



Anno 2014

Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI >> Sua-Rd di Struttura: "ARTI E MEDIA"

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
No		3
Iniziativa 1		
Data di svolgimento dell'iniziativa	18/06/2014 - 19/06/2014	
Titolo dell'iniziativa	Brecht frammenti, uno spettacolo realizzato nell'ambito del progetto TEATRO FORMAZIONE SOCIETA	
Obiettivi dell'iniziativa	Formulare una nuova modalità di didattica e fruizione della regia teatrale	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	Si	
Categoria/e di attività di public engagement	- 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	Brecht frammenti, liberamente tratto da Terrore e miseria del Terzo Reich di Bertolt Brecht, per la regia di Fabio Cherstich con la collaborazione degli studenti del Laboratorio sui mestieri del teatro della IULM, è uno spettacolo teatrale andato in scena al Teatro Franco Parenti. Il progetto Teatro Formazione Società ha coinvolto tre istituzioni milanesi: il Teatro Franco Parenti, il Centro Teatro Attivo e la Libera Università di Lingue e Comunicazione IULM.	
Budget complessivo utilizzato	16100	
(di cui) Finanziamenti esterni	16100	
Impatto stimato in termini di pubblico	Lo spettacolo ha avuto ampio riscontro di pubblico e critica (si veda la rassegna stampa in allegato) ed è stato raccolto in una pubblicazione (Brecht frammenti, ovvero Terrore e miseria del Terzo Reich di Bertolt Brecht dal testo alla scena, in V. Garavaglia-M. Cambiagli, Autori stranieri per la scena italiana, Milano, Unicopli, 2015).	
Link a siti web	http://chiad2.wix.com/teatroformazione www.teatrofrancoparenti.it www.centroteatroattivo.it	
Allegato	"GARAVAGLIA-RassegnaStampa-BrechtFrammenti-18e19giugno2014.pdf" (per consultarlo accedere alla versione html)	
Iniziativa 2		
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014	
Titolo dell'iniziativa	Ideazione e direzione della rivista 8 ½. Numeri, visioni e prospettive del cinema italiano	
Obiettivi dell'iniziativa	Rilanciare il dibattito intorno al cinema italiano e il suo prestigio presso la comunità degli opinion makers e dei decisori economico, politico-finanziari.	
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No	
Categoria/e di attività di public engagement	- pubblicazioni divulgative firmate dallo staff docente a livello nazionale o internazionale	
Breve descrizione	Pubblicazione di una rivista cartacea con relativa App digitale edita da Cinecittà/Istituto Luce, con il sostegno del MiBACT. Si tratta di un progetto fortemente innovativo tanto nei contenuti quanto nella grafica che la Direzione Generale Cinema del MiBACT e la direzione di Cinecittà sostengono con risorse proprie, e che il direttore G. Canova ha strutturato sollecitando il coinvolgimento di studiosi appartenenti a diverse discipline.	
Budget complessivo utilizzato	200000	
(di cui) Finanziamenti esterni	200000	
	La rivista tira fra la 5000 e le 10.000 copie, viene distribuita nelle principali librerie e per abbonamento e viene diffusa	

Impatto stimato in termini di pubblico	gratuitamente nei principali festival di cinema (Venezia, Cannes, Berlino, New York, Bari, Torino ecc.).
Link a siti web	http://www.8-mezzo.it/
Iniziativa 3	
Data di svolgimento dell'iniziativa	01/01/2014 - 31/12/2014
Titolo dell'iniziativa	Comunicare gli spettacoli del Teatro alla Scala di Milano
Obiettivi dell'iniziativa	Promuovere la conoscenza delle attività di ideazione, costruzione e realizzazione degli spettacoli scaligeri, tanto quanto della macchina scenica necessaria all'allestimento degli spettacoli. Promuovere, attraverso interviste e documentazioni visive, una maggior conoscenza delle logiche artistiche, estetiche e produttive su cui sono costruiti i singoli spettacoli.
Presenza di un sistema di valutazione dell'iniziativa	No
Categoria/e di attività di public engagement	- siti web interattivi e/o divulgativi, blog - fruizione da parte della comunità di musei, ospedali, impianti sportivi, biblioteche, teatri, edifici storici universitari
Breve descrizione	A partire dal 2012, ogni spettacolo del cartellone della Scala è stato documentato sul sito del Teatro da brevi video introduttivi, realizzati da studenti IULM con il coordinamento e la supervisione di Gianni Canova. Sia le opere liriche sia il balletto sono stati comunicati in modo nuovo a un pubblico giovane e l'università ha sperimentato a sua volta un modo innovativo di fare alta formazione inviando i propri studenti a misurarsi con una delle macchine di spettacolo più importanti del mondo.
Budget complessivo utilizzato	6000
(di cui) Finanziamenti esterni	0
Impatto stimato in termini di pubblico	Tutti i video realizzati sono visibili sul sito della Scala, hanno avuto migliaia e migliaia di visualizzazioni e hanno innovato la comunicazione di uno dei Teatri più prestigiosi al mondo.
Link a siti web	http://www.teatroallascala.org