



UNIVERSITÀ
di **VERONA**



UNIVR
IL SAPERE A COLORI



PUBLIC ENGAGEMENT

PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE PUBBLICA
DEL PATRIMONIO SCIENTIFICO, ARTISTICO,
CULTURALE E DELLE CONOSCENZE



L'UNIVERSITÀ E LA CITTÀ

UNA STORIA CHE PARTE DA LONTANO

Il rapporto tra Università e città ha una storia lunga. La nascita dell'una è legata in Europa allo sviluppo dell'altra. Tra l'anno 1000 e il 1400, quando la città comincia ad autonomizzarsi dai sistemi feudali, l'*Universitas magistrorum et scholarium* segna il suo ingresso all'interno delle emergenti città-stato. Città come Bologna, Oxford o Parigi, nei primi anni dell'XI secolo, costituiscono i primi centri di una nascente urbanizzazione che al commercio di beni e utensili affianca la produzione e la fruizione di idee culturali. Facilitati dalle nuove vie del commercio e del trasporto, nonché da particolari status politici, maestri e studiosi iniziano a spostarsi con relativa facilità fra le varie città di tutto il continente per seguire i più rinomati studi di medicina, diritto e teologia. Le città medievali diventano in questo modo le più ambite mete delle prime *peregrinationes academicorum* in cui *clerici vagantes* ("studenti girovaghi"), incoraggiati dalla grande indipendenza che la città garantisce loro, si ritrovano a inseguire le lezioni e i professori più all'avanguardia.

Dopo alcuni cambiamenti politici e interventi legislativi, la migrazione intellettuale in Europa tra XV e XVI secolo si stabilizza, consegnando alle università una popolazione studentesca più omogenea e meno nomadica. Questa trasformazione certifica il definitivo consolidarsi dell'istituzione accademica all'interno della città. Già dalla fine del Medioevo l'università è una comunità riconosciuta, che condivide della città caratteristiche e destino: come la città, anche l'università si dota di cariche amministrative e di governo; similmente alle istituzioni politiche, l'università gode di una relativa sovranità politica e finanziaria, usufruendo poi di spazi propri, autonomamente gestiti. Soprattutto l'università, come la città, diventa il luogo rifugio per tutti quegli esuli che non hanno una comunità. Proprio su questa paradossale autonomia – tuttavia sempre interna al progetto cittadino – l'università fonda la sua "cittadella del sapere": indipendente ma allo stesso tempo intimamente connessa allo sviluppo della città.

Sebbene la storia dell'Università di Verona sia più recente, le sue sfide restano legate alla stessa antica storia che intreccia sviluppo dell'università e futuro della città, vivacità intellettuale e apertura delle istituzioni comunali, qualità della ricerca e costruzione di uno spazio di ragionamento sui temi che la ricerca universitaria offre.

È per questo che l'**Università di Verona ha fortemente a cuore il *Public Engagement* (PE)**: per valorizzare l'impegno e il ruolo pubblico e civico che l'Università intende offrire alla città di Verona e al suo territorio.

PUBLIC ENGAGEMENT

DEFINIZIONE - VISIONE

INTERLOCUTORI - VALORI

DEFINIZIONE

In senso ampio, il *Public Engagement* include l'insieme di attività, senza scopo di lucro con valore educativo, culturale e di sviluppo della società svolte a beneficio di pubblici non accademici. Il *Public Engagement* da alcuni anni è, inoltre, inserito a pieno titolo come attività rilevabile dalla Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR) e concorre alla valutazione delle più ampie attività di Terza Missione di un ateneo.

VISIONE

La **finalità** principale del *Public Engagement* è quella di stabilire un efficace e proficuo collegamento tra la ricerca scientifica dei dipartimenti (progetti, processi, risultati, persone) e le attività di disseminazione e divulgazione tra i non esperti.

Lo **spirito** con cui l'Università di Verona vuole promuovere e valorizzare il PE è quello che, in fondo, anima le nostre pur differenziate attività di ricerca: l'amore per il sapere, per la sperimentazione, per la conoscenza. Diffondere questo spirito (nonché i suoi risultati) in ambito pubblico e civico ha un inestimabile valore umano e sociale.

INTERLOCUTORI

▲ LA CITTADINANZA

▲ **GLI ENTI ISTITUZIONALI** (Comune, Provincia, Regione, Camera di Commercio, Aziende sanitarie, Prefetture e Questure, Autorità garanti e indipendenti) con cui attivare convenzioni, accordi quadro, collaborazioni.

▲ **SOPRINTENDENZE, MUSEI, BIBLIOTECHE E ARCHIVI DEL TERRITORIO** con cui attivare convenzioni, accordi, rapporti di collaborazione finalizzati alla valorizzazione e alla conoscenza dei patrimoni artistici, culturali e paesaggistici, anche attraverso la collaborazione negli scavi archeologici e nella realizzazione di mostre.

▲ **MONDO DELLA SCUOLA** istituti scolastici comunali e provinciali, Ufficio Scolastico Territoriale.

▲ **ATTORI LOCALI** Associazioni, fondazioni, enti del terzo settore, realtà produttive del territorio, ordini professionali, associazioni rappresentative e di categoria.

Gli interlocutori possono essere sia soggetti con i quali collaborare per co-organizzare eventi sia attori che organizzino da soli attività per le quali chiedano partecipazione da parte dell'Ateneo sotto diverse forme. In entrambi i casi il coinvolgimento della nostra Università testimonia la grande attenzione per il *Public Engagement*.

L'Università di Verona, inoltre, aderisce ad APENET, Rete Nazionale degli Atenei e degli Enti di Ricerca per il Public Engagement, un'occasione di confronto, apprendimento e scambio di *best practice* tra atenei italiani.

VALORI

Ogni iniziativa di *Public engagement* e di valorizzazione del patrimonio scientifico, artistico, culturale e delle conoscenze del nostro Ateneo si basa sui valori del rispetto della persona, dell'uguaglianza e della solidarietà.

PUBLIC ENGAGEMENT ORGANIZZAZIONE

L'Ateneo di Verona si è dotato, con la nuova *Governance*, di una delega specifica per il *Public Engagement*, la quale è composta da:

Delegata:

- ▲ Prof.ssa **Olivia Guaraldo** (dipartimento di Scienze Umane)

Co-delegati/e:

- ▲ Prof.ssa **Alessandra Cordiano** (dipartimento di Scienze Giuridiche)
rapporti enti pubblici/istituzionali, associazioni e terzo settore
- ▲ Prof. **Nicola Pasqualicchio** (dipartimento di Culture e Civiltà)
cultura, arte, teatro e musica, rapporti con musei e teatri
- ▲ Prof. **Alberto Scandola** (dipartimento di Culture e Civiltà)
cinema, rapporti con i centri culturali, cineclub, Comune.

La delega al *Public Engagement*, i co-delegati e lo staff Eventi dell'Area Comunicazione, supportano i dipartimenti e i singoli nella progettazione, nel coordinamento e nell'organizzazione delle attività di *Public Engagement*. L'obiettivo che si intende perseguire è dare continuità e regolarità degli eventi, favorendo una programmazione di Ateneo annuale. Inoltre la delega sosterrà i dipartimenti nella progettazione delle attività, accogliendo anche proposte e sollecitazioni dall'esterno.

Ciascun **dipartimento individuerà la propria peculiare linea politica** nel coinvolgimento del pubblico in base alla propria missione e visione, nonché alle competenze distintive. Sarà inoltre importante stimolare e sviluppare progetti di PE di carattere interdipartimentale, finalizzati alla realizzazione di iniziative ed eventi caratterizzati dalla relazione e dal confronto dei saperi.

Sarebbe opportuno, al fine di una maggiore riconoscibilità esterna identificare un **filo conduttore**, un tema di collegamento, un titolo comune, a cui ricondurre la maggior parte delle iniziative proposte di anno in anno, in modo da mettere in evidenza la condivisione e la coerenza della progettualità relativa al PE di ciascun dipartimento.



PUBLIC ENGAGEMENT

QUALI ATTIVITÀ INCLUDE

Si sono immaginati **quattro contenitori tematici** al cui interno potranno essere collocate le diverse iniziative di *Public Engagement* progettate a livello di ateneo, dipartimento, gruppo di ricerca o singolo docente. I quattro contenitori e le relative attività sono:

UNIVR EVENTI

- ▲ concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità

UNIVR DIALOGA

- ▲ scrittura e realizzazione di prodotti divulgativi (pubblicazioni, materiali audiovisivi, programmi radiofonici e televisivi); pubblicazione e gestione di siti web e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica
- ▲ iniziative di valorizzazione e condivisione della ricerca (es. eventi di interazione tra ricercatori e pubblici, dibattiti, festival e caffè scientifici, fiere di scienza, arte o letteratura, consultazioni off e on-line)
- ▲ iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione)

UNIVR EDU

- ▲ attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni, attività laboratoriali, didattica innovativa, *children university*) esclusi i corsi di formazione e aggiornamento rivolti agli insegnanti e le iniziative di alternanza scuola-lavoro
- ▲ iniziative di carattere formativo e divulgativo con ordini professionali e associazioni rappresentative di categoria

UNIVR CIVICA

- ▲ partecipazione a trasmissioni radiotelevisive a livello locale, nazionale o internazionale) rilascio di interviste e scrittura di editoriali per quotidiani, periodici o portali di informazione iniziative di carattere istituzionale, con enti pubblici e privati anche di terzo settore (soprintendenze, musei, biblioteche, archivi, centri culturali) meglio se in presenza di una convenzione o di un accordo quadro
- ▲ progetti di ricerca partecipativa, impiego di metodologie che includono il pubblico, i volontari e la comunità come co-ricercatori, iniziative di coproduzione di conoscenza (*citizen science*)
- ▲ partecipazione a discussione pubblica/dibattito in iniziative di democrazia partecipativa
- ▲ partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio
- ▲ partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (*policymaking*)
- ▲ partecipazione a comitati per la definizione di standard e norme tecniche
- ▲ partecipazione a giurie in competizioni volte a temi di interesse pubblico

L'attività che rientra nel *Public Engagement* risulta, quindi, sfaccettata e comporta un investimento di risorse generali da parte di tutte le componenti dell'Ateneo. L'Università di Verona ritiene importante questo aspetto e attiverà a breve strumenti ulteriori per la mappatura e rilevazione completa delle azioni di *Public Engagement* a livello sia di ateneo sia di dipartimenti, per rispondere anche alle richieste sempre più stringenti di agenzie nazionali come ANVUR. Ciò permetterà in futuro di costruire un archivio di memoria storica di quanto fatto in questi anni. Infine, il monitoraggio e la valutazione nazionale, alla luce della quale si potrà contare sull'acquisizione di sempre più necessarie risorse economiche, saranno azioni su cui investiremo affinché il *Public Engagement* sia sempre più strategico per il nostro Ateneo.