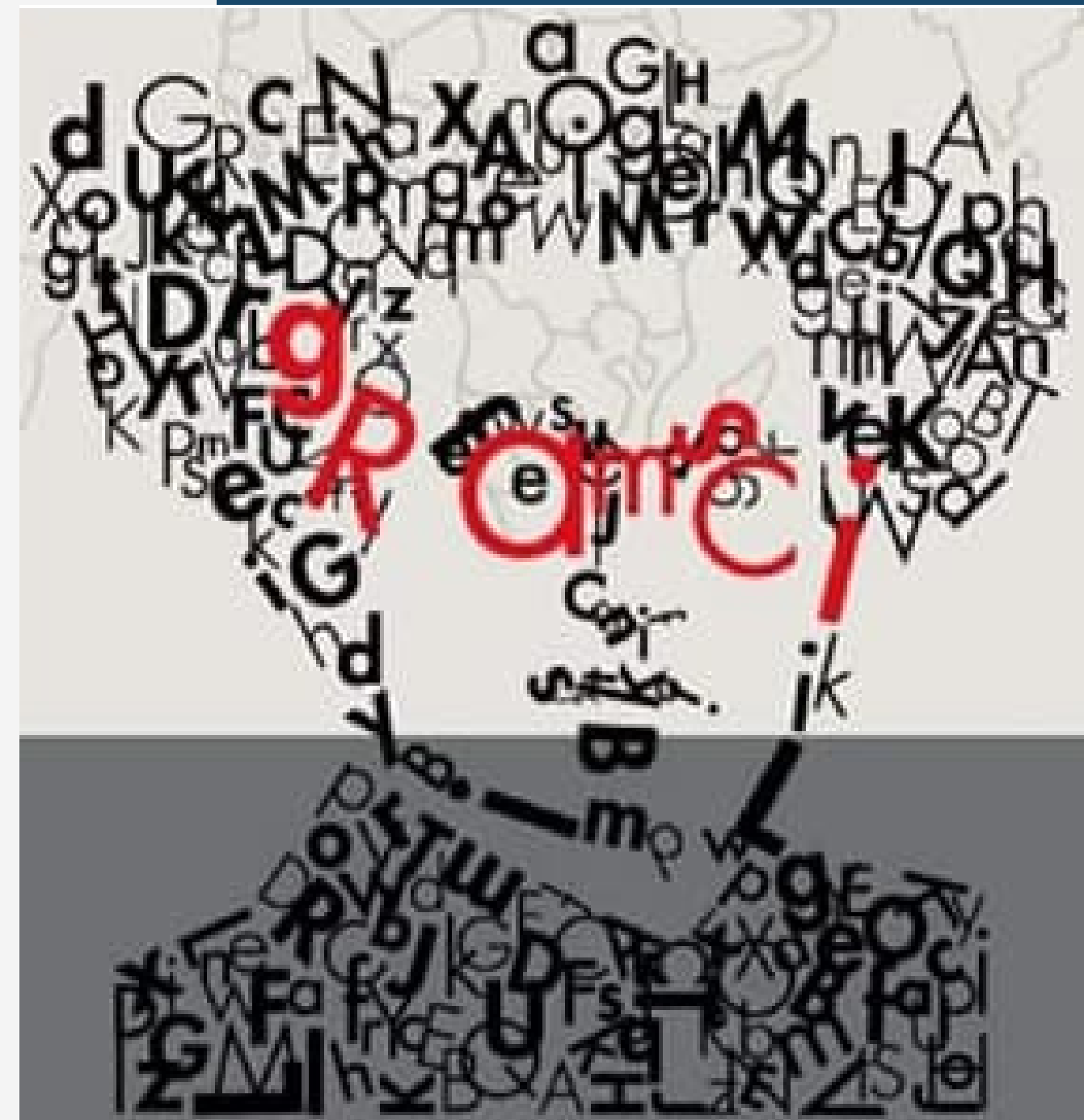


Centro Interuniversitario di Ricerca per gli Studi Gramsciani

"Con le lenti di Gramsci"

Dibattito sulla didattica della storia contemporanea, in riferimento a Gramsci e rivolto a docenti, insieme a tutta la cittadinanza.

Sono state contattate e coinvolte diverse scuole che hanno partecipato ad un lavoro preparatorio di oltre un mese, i cui docenti avevano precedentemente partecipato ad attività del Centro e della Fondazione, come i due convegni su Gramsci organizzati nel 2017.



Centro Interuniversitario di Ricerca per l'Analisi del Territorio (CRIAT)



XII Edizione della Scuola di Paesaggio «Emilio Sereni» - Storia del paesaggio agrario italiano

Il tema del paesaggio nel rapporto città-campagna. La Scuola di Paesaggio intitolata a Emilio Sereni, importante storico del paesaggio agrario italiano è una delle più consolidate esperienze formative sui temi paesaggistici. La scuola costituisce una creativa occasione d'incontro fra università, scuola e governo del territorio.

La XII edizione della Scuola «Emilio Sereni» propone un percorso articolato con varie metodologie didattiche in cui ogni partecipante avrà l'opportunità di approfondire e sperimentare letture e interpretazioni sul rapporto città-campagna nelle sue molteplici forme, arricchendo così il proprio profilo culturale, scientifico e professionale.



Ipotesi di valutazione e monitoraggio (1)

Goals Agenda 2030

Il Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità attraverso le sue attività di public engagement ha ipotizzato il raggiungimento di suddetti Obiettivi dell'Agenda 2030.



2030



Ipotesi di valutazione e monitoraggio (2)

Valorizzazione e rivitalizzazione territori

Il Centro di Eccellenza di Ateneo per la Sostenibilità mira ad un processo di rinascita dei territori che parte dalla consapevolezza, da parte della popolazione dei singoli comuni, delle caratteristiche del proprio territorio e delle potenzialità che lo stesso offre, dal punto di vista economico, ambientale, culturale e delle tradizioni per il raggiungimento dei Goals.

Le attività del Sistema Museale di Ateneo, si inquadrano nelle iniziative di tutela, valorizzazione e fruizione del patrimonio storico-scientifico e culturale dell'Ateneo barese.

- Parco Naturale Regionale Lama Balice
- Giornate al Museo



Ipotesi di valutazione e monitoraggio (3)



1

**INIZIATIVE DI
CARATTERE
ISTITUZIONALE**

2

**PARTECIPAZIONE ALLA
FORMULAZIONE DI
PROGRAMMI DI PUBBLICO
INTERESSE (POLICY-
MAKING)**

3

**PRODUZIONE DI
PROGRAMMI
RADIOFONICI E
TELEVISIVI**

4

**PARTECIPAZIONE A
PROGETTI DI SVILUPPO
URBANO E
VALORIZZAZIONE DEL
TERRITORIO**

5

**INIZIATIVE DI TUTELA
DELLA SALUTE**

6

**PUBBLICAZIONE E
GESTIONE DI SITI WEB E
ALTRI CANALI SOCIAL**

7

**PUBBLICAZIONI DIGITALI
DEDICATE AL PUBBLICO NON
ACCADEMICO**

8

**PUBBLICAZIONI CARTACEE
DEDICATE AL
PUBBLICO NON ACCADEMICO.**



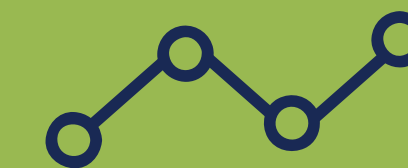
Categorie prevalenti di Public Engagement

In conclusione...

L'Università degli Studi di Bari grazie all'intensa attività dei Centri nel biennio 2019/2020 può affermarsi partecipata, aperta e green, raggiungendo la sua mission.

La diversità dei pubblici coinvolti dimostra come tale Università ritiene fondamentale l'interazione con il tessuto socioculturale del territorio di riferimento.

Inoltre, si evince la centralità degli altri interventi di livello Nazionale e Internazionale, a dimostrazione del fatto che l'Ateneo resta un punto di riferimento non solo per le comunità locali ma anche per stakeholder esterni ad esso.



Risultati raggiunti



130 INIZIATIVE

- ✓ Festival, caffè scientifici e letterari
- ✓ Aperitivi dell'innovazione
Concerti, mostre ed esposizioni
- ✓ Pubblicazioni cartacee e digitali



PUBBLICI COINVOLTI

- ✓ Istituzioni pubbliche
- ✓ Imprese
- ✓ Istituzioni Terzo Settore
- ✓ Studenti scuole
- ✓ Insegnanti
- ✓ Partecipanti Individuali



DIMENSIONE GEOGRAFICA

- Locale
- Regionale
- Nazionale
- Internazionale



**Grazie per
l'attenzione**

**Maria Matarazzo
Matr. 695721**

