



Anno 2014

Università degli Studi di BERGAMO >> Sua-Rd di Struttura: "Lingue, letterature straniere e comunicazione"

Parte III: Terza missione

Quadro I.4 - PUBLIC ENGAGEMENT

QUADRO I.4		I.4 Monitoraggio delle attività di PE
Dipartimento/Facoltà: conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement?		N.Schede Iniziative
Si		3
<b>Iniziativa 1</b>		
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/07/2014 - 31/12/2014	
Titolo dell'iniziativa	BG Public Space	
Obiettivi dell'iniziativa	L'obiettivo del progetto partecipativo di BG Public Space era di realizzare un sistema interattivo - consultabile on line per la sensibilizzazione e consultazione dei cittadini rispetto al progetto attivato dal Comune di Bergamo di riqualificare il centro della città di Bergamo e, in particolare, di riattivare gli spazi pubblici, specialmente Spazi Piacentiniani localizzati nel cuore della città.	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No	
Categoria/e di attività di public engagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day)</li> <li>- siti web interattivi e/o divulgativi, blog</li> <li>- iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio</li> </ul>	
Breve descrizione	Il processo partecipativo BG Public Space ha rafforzato la collaborazione con il Comune di Bergamo tramite un intervento volto a: riqualificare il centro cittadino; coinvolgere i cittadini con consultazioni dirette (focus group, visite, video); creare due postazioni di supporto agli utenti (Sentierone e Urban Center); attivare il mapping collaborativo per inserire un contributo; realizzare un survey on-line per i city users; attivare una comunicazione tramite giornali, media, social network.	
Budget complessivo utilizzato	10000	
(di cui) Finanziamenti esterni	10000	
Impatto stimato in termini di pubblico	ca. 10.000 persone. L'evento è stato realizzato in partenariato con il Comune di Bergamo e ha coinvolto cittadini per tre mesi tramite consultazioni dirette (ca. 150 abitanti), postazioni fisse in città, comunicazione mediatica, survey on line (120 persone) e sito web (con oltre 8.500 accessi unici). Gli articoli della stampa locale sono consultabili nella sezione Dicono di noi del sito DiathesisLab ( <a href="http://www00.unibg.it/struttura/struttura.asp?cerca=dslc_geografia_dicono">http://www00.unibg.it/struttura/struttura.asp?cerca=dslc_geografia_dicono</a> ).	
Link a siti web	<a href="http://www.bgpublicspace.it">www.bgpublicspace.it</a>	
<b>Iniziativa 2</b>		
Data di svolgimento dell'iniziativa	04/08/2014 - 31/12/2014	
Titolo dell'iniziativa	Le Mura di Bergamo Verso l'Unesco (Committente: Comune di Bergamo)	
Obiettivi dell'iniziativa	Creare un modello di metodologia e di trasferimento di conoscenza fortemente partecipato attraverso: creazione di un data base con indirizzi di enti e associazioni impegnati in azioni inerenti la conservazione e divulgazione del patrimonio Mura di Bergamo; seminari mirati e a carattere partecipativo indirizzati ai diversi stake holders territoriali; lezioni divulgative 'a tema' per il vasto pubblico; visite a musei e siti di interesse; spettacoli e eventi teatrali 'a tema'.	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No	
Categoria/e di attività di public engagement	<ul style="list-style-type: none"> <li>- partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making)</li> <li>- iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio</li> </ul>	
Breve descrizione	L'attività, promossa dal CST relativamente alla promozione della candidatura Unesco per le Mura di Bergamo, ha previsto un ciclo di incontri sul tema: 'Le opere di difesa veneziane tra XV e XVII secolo'. Il ciclo è stato inaugurato dal convegno 'Le mura di Bergamo da trauma a elemento identitario di rigenerazione urbana'. Inoltre: 'Le mura prima delle mura. Sulle tracce delle cinte murarie romane e medioevali'; 'La risignificazione delle mura. Prospettive della valorizzazione turistica'.	

Budget complessivo utilizzato	20000
(di cui) Finanziamenti esterni	20000
Impatto stimato in termini di pubblico	Gli incontri sono stati modulati tematicamente in modo da coinvolgere diverse istituzioni del territorio, associazioni, gruppi. Gli incontri sono stati tempestivamente comunicati sul sito di Unibg, con i social e linvio web con indirizzari formati ad hoc dal gruppo di lavoro. Lintera iniziativa ha avuto una costante copertura mediatica (pubblicazione calendario iniziative, articoli sulla stampa locale). Ogni incontro ha registrato una presenza media di 100-120 partecipanti.
Link a siti web	-
Allegato	"Programma Mura Unesco.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)
<b>Iniziativa 3</b>	
Data di svolgimento dell'iniziativa	29/03/2014 - 29/03/2014
Titolo dell'iniziativa	Nostalgia del futuro
Obiettivi dell'iniziativa	L'intervento di Fabio Cleto si inserisce nel prestigioso contesto dei TEDx, una serie di Talks organizzati su licenza dell'organizzazione madre statunitense TED (Technology Entertainment Design), che ospitano le testimonianze più significative del panorama culturale sui processi innovativi e le dinamiche collettive, con l'obiettivo di presentare sinteticamente, e per un pubblico attento alle trasformazioni sociali, una rassegna di idee di valore che meritano diffusione non specialistica.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.)
Breve descrizione	Il talk, organizzato e finanziato da esterni, si è tenuto all'Auditorium di Bergamo, inaugurando la prima edizione bergamasca di TEDx. In un percorso che coniuga fenomeni pop e riflessione sociale, si evidenzia la nostalgia quale cifra della produzione culturale e della soggettività contemporanea: un'ossessione che incatena a un presente senza alternativa, totalizzante, che nell'istigare all'innovazione tecnologica rimuove il futuro, inibisce il tempo, erode il senso individuale e collettivo.
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	300 presenti in sala e quasi 2500 visualizzazioni su YouTube (a fine marzo 2016)
Link a siti web	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=DdOsGUpTwhw">https://www.youtube.com/watch?v=DdOsGUpTwhw</a>