

# La valutazione delle attività di Public Engagement

Andrea De Bortoli

[andrea.debortoli@unito.it](mailto:andrea.debortoli@unito.it)

Roma, 28 giugno 2016

---

Schede relative alle più significative iniziative di public engagement svolte dall'ateneo e dal dipartimento:

- Fino a tre iniziative per ogni dipartimento
- Fino a cinque iniziative per ogni ateneo

Ogni scheda è caratterizzata da:

- Data di svolgimento dell'iniziativa
- Titolo dell'iniziativa
- Categoria/e
- Breve descrizione (500 battute)
- Budget complessivo utilizzato
- (di cui) Finanziamenti esterni
- Impatto
- Link a siti web
- Allegato PDF

## **Questionario Public Engagement per atenei**

L'ateneo conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement?

### **Se SI**

Quale struttura si occupa di monitorare le attività di PE?

- ufficio di comunicazione di ateneo
- agenzia/società esterna di comunicazione
- altro (specificare)

Numero di addetti ETP nel **monitoraggio** delle attività di PE

## **Questionario Public Engagement per dipartimenti**

Il dipartimento conduce un monitoraggio delle attività di Public Engagement?

### **Quadro I.0**

Descrizione generale delle attività di Terza Missione

### **a) Chiarezza degli obiettivi dell'attività**

Si valuta la chiarezza e la coerenza degli obiettivi dell'attività descritta sulla base della/e categoria/e di PE selezionate e dei destinatari. Se possibile si valuta l'eventuale periodicità dell'attività.

Base informativa: campi “Data di svolgimento”, “Categoria/e di attività di PE”, “Breve descrizione”, eventuali siti web o documenti allegati.

### **b) Entità delle risorse impegnate nell'attività**

Si valuta l'impegno del dipartimento o dell'ateneo in termini di budget complessivo destinato alla realizzazione dell'attività prendendo in considerazione la presenza di eventuali finanziamenti di altri stakeholder. Si valuta inoltre la coerenza di questo dato con gli obiettivi, la/e categoria/e di PE e l'impatto stimato.

Base informativa: campi “Budget complessivo utilizzato”, “(di cui) Finanziamenti esterni”.

### **c) Impatto dimostrabile dell'attività**

Si valuta la capacità del dipartimento o dell'ateneo di dimostrare l'impatto dell'attività, utilizzando varie dimensioni di impatto (ad esempio in termini di soggetti terzi coinvolti, popolazione coinvolta, bisogni sociali interessati, interesse manifestato dai media, estensione geografica, ecc.). Se possibile si valuta inoltre l'impatto dell'attività sul dipartimento o sull'ateneo stesso in termini di coinvolgimento istituzionale.

Base informativa: campo "Impatto stimato".

### **d) Presenza e qualità di azioni di valutazione ex post dell'attività**

Il criterio non è valutabile in modo strutturato in quanto il dato non è presente nella base informativa.

## Ulteriori informazioni considerate:

- Varietà delle iniziative inserite nelle schede
- Coerenza tra le iniziative inserite nelle schede e quadro I.0, presenza di strategie chiare (anche presenti in documenti ufficiali del Dipartimento/Ateneo)
- Il dipartimento/ateneo conduce un monitoraggio delle attività di PE
- Numero coerente di addetti ETP nel monitoraggio delle attività di PE

## Alcune dimensioni del processo di valutazione

### 2013

3325 schede attese, 2406 presentate

Atenei (x 5): 362

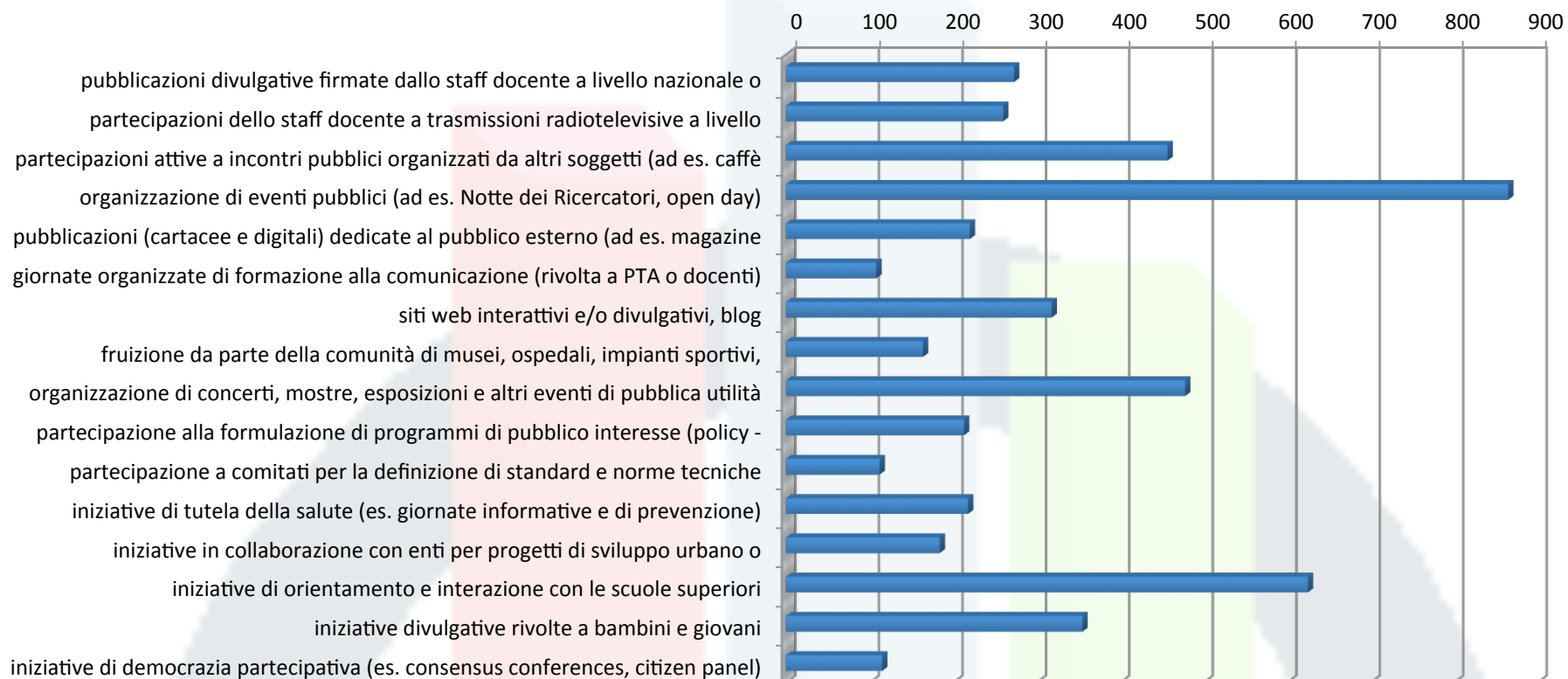
Dipartimenti (x 3): 2044

### 2014

3325 schede attese, 2693 presentate

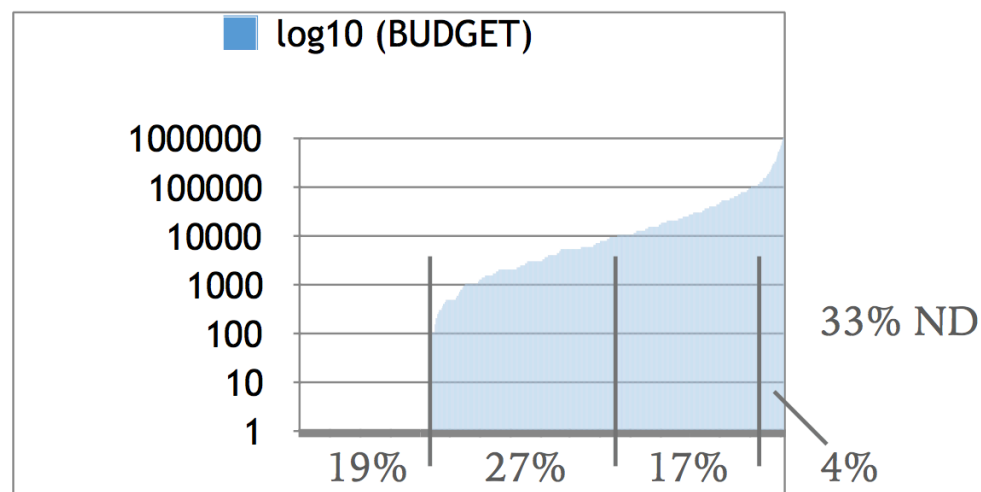
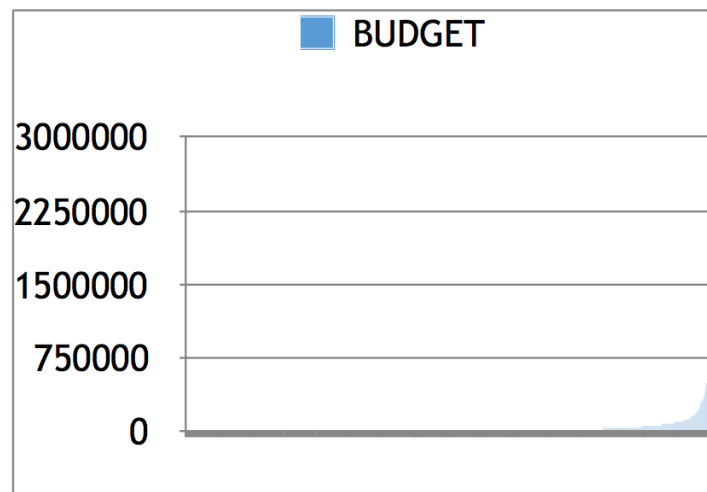
Atenei (x 5): 417

Dipartimenti (x 3): 2276

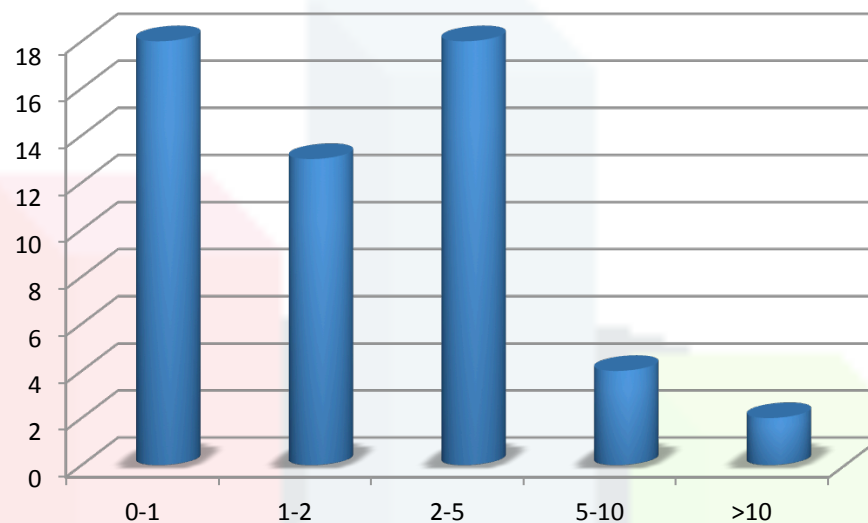


- Difficoltà a individuare la categoria adeguata (problema risposte multiple)
- Cosa è veramente Public Engagement? La dimensione del coinvolgimento
- Le schede “calderone”





- Difficoltà a determinare il budget dedicato alle attività di PE
- 20% di iniziative a budget 0, valorizzazione delle risorse umane
- Chiarezza di budget nelle iniziative strutturate con budget dedicati (Notte, PLS,...)
- Difficoltà nel presentare in modo chiaro l'impatto di un'attività (es: vasto pubblico, grande impatto, importante,...)



Numero di addetti ETP nel **monitoraggio** delle attività di PE (dati 2013)

- Difficoltà a valutare il reale coinvolgimento del dipartimento/ateneo
- Raramente è presente una strategia chiara (anche dall'incrocio tra schede e quadro I.0)
- Non è possibile valutare l'effettivo monitoraggio e valutazione ex-post delle attività

- Processo di valutazione sperimentale prevalentemente qualitativo, lungo e faticoso
- Scarso livello di consapevolezza da parte del compilatore e spesso bassa qualità delle informazioni fornite
- Alcuni criteri di valutazione non dispongono di una base informativa adeguata
- Attività istituzionali vs personali, mancano informazioni sul complesso delle attività
- Categorie di Public Engagement e livello di coinvolgimento
- Lavoro appena avviato che necessita di aggiustamenti, consapevolezza, formazione, condivisione...una sfida che accompagna un importante cambiamento culturale in atto all'interno delle università e dei centri di ricerca