



Anno 2014

Università degli Studi di TORINO >> Sua-Rd di Struttura: "Neuroscienze "Rita Levi Montalcini""

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
Iniziativa 1		
Data di svolgimento dell'iniziativa	10/03/2014 - 14/03/2014	
Titolo dell'iniziativa	Settimana del Cervello 2014 - Food and the Brain	
Obiettivi dell'iniziativa	"Neurogastronomia: come il cervello crea il sapore", il saggio di un celebre fisiologo, Gordon Shepherd, sarà la chiave per entrare scientificamente nella mitologia del CIBO e rispondere, in un fitto dialogo tra un neurobiologo e uno chef, come un piatto possa divenire buono, seducente, irresistibile, indimenticabile.	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No	
Categoria/e di attività di public engagement	<ul style="list-style-type: none"> - 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) - siti web interattivi e/o divulgativi, blog - organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità - iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione) 	
Breve descrizione	Uno dei protagonisti è l'olfatto: mentre mangiamo, il cervello modella gli odori, con l'aiuto degli altri sensi costruisce la percezione del sapore. I sapori e gli odori hanno inevitabilmente anche un impatto comportamentale, medico e sociale (non solo a tavola).	
Budget complessivo utilizzato	5500	
(di cui) Finanziamenti esterni	5000	
Impatto stimato in termini di pubblico	L'iniziativa della durata di una settimana con incontri disseminati in diverse locations ha visto la partecipazione di centinaia di persone.	
Link a siti web	http://www.centroscienza.it/settimana_cervello14/	
Iniziativa 2		
Data di svolgimento dell'iniziativa	13/03/2014 - 13/03/2014	
Titolo dell'iniziativa	Convegno sulla Medicina di Genere "Tutta Cuore e Cervello".	
Obiettivi dell'iniziativa	Diffondere informazione e formare personale addetto offrendo uno sguardo a 360 sulla Sclerosi laterale amiotrofica in chiave di medicina di genere.	
Presenza di un sistema di valutazione	No	

dell'iniziativa	
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.) - iniziative di tutela della salute (es. giornate informative e di prevenzione)
Breve descrizione	Il convegno sulla medicina di genere dal titolo Tutta cuore e cervello. La Sclerosi Laterale Amiotrofica in un'ottica di genere (SDS 14002/AE) si è svolto presso Palazzo Lombardia (Sala Marco Biagi- Nucleo n. 4 Via Melchiorre Gioia 37, Milano). Con crediti ECM
Budget complessivo utilizzato	3500
(di cui) Finanziamenti esterni	3000
Impatto stimato in termini di pubblico	300 persone
Link a siti web	http://www.regione.lombardia.it/cs/Satellite?c=Redazionale_P&childpagename=Regione%2FDetail&cid=1213653533031&pagename=RGNWrapper
Iniziativa 3	
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/03/2014 - 01/03/2014
Titolo dell'iniziativa	Documentario della BBC "The Power of the Placebo"
Obiettivi dell'iniziativa	Documentario sulleffetto placebo in varie condizioni, inclusa alta quota ai laboratori di Plateau Rosa
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazioni dello staff docente a trasmissioni radiotelevisive a livello nazionale o internazionale - siti web interattivi e/o divulgativi, blog
Breve descrizione	They are the miracle pills that shouldn't really work at all. Placebos come in all shapes and sizes, but they contain no active ingredient. Now they are being shown to help treat pain, depression and even alleviate some of the symptoms of Parkinson's disease. Horizon explores why they work, and how we could all benefit from the hidden power of the placebo.
Budget complessivo utilizzato	12000
(di cui) Finanziamenti esterni	10000
Impatto stimato in termini di pubblico	Il documentario, trasmesso più volte a livello internazionale dalla BBC ha avuto un impatto calcolabile in termini di milioni di spettatori.
Link a siti web	http://www.bbc.co.uk/programmes/b03wcchn