



Anno 2014

Università degli Studi di PERUGIA >> Sua-Rd di Struttura: "LETTERE - Lingue, letterature e civiltà antiche e moderne"

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	13/11/2014 - 13/11/2014		
Titolo dell'iniziativa	Giornata di studi: Paesaggio e arti figurative in Umbria tra Gotico e Rinascimento, Perugia, Palazzo Manzoni, a cura di Enrica Neri Lusanna e Mirko Santanicchia [con presentazione (in versione Beta) del sito internet in costruzione <a href="http://www.umbriapaesaggi.unipg.it">www.umbriapaesaggi.unipg.it</a> , nell'ambito del progetto Progetto omonimo finanziato dalla Fondazione Cassa di Risparmio di Perugia, Responsabile scientifico: Enrica Neri Lusanna]		
Obiettivi dell'iniziativa	Presentare e divulgare le ricerche condotte fra 2013 e 2014 sulla raffigurazione del paesaggio nelle arti figurative, e sul loro uso come fonte storica. È stato soprattutto presentato in anteprima il data base che raccoglie le immagini censite, confrontando l'immagine attuale con quella storica. La navigazione, tramite GPS e links interattivi, permetterà delineare in rete percorsi utili a diversi soggetti e scopi (turismo, scuola, amministratori locali e soggetti preposti alla tutela).		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No		
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni (cartacee e digitali) dedicate al pubblico esterno (ad es. magazine dell'università) - siti web interattivi e/o divulgativi, blog		
Breve descrizione	La presentazione del data base che sarà a breve accessibile nel sito <a href="http://www.umbriapaesaggi.unipg.it">www.umbriapaesaggi.unipg.it</a> ha consentito alla cittadinanza di conoscere uno strumento di notevole utilità e versatilità. Nel sito sarà anche a disposizione la traduzione dal tedesco appositamente redatta di uno dei testi che per primi ha affrontato criticamente il tema della raffigurazione del paesaggio nell'arte, per la parte dedicata all'arte umbra: H. Keller, Die Kunstlandschaften Italiens, München, Prestel, 1960.		
Budget complessivo utilizzato	16000		
(di cui) Finanziamenti esterni	16000		
Impatto stimato in termini di pubblico	La giornata di studi ha visto presenti circa 100 persone, fra le quali molti studenti dei corsi di laurea di beni culturali e molti comuni cittadini sensibili ai temi trattati, ma anche diversi rappresentanti della soprintendenza e di enti pubblici locali, a significare una attenzione alle potenziali ricadute dell'iniziativa, in particolare dopo il prossimo completamento del sito. La versatilità di questo strumento, infatti, è immaginabile possa comportare un numero significativo di contatti, nell'ambito locale, nazionale e internazionale, dal momento che il tema del paesaggio è fra quelli che meglio rappresenta la nostra regione all'estero.		
Link a siti web	non disponibile		
<b>Iniziativa 2</b>			
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014		
Titolo dell'iniziativa	Incontra i protagonisti		
Obiettivi dell'iniziativa	Instaurare un dialogo tra attori e pubblico, con un incontro di approfondimento, che si tiene presso il Teatro Morlacchi alle 17,30 il giovedì successivo alla prima dello spettacolo presente nel cartellone del Teatro Stabile dell'Umbria		
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No		
Categoria/e di attività di public engagement	- organizzazione di eventi pubblici (ad es. Notte dei Ricercatori, open day) - fruizione da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici universitari		
Breve descrizione	Gli incontri (una dozzina) sono organizzati dall'insegnamento di Storia del teatro e dello spettacolo in collaborazione con il Teatro Stabile dell'Umbria nel quadro della Convenzione stipulata tra quest'ultimo e l'Ateneo di Perugia, sono pubblici e vi intervengono anche studenti delle scuole superiori. E allo studio la possibilità di pubblicarne la registrazione nel sito web di		

	Ateneo.
Budget complessivo utilizzato	9000
(di cui) Finanziamenti esterni	9000
Impatto stimato in termini di pubblico	Può essere stimato solo in modo approssimativo, in assenza di un sistema di rilevazione delle presenze: 900/1000 persone in un anno.
Link a siti web	non disponibile
<b>Iniziativa 3</b>	
Data di svolgimento dell'iniziativa	12/09/2014 - 31/12/2014
Titolo dell'iniziativa	Le Pérugin Maître de Raphaël
Obiettivi dell'iniziativa	La mostra, organizzata nel prestigioso museo Parugino Jacquemart-André, ha inteso presentare Perugino come maestro di Raffaello. In particolare il contributo di .F. Mancini, docente del Dipartimento, ha dimostrato una mirata selezione di dipinti dell'uno e dell'altro le connessioni legano, sul piano dello stile, le due personalità e il carattere umbro della formazione di Raffaello.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si
Categoria/e di attività di public engagement	- partecipazioni attive a incontri pubblici organizzati da altri soggetti (ad es. caffè scientifici, festival, fiere scientifiche, ecc.) - fruizione da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici universitari - organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
Breve descrizione	Liniziativa, diffusa a livello internazionale da Culturespaces, è stata organizzata con l'Institut de France. Oltre che il Catalogo, hanno illustrato la mostra Connaissance des Arts (numero speciale) e The Journal de l'expo-Beaux Arts magazine. Media Partners: France 3, Le Figaro Magazine, Le Parisien, LOeil, Fnac, UGC, ITALIA-Office National Italien de Tourisme. Presentazioni: Italia (Perugia, Urbino) e Francia (Institut de France, Istituto Italiano di Cultura).
Budget complessivo utilizzato	0
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Molto elevato, data la sistematica campagna di comunicazione che è stata messa in atto attraverso campagne di affissione (stradali, métro, stazioni, terminal degli autobus ecc), inserti pubblicitari, siti internet dedicati, dossier de presse, segnaletica ecc..
Link a siti web	<a href="http://www.musee-jacquemart-andre.com">http://www.musee-jacquemart-andre.com</a> , <a href="http://boutique-culturespaces.com">http://boutique-culturespaces.com</a> , <a href="https://itunes.apple.com/fr/app/le-perugin-maitre-de-raphael/id914849173?mt=8">https://itunes.apple.com/fr/app/le-perugin-maitre-de-raphael/id914849173?mt=8</a> , <a href="https://play.google.com/store/apps/details?id=com.culturespaces.peruginFRAndroid">https://play.google.com/store/apps/details?id=com.culturespaces.peruginFRAndroid</a> ,