



La dimensione sociale della scienza

La ricerca italiana deve riappropriarsi del suo ruolo di catalizzatore economico, sociale e culturale. Gli Atenei e i Centri di ricerca insieme alla politica, ai media e alla società intera accolgono la sfida lanciata in tutta Europa con il Public Engagement: questo l'appello condiviso dai partecipanti dei **28 Atenei e Centri di Ricerca** al workshop **Destinazione Public Engagement**, svoltosi il 10 e 11 dicembre 2015 presso l'Università di Torino.

“Le conquiste della scienza, i risultati della ricerca non sono soltanto risultati del sapere, ma sono risultati della crescita culturale dell'intera società” – ha detto **Luigi Berlinguer** aprendo i lavori del workshop. Per questo – ha continuato l'ex ministro all'Istruzione – “sia la ricerca sia la formazione devono essere responsabili del processo complessivo di crescita della società, perché fattore decisivo”.

“Serve un *new deal* dell'università per realizzare una reale cittadinanza scientifica: un insieme di azioni, di valori e di principi tra i quali la responsabilità e la consapevolezza” ha dichiarato **Stefano Paleari**, presidente uscente della CRUI.

Sulla stessa linea il Magnifico Rettore dell'Università di Torino, **Gianmaria Ajani**: “La terza missione sta diventando un pilastro fondamentale che l'Università di Torino ha deciso di declinare come responsabilità sociale e di inserire nelle linee strategiche dell'Ateneo”.

Questa responsabilità passa necessariamente anche attraverso il Public Engagement, che quindi non può essere un abito, un fatto complementare, ma deve contaminare la natura stessa dell'attività di ricerca e di insegnamento. Il bisogno che emerge con sempre più chiarezza – e che necessita di una risposta oggi – non è tanto quello di attivare una nuova missione (*la Terza*) all'interno delle università, ma di sperimentare un modo nuovo di fare ricerca e didattica riscoprendo e potenziando il ruolo fondamentale di motore di sviluppo dei nostri Atenei e centri di ricerca attraverso il coinvolgimento diretto della società.

Il workshop **Destinazione Public Engagement** rappresenta il primo tentativo di portare a livello nazionale la discussione su questi temi e si è posto l'obiettivo di condividere esperienze e proposte di intervento per avviare un processo di cambiamento culturale e organizzativo che investa il sistema universitario nel suo complesso.

Tra le proposte più forti emerse dalle due giornate di lavori, la creazione di un network di università e centri di ricerca che supporti e faciliti il processo di istituzionalizzazione del Public Engagement anche attraverso una piattaforma comune per censire, monitorare e valorizzare le già numerose iniziative che spesso non trovano interesse da parte dei media. Per non perdere il passo con gli altri paesi europei è poi necessario investire sul Public Engagement con fondi specifici (senza penalizzare ricerca e didattica), sperimentare processi e strumenti efficaci di valutazione dell'impatto e creare all'interno delle università le condizioni per studiare, insegnare e sviluppare questi aspetti innovativi.

Il lavoro di progettazione proseguirà sul sito web percorsi.agorascienza.it con l'obiettivo di redigere un documento programmatico condiviso per incamminarci al più presto verso una ricerca responsabile e consapevole con DESTINAZIONE PUBLIC ENGAGEMENT.

Destinazione Public Engagement è stato realizzato dal Centro Agorà Scienza insieme all'Università degli Studi di Torino, con il patrocinio della Conferenza dei Rettori delle Università Italiane (CRUI) e la collaborazione del Comitato per lo Sviluppo della Cultura Scientifica e Tecnologica del MIUR e del Politecnico di Torino. Il workshop è la prima tappa di PERCORSI (Il Public Engagement nella Ricerca: Consapevolezza, Obiettivi, Responsabilità, Strumenti, Impatto), un progetto del Centro Interuniversitario Agorà Scienza, selezionato da ANVUR nell'ambito del II Concorso pubblico di idee di ricerca.

Un progetto di _____



Con il patrocinio di _____



In collaborazione con _____

