



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

Riesame annuale del piano per l'assicurazione della qualità della terza missione: Public Engagement

Anno di riferimento: 2022

ATENE0

Documenti di contesto	
<i>In questa sezione vengono elencati i documenti di partenza per il riesame.</i>	
Documenti chiave	
Programmazione strategica 2022-24	https://www.unisi.it/sites/default/files/allegatiparagrafo/Programmazione%20triennale%202022_2024_del.400_2021.pdf
Piano integrato di attività e organizzazione 2022-2024	https://www.unisi.it/ateneo/adempimenti/amministrazione-trasparente/performance/piano-della-performance
Documenti di supporto	
Documenti di riesame dei dipartimenti	https://drive.google.com/drive/folders/18ZNnbdD3HzeaBaHRTy-tXrA7v6yLweGA
Relazione PQA sul riesame dei dipartimenti	https://docs.google.com/document/d/12bNCSWkxODtnv9gZ4DRf1OdpYv1EN2DK/edit
Relazione sulle attività di ricerca (2021)	https://www.unisi.it/sites/default/files/allegatiparagrafo/Relazione_2021.pdf

<p>Quadro 1</p>	<p>Monitoraggio della qualità e quantità delle iniziative di Public Engagement messe in atto durante il 2022</p>
<p>Spazio per la compilazione</p>	<p>1. CENSIMENTO INIZIATIVE DI PUBLIC ENGAGEMENT</p> <p>Università e Public Engagement. La condivisione come strumento di perseguimento delle missioni istituzionali.</p> <p>Ogni Università, accanto ai due obiettivi fondamentali della formazione e della ricerca, persegue una terza missione. Opera, cioè, per favorire l'applicazione diretta, la valorizzazione e l'impiego della conoscenza per contribuire allo sviluppo della società, attraverso l'ascolto e il dialogo con tutti i membri della propria comunità e con l'esterno.</p> <p>In quest'ottica, l'Ateneo ha intrapreso un percorso di "Public Engagement" ossia di condivisione di progettualità, formazione e ricerca con la cittadinanza, le imprese e gli altri attori del territorio, in modo che prevalga una logica di partecipazione e scambio reciproco e costante e in modo che i processi di costruzione degli obiettivi e i risultati raggiunti siano collettivi e condivisi.</p> <p>Nell'ambito della terza missione, l'Università promuove ed organizza attività tese a diffondere, favorire e valorizzare la cultura e le esperienze di Public Engagement, ovvero l'insieme delle azioni messe in campo istituzionalmente dall'Ateneo, senza scopo di lucro, con valore educativo, culturale e di sviluppo della società, destinate anche ad un pubblico di non specialisti.</p> <p>Posto quanto sopra la nostra Università, al fine di consolidare un ruolo sempre più determinante per lo sviluppo culturale e sociale di tutte le sue componenti e della cittadinanza in genere, si impegna a sviluppare iniziative che tendano al raggiungimento di questo obiettivo.</p> <p>L'attenzione degli atenei e dell'Agenzia nazionale di valutazione del sistema universitario e della ricerca al Public Engagement.</p> <p>Il 9 Febbraio 2023 si è tenuta presso la CRUI una riunione tesa ad avviare un confronto tra i vari attori coinvolti nel processo di definizione e valutazione della Terza Missione e del Public Engagement. Alla riunione, a cui hanno partecipato i delegati di TM e PE della Università italiane e degli Enti di Ricerca, sono intervenuti il Delegato CRUI alla TM, il Delegato CRUI per la valorizzazione della TM e del trasferimento tecnologico, il Coordinatore Anvur del GEV Terza missione della VQR e la Coordinatrice del Gruppo di lavoro su TM della CRUI. Sono inoltre intervenuti i rappresentanti delle associazioni attive su temi legati al PE, come APEnet, Netval e RSU. Nell'ambito della giornata si è definito il PE come un insieme di conoscenze interconnesse che favoriscono l'interazione e l'ascolto con la dimensione pubblica per la co-creazione di nuova conoscenza. Ci si è interrogati sulla eventualità di individuare una nuova denominazione della Terza Missione, al fine di renderla non più "terza", volontaria, opzionale, ma al</p>

contrario rappresentativa della capacità delle Università di agire nella società attivando processi generativi di miglioramento.

Il bando per la valutazione della qualità della ricerca (VQR 2015-2019) ha ulteriormente posto all'attenzione nazionale le attività di Terza Missione, dando la possibilità alle Università di presentare alla valutazione un numero di casi studio nell'ambito il cui impatto fosse verificabile nel quinquennio di riferimento e che, dal punto di vista numerico, fossero pari alla metà del numero dei propri dipartimenti (approssimato per eccesso nel caso un numero dispari di dipartimenti): l'ateneo senese ha infatti inoltrato 8 casi studio (4 a livello di dipartimento e 4 a livello di ateneo), in settori scientifici differenziati.

La suddetta attività, preceduta dall'emanazione di Linee Guida ANVUR aggiornate per la compilazione della Scheda Unica Annuale Terza Missione-Impatto Sociale ha ulteriormente imposto al sistema italiano dell'università e della ricerca una certa familiarizzazione con definizioni e monitoraggio del proprio "Public Engagement". Di conseguenza la crescente consapevolezza delle istituzioni accademiche sulla Terza Missione rende sempre più necessaria una base informativa, per quanto possibile, completa e solida sul Public Engagement, citato in maniera sempre più esplicita nei documenti di pianificazione strategica di Università ed Enti di Ricerca.

L'esigenza e la sollecitazione verso un monitoraggio delle attività di Public Engagement rispondono quindi a molteplici necessità:

- le iniziative nel settore sono numerose e di varia natura, potenzialmente anche di notevole impatto, ma è purtroppo facile perderne traccia;
- lo spontaneismo va salvaguardato, ma governato e valorizzato, anche superando la personalizzazione delle iniziative;
- la valutazione non può essere limitata ai tempi e alle richieste dell'ANVUR, o in generale delle esigenze di rendicontazione esterna;
- una comunicazione efficace e la 'restituzione' al territorio (atto dovuto, ma strategico) richiedono consapevolezza e solide basi informative;
- l'opportunità di fund raising;
- la gestione strategica e valorizzazione del Public Engagement come elemento caratterizzante e non volontaristico o accessorio della mission universitaria.

Monitorare le attività di Public Engagement risponde dunque all'esigenza di catalogare le diverse iniziative, per dar loro visibilità, per poter definire correttamente piani d'azione istituzionali e per conoscerne l'impatto sulla collettività nel suo complesso: da qui l'esigenza di identificare univocamente le iniziative di Public Engagement, insieme agli strumenti, le risorse e i referenti a livello centrale e di struttura, che operano per supportarle e monitorarle.

L'Università di Siena e APEnet, l'Associazione italiana degli Atenei ed Enti di Ricerca per il Public Engagement

L'Università di Siena sta rafforzando con continuità la propria partnership all'interno della rete nazionale "APEnet" - Atenei e Centri di Ricerca per il Public Engagement, i cui obiettivi e finalità consistono nella diffusione, promozione e valorizzazione della cultura e delle buone pratiche nelle azioni di Public Engagement attraverso la condivisione e il potenziamento delle conoscenze e delle competenze necessarie. Partecipando attivamente ai lavori della rete l'Università di Siena si è posizionata tra gli Atenei di riferimento in termini di contributi effettivi alla corretta implementazione della materia.



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

Nell'aprile 2022 APEnet ha finalizzato un importante processo di trasformazione in Associazione riconosciuta, con un proprio Statuto ed Organi Direttivi: l'Università di Siena, unitamente ad altri 40 Enti tra Atenei, Scuole Superiori e Enti di Ricerca ha assunto il ruolo di Socio fondatore, facendo parte con propri rappresentanti dei gruppi di lavoro su tematiche specifiche attivati nell'ambito della stessa Associazione.

Il contributo principale di APEnet consiste attualmente nella definizione di alcune direttrici fondamentali che concorrono a costruire dei percorsi di sistematizzazione, strutturazione e valorizzazione del public engagement, con l'auspicio che tali attività assumano una crescente rilevanza nella valutazione degli Atenei in Italia. In particolare, si discute sugli aspetti legati a Conoscenza (cosa è il PE, che cosa effettivamente le Università stanno facendo per il PE), Consapevolezza (qual è il ruolo dell'Università nel paese in relazione con gli attori sociali, quali benefici produce il PE), Sviluppo (investimenti, innovazione, processi organizzativi, risorse, modelli di valutazione degli impatti) e Istituzionalizzazione (rendere strutturali le scelte strategiche, integrare il PE nella ricerca e nella didattica, dotarsi di strumenti per valutare l'impegno della strutture e dei singoli e il loro impatto).

L'Università di Siena, anche nell'ottica di porsi sempre più in linea con gli obiettivi e le finalità di APEnet, ha comunque ritenuto opportuno proseguire nell'implementazione di un'importante fase di ricognizione, monitoraggio e censimento delle attività di Public Engagement promosse al proprio interno con la predisposizione di un questionario ad hoc. Tale indagine, avviata per la prima volta al fine di censire le iniziative 2018 è stata riproposta per le annualità 2019 e 2020, con l'obiettivo primario di presentare un quadro riassuntivo delle iniziative di ateneo, facendo emergere attività e progetti spesso sviluppati dai singoli docenti o dai dipartimenti, ma non abitualmente rappresentati nel loro insieme.

Dopo la prima sperimentazione del questionario, messo a punto di concerto con altri Atenei, su piattaforma informatica "Lime Survey", nell'anno 2021 è stata avviata una nuova procedura assistita tramite il ricorso ai Google Forms, con il supporto del personale della Divisione Terza Missione.

Il 2022 ha visto una rilevante evoluzione della suddetta procedura, con un diverso approccio nel suo sviluppo tramite un coordinamento e un ulteriore consolidamento dei rapporti tra la struttura centrale e le strutture decentrate (direttori, delegati e referenti per le attività di terza missione nei dipartimenti) e soprattutto con l'utilizzo di un nuovo tool.

Tenuto conto delle esigenze manifestate, si è pensato di sfruttare le capacità di validazione e integrazione con sorgenti di dati della piattaforma individuata (Asana) per giungere ad una soluzione che integrasse tutti gli elementi in campo (Google form, webex, validazione) al fine di creare in tempo reale e dinamicamente dei fogli con dati autorevoli e controllati da condividere con i dipartimenti e i docenti e che generino i report e le statistiche periodiche necessarie nei vari contesti: si tratta di un interfacciamento con l'esterno di importanza fondamentale, così come l'attività di validazione dei dati inseriti da parte del personale della Divisione Terza Missione.

Gli attori del sistema hanno la possibilità di accedere in tempo reale a tutte le informazioni presenti sulla piattaforma, armonizzate secondo criteri generalmente riconosciuti dalla comunità accademica e valorizzando l'impatto sul territorio, prescindendo da un monitoraggio "statico".

Tale rilevazione, inseritasi nel contesto del sistema di Assicurazione della Qualità, fornisce un importante strumento di supporto all'autovalutazione, all'analisi della coerenza tra obiettivi strategici, strutture e risorse e alla conoscenza del complesso di attività messe in campo, nonché alla valorizzazione di quest'ultime attraverso le rilevazioni periodiche dell'ANVUR, con un potenziale impatto delle stesse anche sul Fondo di Finanziamento Ordinario delle Università.



Il monitoraggio delle attività di Public Engagement 2022

L'indagine sviluppata ha prodotto il censimento di 838 iniziative di Public Engagement nell'anno 2022 (registrate al 24 gennaio 2023). I risultati del censimento vengono analizzati nella presente sezione del documento

Le tipologie di iniziative da censire sono state classificate secondo la tassonomia individuata dall'ultimo Bando VQR, considerando in particolare le seguenti categorie:

- produzione e gestione di beni artistici e culturali (es. poli museali, scavi archeologici, attività musicali, immobili e archivi storici, biblioteche e emeroteche storiche, teatri e impianti sportivi);
- sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute (es. trial clinici, studi su dispositivi medici, studi non interventistici, biobanche, empowerment dei pazienti, cliniche veterinarie, giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione);
- formazione permanente e didattica aperta (es. corsi di formazione continua, Educazione Continua in Medicina, MOOC);
- organizzazione di attività culturali di pubblica utilità (es. concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi aperti alla comunità);
- divulgazione scientifica (es. pubblicazioni dedicate al pubblico non accademico, produzione di programmi radiofonici e televisivi, pubblicazione e gestione di siti web e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica, escluso il sito istituzionale dell'ateneo);
- iniziative di coinvolgimento dei cittadini nella ricerca (es. dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line; citizen science; contamination lab);
- attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni ed esperimenti hands-on e altre attività laboratoriali);
- produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione (es. formulazione di programmi di pubblico interesse, partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio e a iniziative di democrazia partecipativa, consensus conferences, citizen panel);
- strumenti innovativi a sostegno dell'Open Science; attività collegate all'Agenda ONU 2030 e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).

La nuova metodologia di rilevazione delle attività di Public Engagement svolte nell'ambito dell'Ateneo senese consente di rappresentare graficamente la percentuale di iniziative sviluppate dalle singole strutture nel corso dell'anno 2022 (Figura 1).

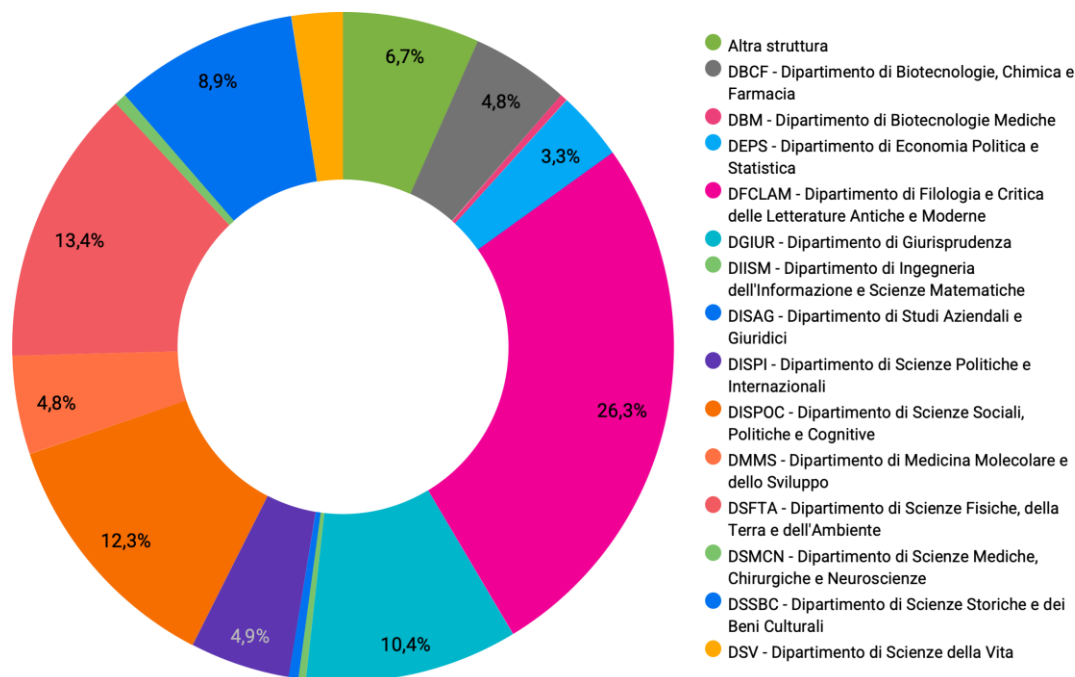


Figura 1. Percentuale delle iniziative per singola struttura nel 2022.

La Figura 2 riporta per ogni dipartimento il dettaglio sul numero di iniziative condotte in autonomia (barra blu) o in collaborazione con altre strutture (barra arancio), che risultano essere 65 per il 2022: i dipartimenti maggiormente coinvolti in attività di collaborazione sono rispettivamente quello di Scienze Sociali, Politiche e Cognitive (17 indicazioni, su un totale di 103) e quello di Scienze Fisiche, della Terra e dell'Ambiente (12 indicazioni, su un totale di 112).

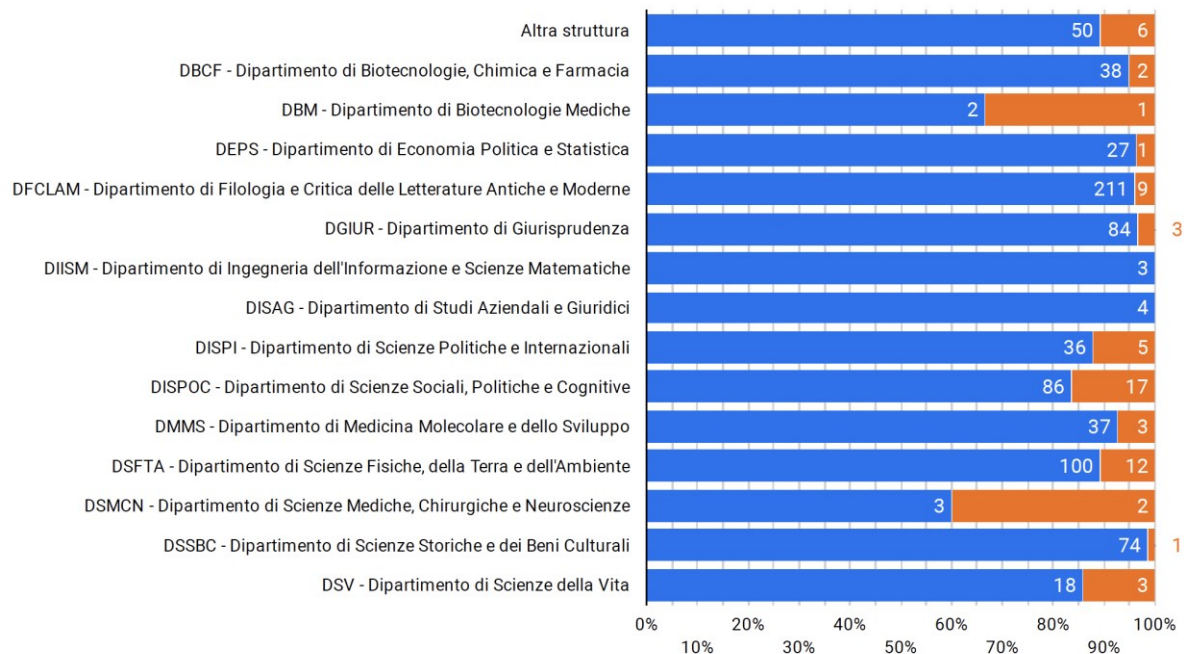


Figura 2. Distribuzione delle iniziative per singola struttura realizzate in modo indipendente o in collaborazione con altre strutture dell'Ateneo nel 2022.

Nella Tabella 1 e nel grafico di Figura 3 viene riportato il dettaglio delle iniziative censite da ciascun dipartimento e dalle strutture dell'Amministrazione centrale che hanno partecipato al monitoraggio nell'ultimo triennio.

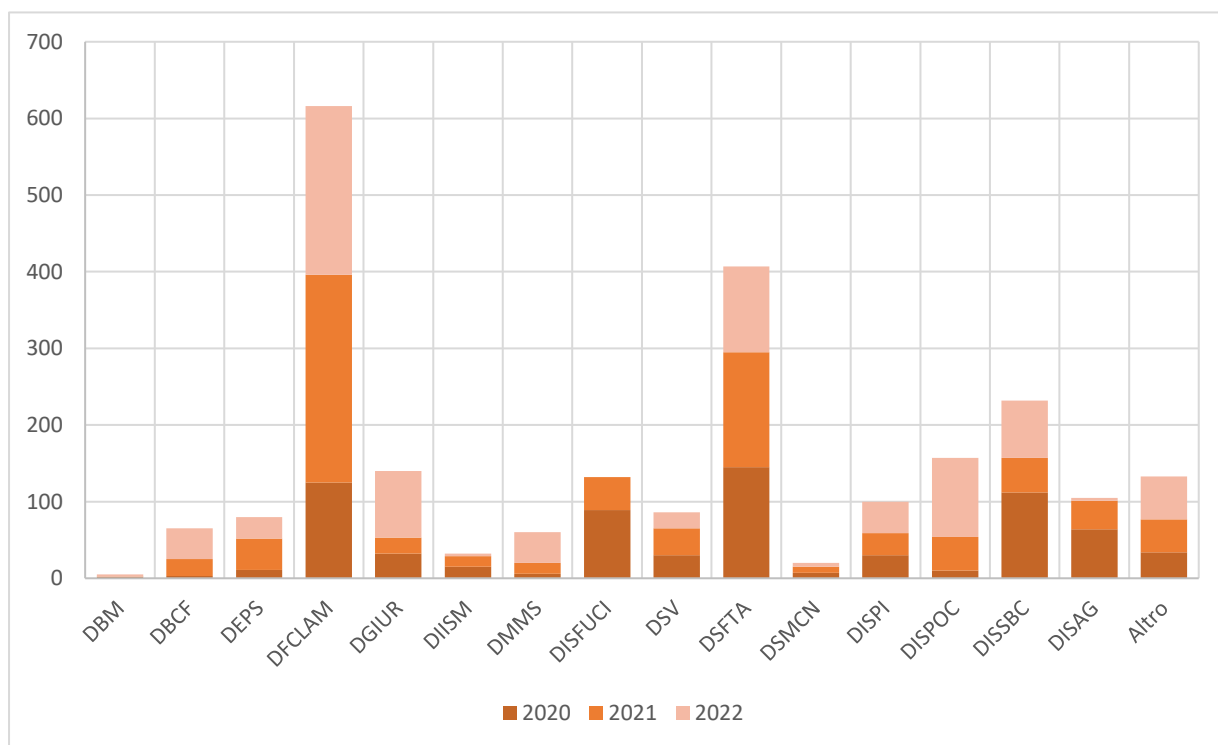


Figura 3. Iniziative censite raggruppate per struttura nel periodo 2020-2022.

TAB. 1 - Iniziative censite raggruppate per struttura

Struttura	2020	2021	2022
DBM - Biotecnologie mediche	2	0	3
DBCF - Biotecnologie, chimica e farmacia	3	22	40
DEPS - Economia politica e statistica	11	41	28
DFCLAM - Filologia e critica delle letterature antiche e moderne	125	271	220
DGIUR - Giurisprudenza	32	21	87
DIISM - Ingegneria dell'informazione e scienze matematiche	15	14	3
DMMS - Medicina molecolare e dello sviluppo	6	14	40
DISFUCI - Scienze della Formazione, Scienze Umane e della Comunicazione Interculturale	89	43	
DSV - Scienze della Vita	30	35	21
DSFTA - Scienze Fisiche, della Terra e dell'Ambiente	145	150	112
DSMCN - Scienze Mediche, Chirurgiche e Neuroscienze	7	8	5
DISPI - Scienze Politiche e Internazionali	30	29	41
DISPOC - Scienze Sociali, Politiche e Cognitive	10	44	103
DISSBC - Scienze Storiche e dei Beni Culturali	112	45	75
DISAG - Studi Aziendali e Giuridici	64	37	4
Altra struttura dell'amministrazione centrale	34	43	56
Totale iniziative	715	817	838

Pur rilevando un generale incremento numerico delle iniziative censite per singola struttura nel 2022 e del relativo totale, sembra emergere una criticità importante legata alla diversa risposta dei dipartimenti all'indagine, purtroppo confermatasi nel corso degli anni, sulla base della quale si può evidenziare una rilevante partecipazione delle strutture afferenti alle aree delle scienze umane e sociali ed una partecipazione più contenuta delle strutture scientifiche, in particolare quelle dell'area biomedica e medica, comunque incrementale nell'ultimo anno, in particolare per quanto riguarda i dipartimenti di Medicina Molecolare e dello Sviluppo e di Biotecnologie, Chimica e Farmacia.

Di grande rilievo si conferma il contributo fornito dal dipartimento di Scienze Fisiche, della Terra e dell'Ambiente (112 segnalazioni) e da quello di Filologia e Critica delle Letterature Antiche e Moderne (220); nell'ultimo anno un importante incremento si rileva nel numero di iniziative censite dal dipartimento di Scienze Sociali, Politiche e Cognitive (103, rispetto alle 44 del 2021) e dai dipartimenti di Scienze Storiche e dei Beni Culturali (75, rispetto alle 45 del 2021) e di Giurisprudenza (87, rispetto alle 21 del 2021). Si conferma il valore incrementale del contributo delle singole strutture dell'Amministrazione centrale.

È doveroso ribadire come tale risultato possa comunque essere stato influenzato dalla natura delle iniziative di Public Engagement così come definite dall'ANVUR e di conseguenza maggiormente pertinenti ad alcuni settori scientifici piuttosto che ad altri. A tale proposito, si ribadisce l'importanza che sia i docenti che il personale tecnico e amministrativo dell'Università di Siena diventino parte attiva del processo di crescita e trasformazione in atto a livello nazionale riguardante il significato, le finalità e le

modalità di valutazione del Public Engagement, come evidenziato più volta anche in occasione degli incontri organizzati da APENet e CRUI sopra menzionati.

E' di interesse osservare la distribuzione delle iniziative censite per il 2022 divise per tipologia ANVUR, mostrata nella Figura 4.

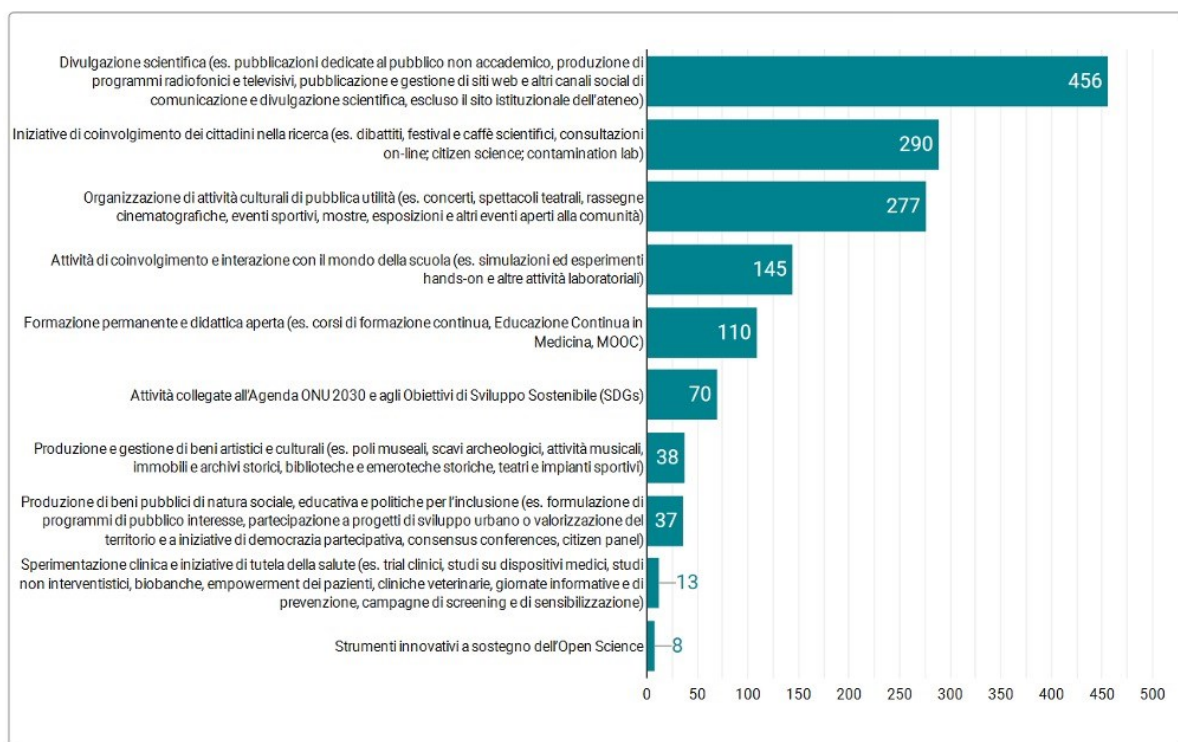


Figura 4. Distribuzione delle iniziative per tipologia ANVUR per il 2022.

A complemento delle informazioni contenute nel grafico precedente, la tabella 2 riporta l'evoluzione temporale delle iniziative per tipologia ANVUR nell'ultimo triennio.

TAB. 2 - Iniziative riconducibili alle tipologie ANVUR

Tipologia di iniziativa	2020	2021	2022
Produzione e gestione di beni artistici e culturali (es. poli museali, scavi archeologici, attività musicali, immobili e archivi storici, biblioteche e emeroteche storiche, teatri e impianti sportivi)	56	22	38
Sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute (es. trial clinici, studi su dispositivi medici, studi non interventistici, biobanche, empowerment dei pazienti, cliniche veterinarie, giornate informative e di prevenzione, campagne di screening e di sensibilizzazione)	12	11	13
Formazione permanente e didattica aperta (es. corsi di formazione continua, Educazione Continua in Medicina, MOOC)	100	72	110



Organizzazione di attività culturali di pubblica utilità (es. concerti, spettacoli teatrali, rassegne cinematografiche, eventi sportivi, mostre, esposizioni e altri eventi aperti alla comunità)	183	257	277
Divulgazione scientifica (es. pubblicazioni dedicate al pubblico non accademico, produzione di programmi radiofonici e televisivi, pubblicazione e gestione di siti web e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica, escluso il sito istituzionale dell'ateneo)	437	374	456
Iniziative di coinvolgimento dei cittadini nella ricerca (es. dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line; citizen science; contamination lab)	218	217	290
Attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni ed esperimenti hands-on e altre attività laboratoriali)	173	129	145
Produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione (es. formulazione di programmi di pubblico interesse, partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio e a iniziative di democrazia partecipativa, consensus conferences, citizen panel)	49	21	37
Strumenti innovativi a sostegno dell'Open Science	9	11	8
Attività collegate all'Agenda ONU 2030 e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	50	38	70
Totale iniziative	715	817	838

È doveroso ribadire come la somma dei dati corrispondenti ad ogni singola tipologia sia superiore al totale sopra indicato, in quanto ogni singola iniziativa può essere trasversale a più categorie, con conseguente indicazione di afferenza a più di una tipologia.

Dall'indagine si conferma chiaramente la prevalente indicazione da parte degli interessati delle iniziative di divulgazione scientifica, risultando nel 2022 ben 456 segnalazioni, con un aumento rilevante rispetto all'anno precedente (374); un altro importante incremento ha riguardato le iniziative di coinvolgimento dei cittadini nella ricerca (290, rispetto alle 217 del 2021) e l'organizzazione di attività culturali (277, con un *trend* in continua crescita rispetto al passato).

Tutto questo testimonia in misura sempre maggiore come il Public Engagement rafforzi il proprio ruolo di *trait d'union* tra il mondo della ricerca, la cittadinanza e il territorio.

Nel 2022 è inoltre da porre in particolare evidenza l'incremento, rispetto all'annualità precedente, delle attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (145, rispetto alle 129 precedenti) e di formazione permanente e didattica aperta (110 rispetto alle 72 del 2021).

Un altro dato importante è costituito dall'afferenza delle iniziative censite alle aree scientifico-disciplinari individuate dal CUN (Figura 5).

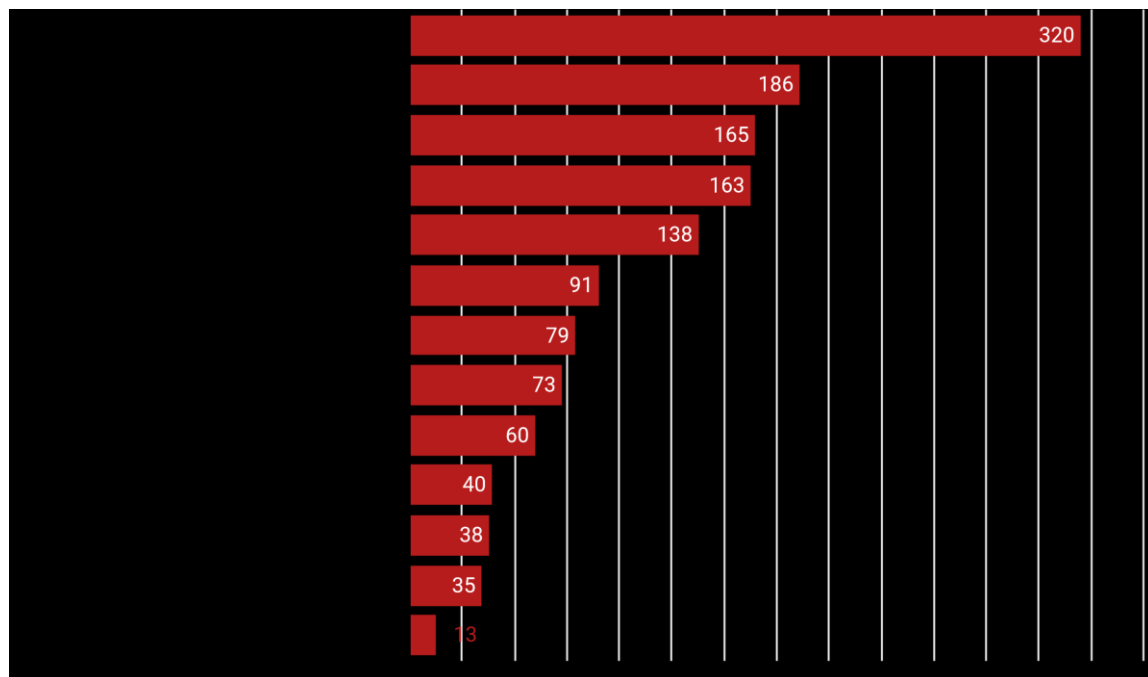


Figura 5. Distribuzione delle iniziative secondo le aree scientifico-disciplinari individuate dal CUN.

L'andamento temporale nel triennio 2020-2022, riportato nella Tabella 3, conferma la netta predominanza nel corso del tempo delle Scienze umane e sociali, nonché l'ottima performance delle Scienze Biologiche; anche in questo caso era possibile che l'iniziativa avesse un carattere di interdisciplinarietà tale da giustificare l'inserimento in più di un'area.

TAB. 3 – Iniziative per area scientifica

Aree scientifiche	2020	2021	2022
Scienze Matematiche e Informatiche	35	37	40
Scienze Fisiche	42	49	35
Scienze Chimiche	78	51	79
Scienze della Terra	90	110	73
Scienze Biologiche	166	174	186
Scienze Mediche	58	86	91
Scienze Agrarie e Veterinarie	34	13	13
Ingegneria Civile ed Architettura	13	16	10
Ingegneria Industriale e dell'Informazione	34	23	38
Scienze dell'Antichità, Filologico-letterarie e Storico-artistiche	275	314	320
Scienze Storiche, Filosofiche, Pedagogiche e Psicologiche	187	188	165
Scienze Giuridiche	94	65	138
Scienze Economiche e Statistiche	55	92	60
Scienze Politiche e Sociali	93	169	163
Totale iniziative	715	817	838



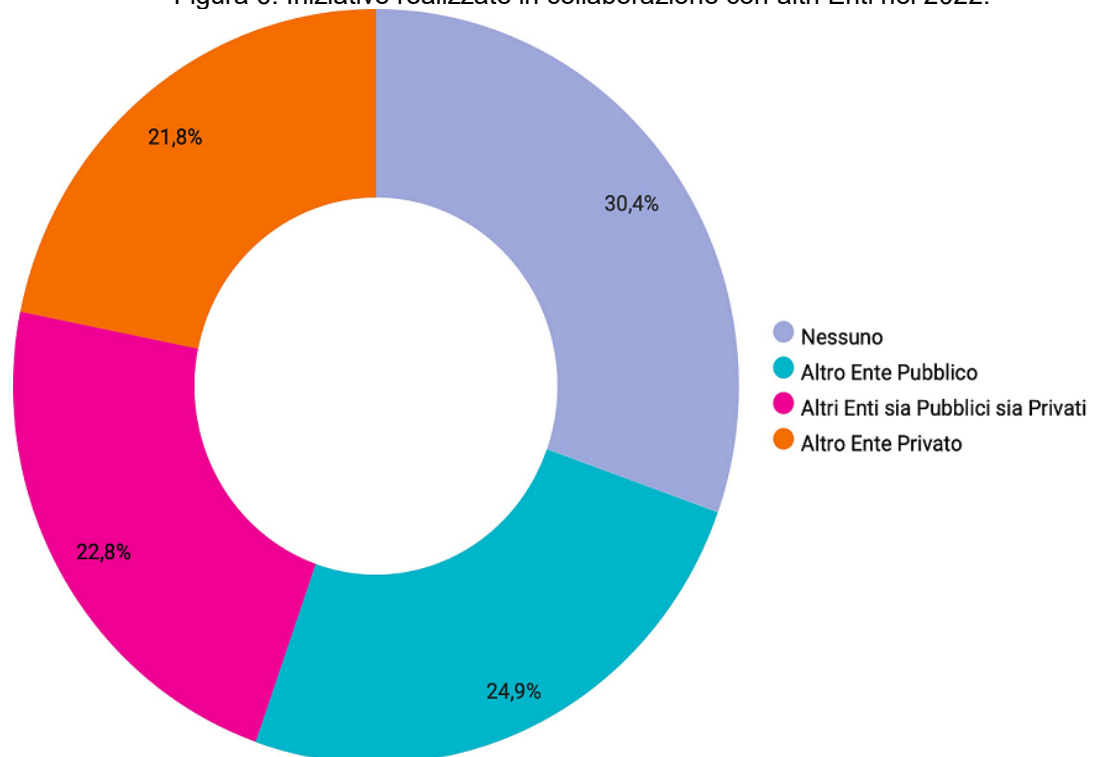
La Tabella 4 riporta la natura occasionale o sistematica delle iniziative. Si può notare una netta prevalenza della natura occasionale delle attività (692 indicazioni), confermatasi nel corso degli anni, nonché un certo rilievo per quanto riguarda le iniziative promosse su base annuale (104 indicazioni).

TAB. 4 – Periodicità iniziativa

Periodicità iniziativa	2020	2021	2022
A sportello o continuativa	21	22	27
Occasionale	553	658	692
Settimanale	18	9	6
Mensile	16	7	9
Annuale	69	75	104
Altro	38	46	
Totale iniziative	715	817	838

Il partenariato e le collaborazioni permettono di evidenziare il ruolo istituzionale delle iniziative e di capire quali attività possono avere natura interdisciplinare: dalla Figura 6 è possibile rilevare come nell'anno 2022 sia comunque emerso un buon coinvolgimento di altri enti, di tipologie diversificate, in aggiunta al nostro Ateneo, fin dalla fase dell'organizzazione delle singole attività

Figura 6. Iniziative realizzate in collaborazione con altri Enti nel 2022.





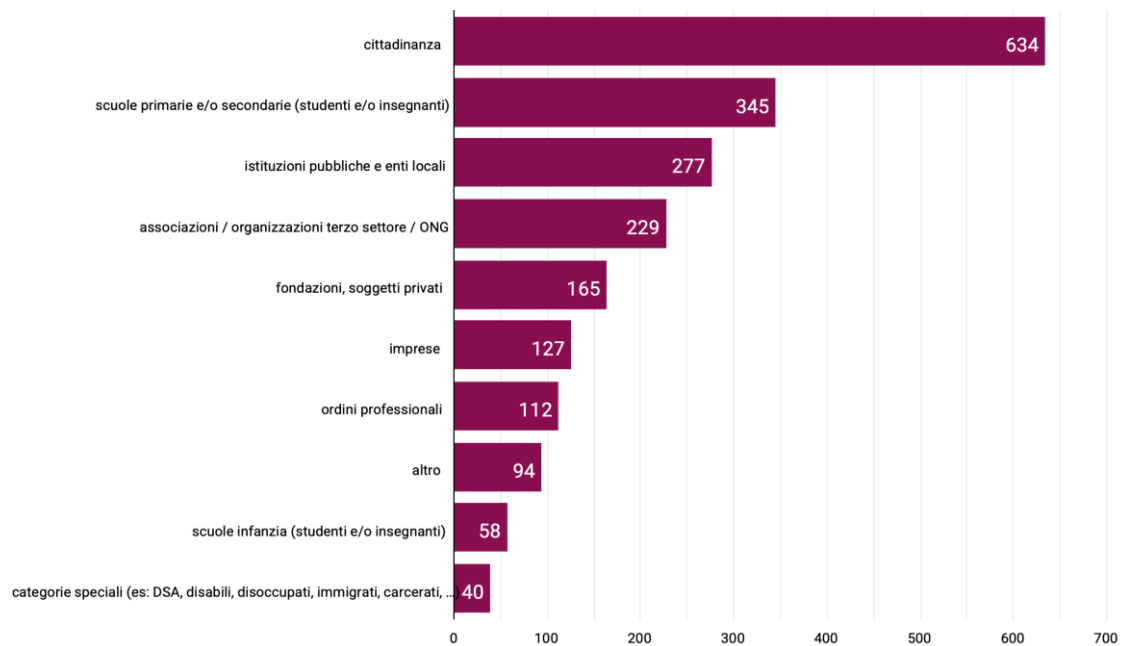
Nella tabella 5 è riportata l'evoluzione nell'ultimo triennio del dato.

TAB. 5 - Coinvolgimento altri enti

Tipologia partenariato	2020	2021	2022
Altri Enti sia Pubblici che Privati		107	
Altro Ente Pubblico	320	206	400
Altro Ente Privato	296	170	374
Nessuno	201	334	255
Totale iniziative	715	817	838

Relativamente ai destinatari delle iniziative censite è stata richiesta una rilevazione del pubblico coinvolto in aggiunta alla componente universitaria: per l'anno 2022 l'indagine ha prodotto quanto riportato nella Figura 7.

Figura 7. Tipologia di pubblico coinvolto nelle iniziative di Public Engagement nel 2022.



In piena armonia con la *ratio* e le finalità delle iniziative di Public Engagement, anche nel 2022 la cittadinanza è il primo destinatario delle stesse (634); di un certo peso (345) è anche il coinvolgimento in tal senso delle scuole, nonché delle istituzioni pubbliche e degli enti locali (277). Nella tabella 6 è riportata l'evoluzione del dato nell'ultimo triennio.

TAB. 6 - Pubblico coinvolto

Pubblico coinvolto	2020	2021	2022
Cittadinanza	509	656	634
Scuole primarie e/o secondarie (studenti e/o insegnanti)	336	258	345
Scuole infanzia (studenti e/o insegnanti)	33	20	58



UNIVERSITÀ
DI SIENA
1240

Istituzioni pubbliche e enti locali	247	141	277
Imprese	96	48	127
Ordini professionali	85	73	112
Fondazioni, soggetti privati	160	53	165
Associazioni / organizzazioni terzo settore / ONG	186	98	229
Categorie speciali (es: DSA, disabili, disoccupati, immigrati, carcerati)	36	14	40
Altro	47		94
Totale iniziative	715	817	838

Dall'analisi invece delle risposte fornite in merito alla rilevanza territoriale delle iniziative è confermata la prevalenza del contesto nazionale rispetto agli altri (349 indicazioni nel 2022), con una buona rilevazione per quanto riguarda anche i contesti locale (197) e regionale (168).

Nella tabella 7 è riportata l'evoluzione del dato nell'ultimo triennio

TAB. 7 - Rilevanza territoriale

Rilevanza territoriale	2020	2021	2022
Locale	152	177	197
Regionale	159	161	168
Nazionale	314	378	349
Internazionale	90	101	124
Totale iniziative	715	817	838

È infine da rilevare come molti compilatori abbiano indicato il link al sito o alla pagina web dell'iniziativa svolta.

Oltre all'analisi statistica illustrata in precedenza, è sembrato interessante effettuare alcune valutazioni qualitative allo scopo di identificare aspetti maggiormente legati ai contenuti delle attività svolte, come ad esempio i temi trattati, le finalità, l'interesse per gli stakeholders, ecc. È stata dunque effettuata un'analisi preliminare dei testi contenuti nei campi 'Titolo' e 'Descrizione', i cui risultati sono riportati nel wordcloud mostrato in Figura 8.

Qualora opportunamente approfondita e condotta in modo sistematico, tale analisi potrebbe consentire l'individuazione di indicatori di sistema, basati ad esempio sulla rilevazione di cluster di iniziative affini per le tematiche affrontate o per le modalità con cui sono state condotte, sulla presenza di contenuti interdisciplinari, che in ultima analisi potrebbero suggerire linee di intervento, di progettazione strategica e di sistema.

La Figura 8 suggerisce, ad esempio che le linee tematiche su cui si sono concentrate maggiormente le iniziative di PE dell'Università di Siena nell'anno 2022 sono state la biodiversità e la sostenibilità, con particolare riferimento a problematiche riguardanti il Pianeta Terra, il mare, le piante, l'ecologia. Al pari di queste si sono sviluppate iniziative riguardanti le tecnologie digitali, l'innovazione e la robotica. Da notare l'attenzione per eventi sulle donne e sulla salute.



Figura 8. Wordcloud delle parole estratte dai titoli e dalle descrizioni delle iniziative presenti nel database del censimento sul PE per l'anno 2022.

Linee di sviluppo e progettazione del Public Engagement

L'analisi condotta nella sezione precedente ha consentito di valutare da diversi punti di vista lo stato attuale del Public Engagement nell'Università di Siena. Tuttavia, allo scopo di effettuare una corretta pianificazione delle attività future e, contestualmente, per individuare modalità efficaci di valutazione degli impatti, si ritiene necessario interrogarsi su tre punti principali. Il primo punto riguarda il coinvolgimento degli studenti delle iniziative di PE e i vantaggi che essi ne possano trarre (*obiettivi per gli studenti*). In secondo luogo, è importante capire in che modo l'intera comunità accademica possa trarre benefici dal PE in termini di innovazione, creazione di nuova conoscenza, raggiungimento di una maggiore consapevolezza delle proprie missioni (*obiettivi per la comunità accademica*). In terzo luogo, si ritiene fondamentale che l'Università di Siena rafforzi e incrementi la comunicazione delle proprie missioni, competenze e obiettivi specifici e instauri alleanze e collaborazioni con le varie componenti della società e con gli stakeholders (*obiettivi per la società*).

In linea con quanto esposto, si propone di lavorare su alcune specifiche linee di intervento.

1. **Obiettivi per gli studenti. Esperienze.** L'Università di Siena propone ogni anno ai propri studenti la partecipazione a una serie di iniziative ed eventi culturali proposti dalle associazioni del territorio. A tale scopo è in fase di definizione una convenzione tra Università di Siena e Fondazione MPS per la emissione di una apposita linea di intervento nel contesto del bando Community Hub. Il Community Hub è un progetto finanziato da FMPS teso a favorire la nascita di collaborazioni e aggregazioni tra le associazioni presenti nel territorio senese con lo scopo di stimolarle a presentare progetti congiunti di welfare culturale. I partenariati di associazioni che avranno vinto il bando verranno finanziati e potranno realizzare il progetto proposto. Successivamente, l'Università di Siena emetterà un bando interno, rivolto ai propri studenti, che avranno così modo di partecipare ai suddetti progetti e di ottenere gli open badge, qualora l'iniziativa sia ritenuta idonea. Contestualmente, verranno effettuate delle valutazioni interne all'Ateneo al fine di raccogliere la disponibilità di ricercatori e personale tecnico e amministrativo ad interagire con le associazioni durante lo svolgimento dei progetti, ad esempio organizzando

eventi culturali su aspetti di comune interesse, contribuendo agli eventi conclusivi degli stessi, ecc.

2. Obiettivi per la comunità accademica. *L'interrogativo*. L'Università di Siena si propone ogni anno di avviare una discussione collettiva su una tematica rilevante per la ricerca e la società. Più precisamente, l'obiettivo su cui impegnarsi sarà quello di rivalutare e reinterpretare alla luce della tematica individuata i risultati delle ricerche condotte da singoli o da gruppi di ricercatori. I risultati di queste analisi verranno comunicati e restituiti in occasioni istituzionali, come Bright, o in altri contesti da definire, anche in collaborazione con ricercatori esterni e stakeholders pubblici e privati.

Per l'individuazione della tematica per il 2023 si è pensato di partire dall'articolo 3 della Costituzione della Repubblica Italiana, dall'articolo 2 dello Statuto dell'Università di Siena, e dalla Rete della ricerca. Quest'ultima è stata costruita analizzando e visualizzando le co-occorrenze delle parole chiave presenti nelle pubblicazioni dei ricercatori dell'Università di Siena nelle quattro aree, per il triennio 2020-2022. Alcuni esempi di grafi ottenuti con questa analisi sono disponibili alla pagina: <https://sites.google.com/unisi.it/netunisi/home-page>.

Alla luce di quanto detto, e dopo aver osservato che la parola più co-occorrente nella rete della ricerca è in molti casi human/humans, si propone per l'anno 2023 il seguente tema:

ESSERE UMANI

Persone, macchine, ambiente e le sfide del futuro

L'art. 3 della Costituzione sancisce «il pieno sviluppo della persona umana»: ma che cosa significa essere umani nel terzo Millennio? I rapporti tra la persona umana, l'ambiente e le tecnologie si configurano oggi in modo molto più complesso che nel passato: da una parte il dominio esercitato dall'uomo sull'ambiente e sugli altri esseri viventi pone problemi di sostenibilità non più procrastinabili; dall'altra parte è problematica proprio la relazione con le macchine, che sono il principale strumento attraverso cui si è storicamente esercitato il dominio in questione. Queste mutate condizioni di esistenza pongono, in diversi ambiti del sapere, questioni di difficile soluzione: dove finisce la «persona umana» e dove inizia la macchina? Quale sarà il rapporto tra l'intelligenza umana e le cosiddette intelligenze artificiali? L'essere umano diventerà mai sostituibile, e in quali ambiti lo è già?

Seguono alcuni esempi di sviluppo del tema generale in vari settori.

- **Filosofia**: il rapporto uomo-macchina e la riconfigurazione dell'identità; il Postumanesimo di R. Pepperell.
- **Arte**: dall'opera d'arte nell'epoca della sua «riproducibilità tecnica» (W. Benjamin) all'opera d'arte nell'era della sua «generazione semi-automatica» (es. Dall-E, Midjourney, ecc.).
- **Letteratura**: quali riflessi hanno/avranno questi cambiamenti nella letteratura? Stiamo già vivendo in un romanzo di scienze fiction?
- **Informatica**: potenzialità e limiti delle intelligenze artificiali; il metaverso; la realtà aumentata; ...
- **Diritto**: problemi di regolamentazione di questa nuova realtà (ad es. diritto d'autore quando l'"autore" è una macchina); regolazione dell'uso dei dati da parte delle piattaforme digitali; potenzialità e limiti del ricorso all'intelligenza artificiale per l'assunzione delle decisioni pubbliche/amministrative; principi e regole delle decisioni automatizzate; rischi e limiti, decisioni, norme e sostenibilità, ...



	<ul style="list-style-type: none">▪ Medicina e biotecnologie: esseri ibridi/cyborg; strumenti “automatizzati” per la diagnostica; un futuro di medici-robot per pazienti cyborg? ...▪ Scienze ambientali: si pone urgentemente il problema della sostenibilità, ...▪ ... <p>3. Obiettivi per la società. <i>Le tracce.</i> Le iniziative sviluppate in relazione alla tematica individuata nel corso di ogni anno accademico consentiranno di concretizzare una serie di prodotti, quali volumi, mostre, materiale multimediale e fotografico, ecc., che potranno contribuire alla diffusione della conoscenza e alla crescita della società. In una prospettiva di lungo periodo, il materiale prodotto concorrerà alla costruzione di una impronta culturale, di un patrimonio sistemico che l’Ateneo senese lascerà alla società e alle future generazioni. Un ruolo centrale in questa direzione verrà rivestito da una nuova modalità di concepire Bright, l’evento di Public Engagement per eccellenza, che per la prima volta avrà un titolo, un sottotitolo e un obiettivo, trasformandosi in un percorso di crescita culturale per chi vi partecipa come spettatore e in uno sforzo collettivo di cooperazione per chi lo concepisce. Si suggerisce che l’evento conclusivo di Bright consista nell’installazione di un palco collocato in un luogo centrale della città di Siena (eventi simili potranno essere tenuti anche nelle città di Arezzo e Grosseto) in cui i ricercatori dell’Ateneo si alterneranno in una serie di short TED talks della durata di dieci-quindici minuti ciascuno in cui si sforzeranno di raccontare come la propria ricerca si intersechi con quella dei ricercatori di altre discipline, proponendo punti di vista e fornendo possibili risposte all’interrogativo.</p> <p>A conclusione di quanto proposto si fa notare che un tale approccio consentirebbe in modo naturale di individuare una serie di indicatori quali-quantitativi di impatto, basati ad esempio sui prodotti realizzati (libri, mostre, cortometraggi, ecc), sulla risonanza che le varie iniziative hanno avuto e a che livello (locale, nazionale, internazionale), sulla capacità di collaborare all’interno della rete della ricerca e all’esterno, ecc.</p>
Quadro 2	Definizione degli obiettivi e le azioni per il 2023
Spazio per la compilazione	<p>Terza Missione - Public Engagement - Obiettivi, azioni e target quantitativi</p> <p>Otmpe.1. Missione. Elaborazione di una missione strategica di Ateneo su TM-PE</p> <p>Atmpe.1. Unisi si interroga. Si prevede che l’Università di Siena avvii ogni anno una discussione collettiva su una tematica rilevante per la ricerca e la società. L’obiettivo specifico su cui si chiede un impegno da parte del personale dell’Ateneo sarà quello di rivalutare e reinterpretare alla luce della tematica individuata i risultati di ricerche e attività condotti da singoli o da gruppi. I risultati delle rivalutazioni verranno comunicati e restituiti in occasioni istituzionali, come Bright, o in altri contesti da definire, anche in collaborazione con ricercatori esterni e stakeholders pubblici e privati.</p> <p>Ttmpe.1. Sebbene la rilevanza culturale dell’obiettivo Otmpe.1 appaia difficilmente valutabile in termini di target quantitativi, si propone di considerare il numero di prodotti realizzati nel corso dell’anno, quali volumi, pubblicazioni, video, interviste, ecc. il numero di partecipanti ai vari eventi, e il numero di ricerche presentate nel corso di Bright.</p> <p>Nello specifico l’obiettivo prefisso è che il 30% delle iniziative presentate durante BRIGHT 2023 riesca a evidenziare la propria attinenza al Tema individuato: Essere umani.</p> <p>Otmpe.2. Comunicazione. Migliorare e sistematizzare la comunicazione delle attività di TM-PE</p> <p>Atmpe.2. Pagina Web TE-PE. Realizzazione di una pagina web della Terza Missione, che si suddividerà in una sezione su Public Engagement e una su Trasferimento Tecnologico.</p>



Ttmpe.2. La messa in produzione delle nuove pagine e il loro aggiornamento è prevista entro 'autunno 2023.

Otmpe.3. Obiettivi per gli studenti. Coinvolgere maggiormente gli studenti nelle attività di TM-PE.

Atmpe.3. Il Community Hub. L'Università di Siena propone ai propri studenti la partecipazione a una serie di iniziative ed eventi culturali proposti dalle associazioni del territorio. A tale scopo è stata definita una convenzione tra Università di Siena e Fondazione MPS per la emissione di una apposita linea di intervento nel contesto del bando Community Hub. Il CH è un progetto promosso da FMPS per favorire la nascita di collaborazioni e aggregazioni tra le associazioni presenti nel territorio senese allo scopo di stimolarle a progettare iniziative congiunte di welfare culturale. Una volta individuati i partenariati idonei, verrà emesso un bando interno rivolto agli studenti, che avranno così modo di partecipare ai suddetti progetti e di ottenere gli open badge che attestano le competenze acquisite nel corso del progetto.

Ttmpe.3. Target quantitativi sono il numero di studenti che parteciperanno alle attività del Community Hub - quantificabili in almeno 50 studenti - il numero di progetti approvati, e il numero e il successo degli eventi conclusivi dei progetti misurata in termini di numerosità degli spettatori.

Otmpe.4. Obiettivi per la comunità accademica. Coinvolgere maggiormente il personale docente e TA nelle attività di TM-PE

Atmpe.4. Comunità e collettività. L'individuazione di una tematica rilevante su cui interrogarsi nel corso di un anno accademico, prevista dall'obiettivo Otmpe.1, contribuirà a rafforzare nella comunità accademica il senso di appartenenza e la missione dell'Università e incrementerà naturalmente la consapevolezza dell'importanza del Public Engagement.

Inoltre, nell'ambito del progetto Community Hub, menzionato nell'azione Atmpe.3, si prevede il coinvolgimento di ricercatori e personale tecnico-amministrativo nella creazione di collaborazioni e interazioni con le associazioni che realizzano i progetti per gli studenti, allo scopo di organizzare eventi culturali su aspetti di comune interesse e contribuendo agli eventi conclusivi degli stessi.

Ttmpe.4. Indicatori quantitativi sono il numero di docenti attivamente coinvolti nei progetti, con un ruolo di coprogettazione - almeno due - con le associazioni e gli studenti e il numero di momenti di restituzione che seguiranno, almeno 4.

Otmpe.5. Obiettivi per la società. Coinvolgere maggiormente la società nella attività di TM-PE

Atmpe.5. Le tracce. Nell'ambito dell'obiettivo Otmpe.1 e dell'azione Atmpe.1 che riguardano l'individuazione di una tematica su cui interrogarsi come comunità, si prevede di concretizzare una serie di prodotti, quali volumi, mostre, materiale multimediale e fotografico, ecc., che contribuiranno alla diffusione della conoscenza e alla crescita della società. In una prospettiva di lungo periodo, il materiale prodotto concorrerà alla costruzione di una impronta culturale, una eredità che l'Ateneo senese lascerà alla società e alle future generazioni.

Inoltre, un ruolo centrale nel rafforzamento delle interazioni della società con l'Università verrà rivestito da una nuova modalità di concepire Bright, l'evento di Public Engagement per eccellenza, che per la prima volta avrà un titolo, un sottotitolo e un obiettivo, trasformandosi in un percorso di crescita culturale per chi vi partecipa come spettatore e in uno sforzo collettivo di cooperazione per chi lo concepisce.

Ttmpe.5. Sebbene risulti difficile valutare in modo esclusivamente quantitativo questo tipo di obiettivi e azioni, crediamo che l'impatto per la società possa essere valutato considerando il numero di nuove collaborazioni attivate a seguito delle iniziative sopra descritte e finalizzate sia alla realizzazione di eventi culturali congiunti, che all'attivazione di progetti in partenariato con le imprese. Complessivamente ci si prefigge di potere rendicontare almeno 5 iniziative.