



Anno 2014

Università degli Studi di ROMA "La Sapienza" >> Sua-Rd di Struttura: "Scienze documentarie, linguistico-filologiche e geografiche"

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	30/04/2014 - 31/12/2014	
Titolo dell'iniziativa	Senza sapere. Il costo dell'ignoranza in Italia, pubblicato da Laterza nella collana Saggi tascabili.	
Obiettivi dell'iniziativa	Sensibilizzare il grande pubblico sulla situazione e i costi dell'ignoranza diffusa in Italia, e stimolare i diversi attori che operano nel campo della conoscenza a cooperare maggiormente, proponendosi tutti insieme come un'unica grande fabbrica della conoscenza. Il raggiungimento degli scopi specifici di ciascuno di loro potrà avvenire solo all'interno di un obiettivo comune, che è quello di ampliare il bacino di chi accede alla conoscenza, su qualsiasi supporto, analogico o digitale che sia.	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si	
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni divulgative firmate dallo staff docente a livello nazionale o internazionale	
Breve descrizione	Le statistiche indicano un basso livello di competenze di studenti e adulti, uno scarso numero di laureati e diplomati, che il nostro vecchio sistema produttivo non riesce ad assorbire, una debole partecipazione alla vita culturale. Un paese povero di risorse materiali dovrebbe investire in formazione più degli altri paesi, mentre continua a non avere una politica della conoscenza: gli investimenti in istruzione e ricerca ci costerebbero meno di quanto ci costa l'ignoranza.	
Budget complessivo utilizzato	0	
(di cui) Finanziamenti esterni	0	
Impatto stimato in termini di pubblico	Il libro ha avuto 3 ristampe in pochi mesi, provocando un notevole impatto sui media. Recensioni e interviste all'autore sono apparse su numerosi quotidiani (Il Corriere della Sera; La Repubblica; l'Unità; Gazzetta di Modena; Azione; Il giornale di Vicenza). L'autore è stato più volte invitato dalla RAI a trasmissioni televisive (Terza pagina) e radiofoniche (Fahrenheit, Tutta la città ne parla, Radio anch'io). Ha partecipato a presentazioni e dibattiti in 23 città italiane e 15 festival letterari, tra cui: Salone internazionale del libro, Torino; Book stories, Milano; Festival dell'economia, Trento; Festa dei lettori, Bari; Bibliopride, Terni. È stato inoltre invitato alla Settimana della lingua italiana nel mondo, promossa a Londra dall'Accademia della Crusca in cooperazione con la Direzione Generale per la Promozione e la Cooperazione Culturale del Ministro degli affari esteri.	
Link a siti web		
<b>Iniziativa 2</b>		
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 30/10/2014	
Titolo dell'iniziativa	Indagine qualitativa su lettori deboli e non lettori in Italia.	
Obiettivi dell'iniziativa	Scopo dell'indagine svolta in collaborazione col Centro per il libro e la lettura nell'ambito del Piano nazionale di promozione della lettura, avviato dal Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo era approfondire interessi e tendenze dei lettori medi e deboli e dei non lettori, al fine di individuare le strategie di comunicazione più efficaci per una campagna nazionale di promozione della lettura.	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si	
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse (policy-making)	
Breve descrizione	L'indagine, attraverso la realizzazione di 1.000 interviste con tecnica CAWI, si proponeva di analizzare la distribuzione di non lettori e lettori deboli per fasce d'età, titolo di studio, condizione professionali, area geografica, ecc.; le modalità di impiego del tempo libero e altri consumi culturali; i generi letterari e le tipologie di letture preferite dai lettori deboli; i luoghi maggiormente	

	frequentati nel tempo libero.
Budget complessivo utilizzato	10000
(di cui) Finanziamenti esterni	10000
Impatto stimato in termini di pubblico	Lindagine aveva lobiettivo di delineare delle strategie di comunicazione per una campagna nazionale di promozione della lettura, a partire dallapprofondimento dei comportamenti di lettura e del tempo libero dei non lettori e dei lettori deboli. Più della metà degli italiani non prende mai un libro tra le mani nel corso dellanno: nel 2014 solo il 41,4% della popolazione ha dichiarato di aver letto almeno un libro nei dodici mesi precedenti lintervista (Istat, 2015). Di questo 41,4% quasi la metà (45% nel 2014) ha un rapporto saltuario e fragile con la lettura: si tratta dei lettori deboli, ovvero coloro che leggono al massimo 3 libri nel corso dellanno. Se ogni lettore debole acquistasse e leggesse un solo libro in più nel corso dellanno i numeri del mercato editoriale italiano cambierebbero decisamente. Questo era limpatto atteso dal presente progetto.
Link a siti web	
<b>Iniziativa 3</b>	
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 01/01/2014
Titolo dell'iniziativa	La Geografia per la conoscenza e la valorizzazione del territorio del Parco Regionale dell'Appia Antica.
Obiettivi dell'iniziativa	Collaborazione per studi e ricerche sul campo, mirate alla gestione e valorizzazione del patrimonio del Parco, finalizzate ad implementarne la fruizione pubblica. Svolgimento di studi e ricerche su tematiche stabilite di comune accordo, tra cui, paesaggio culturale e servizi ecosistemici, educazione ambientale, didattica della geografia, architettura del paesaggio, uso e consumo di suolo, rapporto tra processi di suburbanizzazione e aree naturali pubbliche, relazione tra memoria e paesaggio.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si
Categoria/e di attività di public engagement	- iniziative in collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio
Breve descrizione	Svolgimento di studi, ricerche e attività volte al recupero, tutela e valorizzazione degli habitat naturali e del paesaggio; valorizzazione dei beni storici, artistici e archeologici; conservazione di singolarità geologiche o ambienti naturali di particolare valore naturalistico; promozione di attività di educazione, formazione, nonché di attività ricreative, ludiche e turistiche.
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Notevole partecipazione alle attività di educazione, formazione, ricreative, ludiche e turistiche.
Link a siti web	