



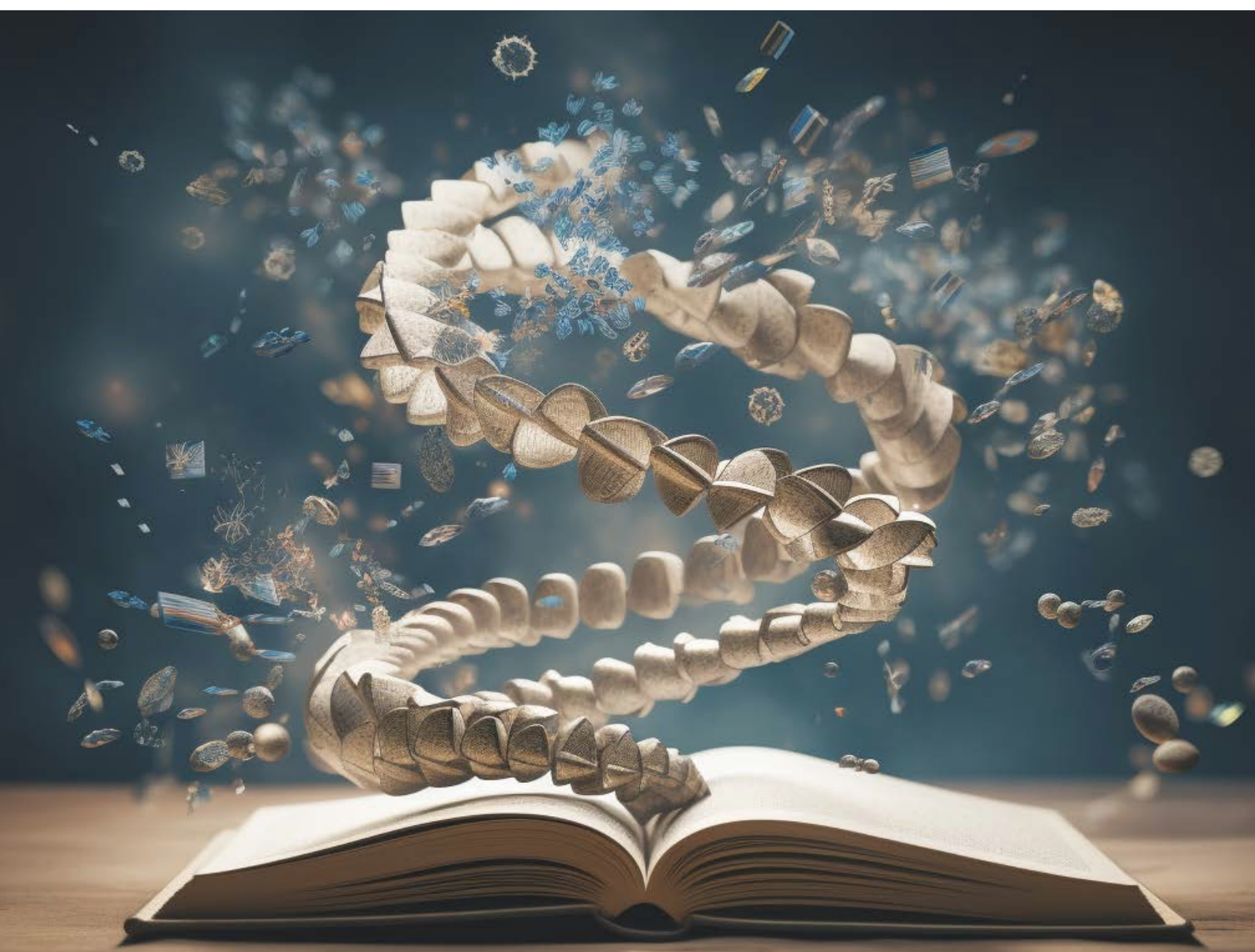
UNIMORE

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI
MODENA E REGGIO EMILIA



FocusUnimore

Webmagazine mensile



- Editoriale: Piano della comunicazione di Ateneo • Radio FSC-Unimore: uno spazio di dialogo per studenti e studentesse • Canali social: le strategie di Unimore • Comunicazione e terza missione • Risorse digitali: i progetti dello SBA • EduCare: il progetto Unimore per pazienti “formatori” • Comunicazione, didattica e divulgazione della scienza • La scienza si racconta • La rassegna “Macchine sensibili” a Reggio Emilia



4



10



16



20



24



32

Il Paziente formatore racconta la sua esperienza di vita con la malattia. Emma è affetta da una malattia rara senza nome, per cui fa parte del gruppo delle Non Diagnosi



36



40



44

**CHIOSTRO DELLA GHIARA
REGGIO EMILIA
LUGLIO 2023**

MACCHINE SENSIBILI INCONTRI TEMATICI

**MERCOLEDÌ 5/7 h.19
LA MACCHINA DA GUERRA**
Incontro su guerra, media e comunicazione a partire dal conflitto Ucraino, con la presentazione del libro "Dizionario etimologico della guerra in Ucraina" con **GIOVANNI BOCCELLI** sociologo, professore ordinario presso Unirub e **MANOLO FARCI** sociologo, professore presso Unirub e co-curatore del libro
Discussant **FEDERICO MONTANARI** Unimore

**MERCOLEDÌ 12/7 h.19
LA MACCHINA DA CIBO**
La narrazione e le forme del discorso gastronomico, con la presentazione del libro "Quattro e sapori", a cui parteciperà l'autore **GIANFRANCO MARRONE**, saggista e scrittore, professore ordinario di Semiotica, Università di Palermo
Discussant **ARTURO BERTOLDI** Presidente ISTORECO

**MERCOLEDÌ 19/7 h.19
LA MACCHINA RIBELLE**
Un intoppo nell'ingranaggio. Discussione e approfondimento sul pink anarchico bolognese degli anni Ottanta tra crisi dell'impegno politico e

50

Sommario

Editoriale: Il Piano di Comunicazione 2023-2025 di Unimore	4
Radio FSC-Unimore: uno spazio aperto di dialogo e approfondimento, al servizio di studenti e studentesse	10
La comunicazione digitale di Ateneo: strategie e azioni in corso	16
Comunicare la terza missione	20
Comunicazione e servizi bibliotecari: progetti e risorse digitali dello SBA (Sistema bibliotecario di Ateneo)	24
Cura e comunicazione: il progetto di Unimore per pazienti “formatori”	32
Comunicare la scienza: la divulgazione semplice e rigorosa alla portata di tutti	36
Comunicare e condividere: la scienza si racconta	40
Comunicazione e didattica delle scienze: iniziative e progetti del Dipartimento di Scienze Chimiche e Geologiche (DSCG)	44
Macchine sensibili: un progetto di Unimore nel cuore della città di Reggio Emilia.....	50

Editoriale: Il Piano di Comunicazione 2023-2025 di Unimore

Thomas Casadei

Unimore Communication Plan 2023-2025

Communication has become a central element in every sector of society, including the university, and Unimore recognises its importance for its central role in promoting and enhancing the identity of the university, an awareness that has led in recent years to careful planning of communication activities, as outlined in the University Communication Plan 2023-2025. Hence the value of the Plan, whose purpose is to effectively manage Unimore communication processes in order to strengthen the University identity in all sectors and areas. The policy document aims to promote and enhance elements of primary importance, such as the quality of the educational offer, interaction with the public and involvement of the academic community. Actions have been taken to support various aspects of communication in order to implement an effective and always inclusive communication language. Among these actions is a broader use of digital communication channels, which allow reaching a wider audience and interacting in an effective and timely manner. In fact, Unimore intends to exploit the opportunities offered by digital, not only to communicate, but also to stimulate participation and dialogue. In this context, the FSC-Unimore university radio is to be given an increasingly central role. Through the Communication Plan, Unimore intends to reaffirm the strategic value of communication for the achievement of its objectives, including that of enhancing its identity within the Italian and international academic panorama.

In un presente segnato da cambiamenti veloci e avvenimenti imprevedibili, l'Università di Modena e Reggio Emilia riconosce l'importanza della comunicazione, sia interna sia esterna, per il suo ruolo centrale nel promuovere e valorizzare l'identità dell'ateneo.

Questa consapevolezza ha da ultimo guidato il nostro approccio alla pianificazione delle attività comunicative, delineato nel **Piano di Comunicazione di Ateneo 2023-2025**, approvato lo scorso 13 giugno dagli Organi Accademici (www.unimore.it/comunicazione/docs/Piano-comunicazione2023-2025.pdf), nel solco delle Linee guida sulla comunicazione, approvate a novembre del 2020 (www.unimore.it/comunicazione/docs/LineeGuidaComunicazioneAteneo.pdf).

La comunicazione è diventata un elemento centrale in ogni settore della società, compreso l'ambito universitario. Da qui l'importanza del Piano, la cui finalità è di gestire efficacemente i processi di comunicazione di Unimore e delle sue articolazioni, per sostenere e valorizzare l'identità dell'Università e le sue strategie in tutti i settori e gli ambiti.

L'importanza di un tale documento programmatico va oltre la mera gestione dei processi ordinari ma, anzi, mira a **promuovere e valorizzare elementi di primaria importanza, quali la qualità dell'offerta formativa, l'interazione con il pubblico e il coinvolgimento della comunità accademica**.

Per farlo, ci siamo basati su una serie di azioni mirate a sostenere diversi aspetti della comunicazione, come il rafforzamento dell'identità di Unimore e l'implementazione di **un linguaggio di comunicazione efficace e sempre pienamente inclusivo** (così come previsto anche dalle

“Linee guida sull'utilizzo di una terminologia appropriata e non stigmatizzante in Ateneo”: www.unimore.it/comunicazione/docs/Vademecum-TERMINIDISABILITADSA.pdf).

Queste azioni saranno realizzate in diverse fasi, in base alla priorità e alle risorse disponibili, e saranno monitorate in maniera frequente.

Il Piano di Comunicazione, dunque, si propone come strumento di pianificazione che permette di programmare e gestire le azioni di comunicazione finalizzate al raggiungimento degli obiettivi istituzionali di Unimore.

In ottemperanza alle disposizioni normative, in particolare alla legge 150 del 2000 che disciplina le attività di comunicazione delle amministrazioni pubbliche, Unimore si impegna a rispettare i principi di trasparenza, chiarezza, tempestività, accuratezza e accessibilità nelle sue attività informative e di condivisione di notizie.

Per garantire che ogni azione di comunicazione sia ben pianificata e allineata con la strategia generale, il documento è stato redatto dallo Staff di Direzione con il coordinamento della Dott.ssa **Serena Benedetti**. Quest'ultimo coordina le attività di comunicazione interna ed esterna, con l'ausilio di uffici dedicati come l'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP), l'Ufficio Stampa e l'Ufficio Comunicazione e Relazioni Esterne e la collaborazione della Fondazione Marco Biagi.

L'implementazione del Piano richiede un livello elevato di coordinamento e cooperazione tra i vari livelli dell'Ateneo, a cominciare da quelli dipartimentali: tale funzione è rivestita dal **Tavolo dei Referenti Comunicazione**. Quest'ultimo, istituito con l'approvazione del Senato Accademico nel 2020, gioca un ruolo fondamentale nell'attuazione di tale programmazione strategica.

Il Tavolo è composto da rappresentanti di tutti i

Dipartimenti dell'Ateneo. Ciò garantisce che tutte le voci siano ascoltate e che tutte le attività di comunicazione siano allineate con gli obiettivi e le priorità dell'Università mediante il costante coinvolgimento delle strutture dipartimentali.

Un simile consesso, riunito con cadenze regolari e costanti nel tempo, ha anche il compito di garantire che le diverse parti dell'Università collaborino efficacemente per raggiungere gli obiettivi del Piano. Questo può comportare, ad esempio, la condivisione di risorse e competenze, e l'assicurazione che tutte le attività di comunicazione siano coerenti con la visione e i valori di Unimore.

In sostanza, il Tavolo dei Referenti Comunicazione è elemento-chiave dell'implementazione del Piano di Comunicazione. Attraverso il lavoro dei suoi componenti, ai quali va un grande ringraziamento per il tempo dedicato e l'attività sviluppata nel tempo, assicura che la comunicazione all'interno dell'Università di Modena e Reggio Emilia sia sempre coordinata nel perseguire gli obiettivi strategici dell'ateneo.

Il Piano è strutturato per obiettivi, ognuno dei quali è declinato in una serie di azioni specifiche, ossia in attività concrete da realizzare.

Questo approccio permette non solo di specificare le attività da svolgere, ma anche di definire i responsabili di ciascuna azione, stabilire i tempi di realizzazione e prevedere le risorse necessarie. Allo stesso tempo, ciò favorisce un **monitoraggio periodico dell'andamento delle attività**. Ogni azione è progettata per contribuire al raggiungimento di un obiettivo specifico e ha un suo proprio arco temporale, stabilito in funzione della sua complessità, delle risorse disponibili e delle priorità stabilite.

La programmazione e la pianificazione non

si occupano solo delle attività di routine o consolidate, che pur essendo di grande importanza, sono già parte integrante dell'operatività quotidiana degli uffici responsabili. Al contrario, pongono l'accento su "attività innovative", cioè tutte quelle attività che rappresentano un cambiamento o un miglioramento rispetto a ciò che è stato fatto in precedenza. Queste possono includere nuove strategie di comunicazione, l'uso di nuovi canali o tecnologie, o l'implementazione di nuovi processi o procedure.

La nostra strategia è orientata alla creazione di un **rapporto di fiducia e trasparenza con tutti gli interlocutori dell'Ateneo**, inclusi studenti, docenti, personale, collaboratori, istituzioni partner, media e la società in generale. Pertanto, il Piano considera tutte le forme di comunicazione e i diversi canali attraverso i quali si possono raggiungere e coinvolgere i diversi destinatari.

In questo contesto, l'**ambito digitale riveste un ruolo cruciale**. L'utilizzo di canali di comunicazione digitale consente di raggiungere un pubblico più ampio e diversificato, di interagire in modo efficace e tempestivo, nonché di monitorare facilmente l'efficacia delle nostre attività, come si illustra in un articolo specificamente dedicato a questi temi nel presente numero.

Unimore intende sfruttare appieno le opportunità offerte dal digitale, non solo per comunicare, ma anche per **stimolare la partecipazione e il dialogo**. Prova ne sia la sempre maggiore centralità della **radio universitaria FSC-Unimore**, strumento fondamentale nella programmazione di una grande percentuale di attività comunicative rivolte sia all'interno sia all'esterno, che vedono – come si spiega nell'articolo dedicato a questa nuova iniziativa – protagonisti studenti e studentesse ma anche valorizzati tanti progetti e iniziati-

ve promosse all'interno dell'Ateneo.

Il Piano non è dunque solamente un documento programmatico ma anche e soprattutto un punto di riferimento per tutti coloro che, all'interno dell'Università, sono coinvolti nelle attività di comunicazione. Si tratta di un percorso che vuole coinvolgere tutti gli attori, valorizzando le loro competenze e il loro apporto, e che richiede impegno, collaborazione e responsabilità da parte di tutti e tutte.

Tale strumento consente peraltro, come attestano gli altri articoli raccolti in questo numero, di dare visibilità alle tante iniziative che Unimore

promuove e che richiedono un **approccio comunicativo diversificato e sempre messo a punto con precisione e rigore.**

Attraverso il Piano di Comunicazione, Unimore intende ribadire il valore strategico della comunicazione per il suo sviluppo e per il raggiungimento dei suoi obiettivi nonché gestire efficacemente tutte le sue attività in sintonia con la sua missione, la sua visione e i suoi valori: l'obiettivo, costante, è quello di valorizzare il proprio ruolo e la propria identità all'interno del panorama accademico italiano e internazionale.



*Thomas Casadei,
Delegato alla Comunicazione e Portavoce di Ateneo*

Tavolo referenti comunicazione

Dipartimento	Referente	Sito web del Dipartimento
Dipartimento Chirurgico, Medico, Odontoiatrico e di Scienze Morfologiche con Interesse Trapiantologico, Oncologico e di Medicina Rigenerativa	Francesca Farnetani	www.chimomo.unimore.it
Dipartimento di Comunicazione ed Economia	Matteo Rinaldini	www.dce.unimore.it
Dipartimento di Economia Marco Biagi	Lara Liverani	www.economia.unimore.it
Dipartimento di Educazione e Scienze Umane	Federico Ruozzi	www.des.unimore.it
Dipartimento di Giurisprudenza	Aldo Caggiano	www.giurisprudenza.unimore.it
Dipartimento di Ingegneria "Enzo Ferrari"	Paolo Veronesi	www.ingmo.unimore.it
Dipartimento di Scienze Biomediche, Metaboliche e Neuroscienze	Luca Pingani	www.neubiomet.unimore.it
Dipartimento di Scienze Chimiche e Geologiche	Luigi Bruno	www.dscg.unimore.it
Dipartimento di Scienze della Vita	Fabio Licciardello	www.dsv.unimore.it
Dipartimento di Scienze e Metodi dell'Ingegneria	Andrea Spaggiari	www.dismi.unimore.it
Dipartimento di Scienze Fisiche, Informatiche e Matematiche	Manuela Montangero	www.fim.unimore.it
Dipartimento di Scienze Mediche e Chirurgiche Materno-Infantili e dell'Adulto	Lara Gibellini	www.smechimai.unimore.it
Dipartimento di Studi Linguistici e Culturali	Vittorio Iervese	www.dslc.unimore.it



Radio FSC-Unimore: uno spazio aperto di dialogo e approfondimento, al servizio di studenti e studentesse

Radio FSC-Unimore: an open space for dialogue and in-depth analysis, at the service of students

On 6 July 2022, an agreement was signed between the Fondazione Collegio San Carlo and the University of Modena and Reggio Emilia that led to the birth of the university radio station Radio FSC-Unimore, the evolution of Radio FSC, founded in 2019 by six Collegio San Carlo students, with the aim of creating a space that allows them to express themselves and tell their stories freely. Today, more than 20 students are involved in the project, including video makers, speakers and authors. The organisational structure includes three areas (Creation, Communication and Technical) that work together to build the different content the radio produces, such as podcasts, live streaming, YouTube videos and live interviews. It is possible to see and listen to the many interesting creations on Spotify and Youtube or by visiting the website, where the audience will be able to understand the plurality of topics covered, from "Intraviste", a series of interviews with important personalities on the cultural scene, to "Modena Emersa", a highly successful column, a place for intercultural and intergenerational dialogue and confrontation, journalism, film and music. There are many activities that have been carried out and want to be expanded and it is possible to collaborate with the radio station by sending an email to radiofsc@fondazione sancarlo.it or write on Instagram to the [@radiofsc_unimore](https://www.instagram.com/radiofsc_unimore) profile, the doors of Radio FSC are and will always be open.

Il 6 luglio 2022 è stata stipulata la convenzione tra **Fondazione Collegio San Carlo** e **Università di Modena e Reggio Emilia** che porta alla nascita della **radio universitaria Radio FSC-Unimore**, evoluzione di Radio FSC.

Quest'ultima viene fondata nel 2019 da sei studenti del Collegio San Carlo, con l'obiettivo di creare uno spazio che permetta ai/alle collegiali di esprimersi e di raccontarsi in modo libero. Da subito, dunque, è **una radio aperta alle pluralità**: di voci, di idee e di colori, come si evince

dal camaleonte, che fin dal primo giorno di attività diventa il simbolo del progetto.

La peculiarità principale di questo rettile, infatti, è la capacità di cambiare la sfumatura della propria pelle, assumendo diverse colorazioni, sempre nuove.

E la radio, mira ad essere proprio un camaleonte, ampliando sempre di più il numero di speakers e creators al suo interno, colorandosi di voci differenti e cercando di comunicare con più persone possibile.



Oggi **sono più di 20 le studentesse e gli studenti coinvolti nel progetto**, tra videomaker, speaker e autori. La struttura organizzativa prevede **tre aree di riferimento (Creazione, Comunicazione e Tecnica)** che collaborano tra loro per costruire i differenti contenuti che la radio produce. Si tratta di una grande squadra di ragazze e ragazzi, senza conoscenze specifiche alle spalle, che si mettono in gioco lavorando insieme per raccontare, attraverso i loro occhi, il mondo che li circonda.

Radio FSC-Unimore abbraccia e produce differenti tipi di contenuti: podcast, dirette streaming, video YouTube e interviste dal vivo. Basta consultarne i vari canali, da [Spotify](#) a [Youtube](#) o visitare il [sito internet](#), per toccare con mano la pluralità degli argomenti trattati.

Tra i contenuti più apprezzati, oltre alle rubriche originali, vi è sicuramente la rubrica **“Intraviste”**, una serie di interviste a importanti personalità del panorama culturale, giornalistico, cinematografico e musicale. Tra gli ospiti intervistati si annoverano: Vinicio Capossela, Aldo Cazzullo, Drusilla Foer, Selvaggia Lucarelli, Stefano Feltri, Gianluca Di Marzio, Paolo Pellegrin, Elio Germano, Paolo Bonolis, Luigi Garlando, Nancy Porsia, Albert Russell Ascoli.

Un'altra rubrica di grande successo è sicuramente **“Modena Emersa”**, un luogo di dialogo e confronto interculturale e intergenerazionale, che riflette su alcuni temi centrali ma spesso dimenticati della nostra società, come i giovani di cosiddetta “seconda generazione”.

Si tratta di un viaggio che nasce dalle parole dei protagonisti e delle protagoniste, che attraverso il racconto della propria esperienza permettono all'ascoltatore di comprendere da vicino diverse realtà presenti e importanti e sulle quali è giusto riflettere. Sono nove le puntate realizzate fino a oggi che mettono in luce le storie dell'avvocata

Daniela Obodai, dell'avvocato Abdelhakim Bouchraa, dell'avvocata Chaimee Fatih, che si sono laureati in Teoria e prassi dei diritti umani presso il Dipartimento di Giurisprudenza di Unimore e ora esercitano la professione presso il Foro di Reggio Emilia e quello di Modena, di Moad El Bahchoumi, volontario del progetto Officina Windsor Park, e di alcuni rappresentanti di realtà del territorio come la Caritas Diocesana, il ristorante Roots, l'associazione Black Lives Matter Modena.

Un ulteriore importante format della Radio è il **“Falò”**, un late show in diretta streaming ogni mercoledì sera sul canale Twitch [@radiofsc_unimore](#), dove gli ospiti (studenti e studentesse Unimore) si sfidano a colpi di giochi e attività ludiche davanti a un pubblico di spettatori in remoto.

In aggiunta, dal 2021, Radio FSC-Unimore è la voce ufficiale del **Festival della Cultura Digitale “Smart Life Festival”**, raccontando l'intero evento attraverso una diretta streaming di 72 ore presso Spazio F di Fondazione di Modena.

Come si può facilmente intuire, Radio FSC-Unimore è una fucina di idee e opportunità di crescita, **dove studenti e studentesse sperimentano insieme nuove forme comunicative e di intrattenimento**.

La radio, però, vuole continuare a crescere e chiunque voglia partecipare ed entrare a far parte della redazione è benvenuto/a.

Segnalare la propria disponibilità a collaborare è molto semplice: è sufficiente inviare una mail a radiofsc@fondazioneancarlo.it o scrivere su Instagram al profilo [@radiofsc_unimore](#).

Non serve essere professionisti o prepararsi qualcosa di predefinito, basta avere voglia di mettersi in gioco e aver qualcosa da dire o raccontare, le porte di Radio FSC sono e saranno sempre aperte.



Trailer Radio FSC-Unimore

UNIMOREINFORMA:

lo strumento di comunicazione interna settimanale dell'Ateneo

In attuazione delle “Linee guida sulla comunicazione” da circa due anni è attivo “Unimore Informa”: lo **strumento di comunicazione interna** che l'Ateneo utilizza settimanalmente, ogni mercoledì, per informare il proprio personale docente, ricercatore, tecnico-amministrativo nonché studentesse e studenti.

L'obiettivo che si persegue è quello di comunicazione interna ordinata ed equilibrata del nostro Ateneo, **concentrando in un unico canale comunicativo tutte le informazioni** che fino a due anni fa erano trasmesse tramite le varie liste di distribuzione (@docenti, @ricercatori, @personaleTA e @studenti), con l'effetto di una produzione massiva di messaggi che – come è stato sottolineato ripetutamente e da molte parti – finiva immediatamente nello spam o nel cestino, senza essere neppure essere aperta.

I dati estrapolati dall'analisi delle pagine intranet ci confermano che Unimore Informa è divenuto lo strumento basilare per la diffusione delle informazioni che vengono organizzate e distribuite in base a tipologie di destinatari.

A metà luglio 2023 è stata inviata la **numero 90**; sommando tutti gli invii, inoltrati a personale docente, personale tecnico amministrativo, studentesse e studenti, **le comunicazioni sono state oltre 1700**.

Il suggerimento è quello di consultarlo in modo attento, vi trovano infatti collocazione, solo per fare alcuni esempi: le informazioni relative ai **bandi** e agli **aggiornamenti degli ambiti della Ricerca nazionale ed internazionale**, le comunicazioni di **importanti scadenze rivolte al personale tecnico-amministrativo** provenienti dalla Direzione Risorse Umane e riguardanti vari ambiti, dalla Formazione alle Relazioni Sindacali ecc., le **novità** e gli **aggiornamenti riguardanti le scadenze e gli adempimenti per studentesse e studenti**, le informazioni trasmesse dal CUS Unimore.

Ogni numero del notiziario settimanale di Unimore è consultabile nell'archivio sul sito di Ateneo: in.unimore.it/intra/uinfo/

La comunicazione digitale di Ateneo: strategie e azioni in corso

The University's digital communication: strategies and ongoing actions

In the last three years, Unimore's social channels have recorded great growth, on Instagram by +400%, on Facebook by +55%, on LinkedIn by +47.5%, on Twitter by +30%. Given the importance of social channels, it was decided to set up a series of targeted strategies and from spring 2023 a new project to implement the University's digital communication was launched, starting with Unimore channels on Instagram, Facebook, LinkedIn and Twitter, and ending with Google campaigns (Search and Ads). Messages are differentiated according to the channel used and the relevant target audience. Instagram, the channel that reaches an audience between the ages of 18 and 25, offers messages and reels that are characterised by simplicity and speed of storytelling and posts with a direct register, with the aim of increasing user interaction. The connection to the "trends of the moment" has also been increased, i.e. the use of the most successful content on the platform, which, thanks to Instagram's algorithm, allows more users and reactions. On Facebook, Twitter and LinkedIn, where the audience is on average between 35 and 60 years old, messages have been chosen mostly for the families of young university-age students, for potential employers, or in general to enhance the University's reputation. A very important tool to make the peculiarities of Unimore known to a wide audience is Google. The reason obviously lies in the extensive use of the search engine, in fact a "Google Ads" campaign has recently been promoted, which through sponsored links encourages the growth of interactions towards the official Unimore site. Specifically, very structured work has been done for the "Futuro studente" (future student) page, which gathers all the useful information for starting a study path at Unimore.

Negli ultimi tre anni – dall'inizio del nuovo mandato rettorale – i canali social dell'Università di Modena e Reggio Emilia hanno registrato ragguardevoli livelli di crescita: a partire dal profilo **Instagram** che tra fine 2019 e i primi mesi del 2023 **è passato dai circa 5mila a quasi 20mila utenti** (segnando un incremento di qua-

si il 400%) per passare a **Facebook** cresciuto **da 13.900 a 21.500 follower** (+55%), a **LinkedIn**, **passato da 57.600 a 84.900** (+47,5%), per chiudere con **Twitter**, il cui incremento lo ha portato **da 4.840 a 6.250 seguaci** (+30%).

Per dare un **ulteriore impulso a questo processo di crescita**, si è scelto di mettere in atto una serie di strategie mirate, anche al fine di es-



sere sempre più attrattivi nei confronti di potenziali nuovi studenti e studentesse, che utilizzano come strumento principale per la ricerca di informazioni i social network.

Dopo una prima fase di sperimentazione avviata nel 2021, grazie anche all'avvio di una collaborazione con la Fondazione Marco Biagi tutt'ora in essere, nella primavera 2023 si è dato così il

via a un nuovo progetto di implementazione della comunicazione digitale di Ateneo, a partire dai canali social Unimore – Instagram, Facebook, LinkedIn e Twitter – per arrivare alle **campagne di Google Ads** (Search e nella fase sperimentale anche Display), diventate centrali nella strategia dell'Ateneo per promuovere l'offerta formativa, i servizi e le agevolazioni nel periodo dell'orientamento e delle immatricolazioni.

Sulla base di una puntuale **pianificazione, svolta ogni settimana, le pubblicazioni social** sono cadenzate e in stretta sinergia con la programmazione dei **comunicati stampa** (nell'anno 2022 questi ultimi sono stati **320**, nei primi sei mesi del 2023 sono stati **190**).

I **messaggi**, ai quali è dedicata una particolare cura nella formulazione, vengono **differenziati in base al canale utilizzato** e al relativo target di pubblico, per renderli più immediati e fruibili, come nel caso di Twitter e Instagram o più dettagliati e specifici, se si considerano Facebook o LinkedIn.

Per quanto riguarda **Instagram**, ad oggi il canale più efficace per raggiungere un pubblico di età compresa tra i 18 e i 25 anni, si è deciso di optare per un diverso tipo di approccio, al fine di avvicinare sempre di più l'Ateneo agli utenti della

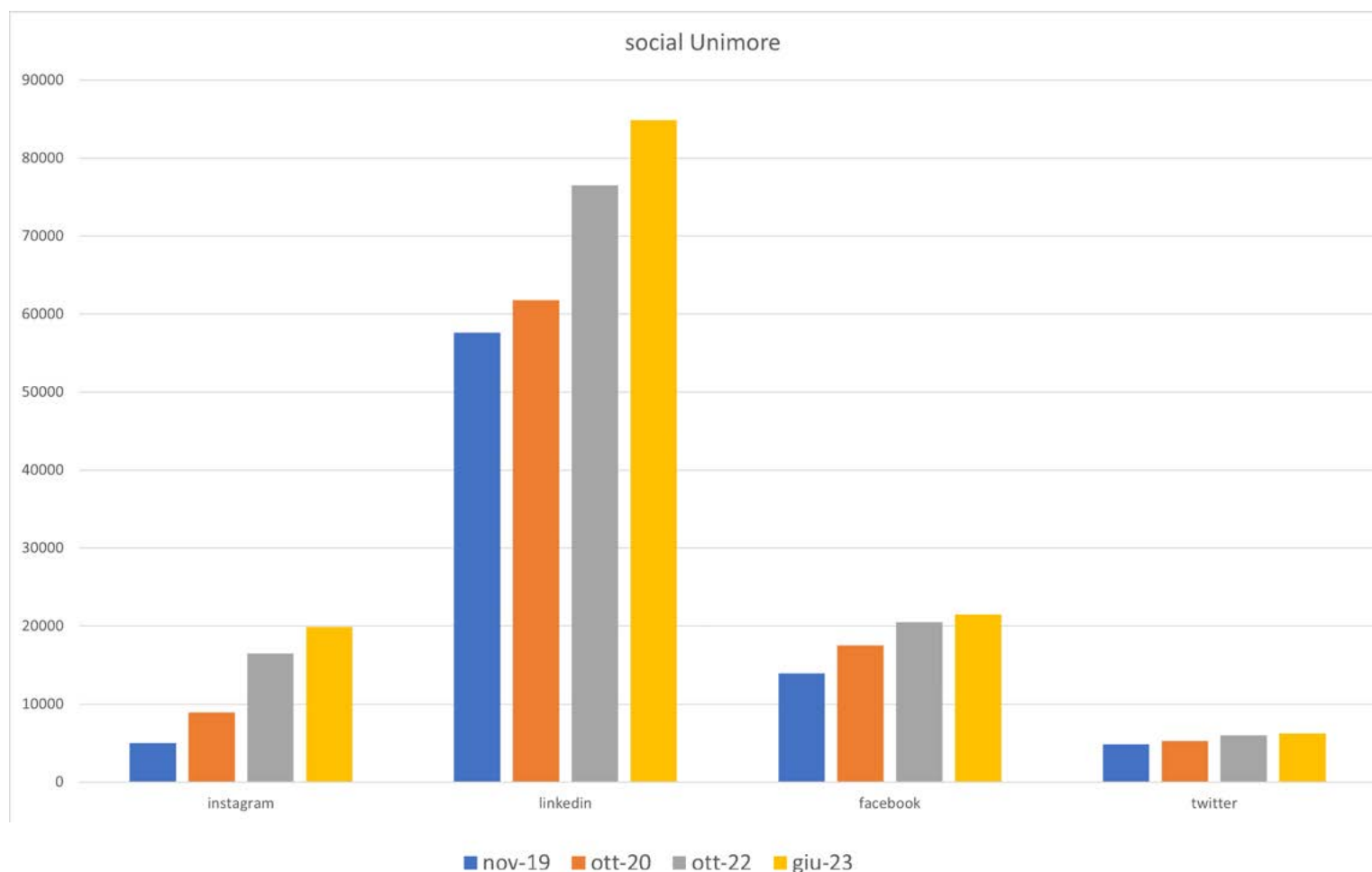
piattaforma.

L'obiettivo principale è stato, fin da subito, **aumentare la riconoscibilità dei contenuti pubblicati sul profilo**, sfruttando i due colori ufficiali della nostra Università: il rosso e il grigio.

Sono realizzate grafiche esplicative per raccontare le statistiche dell'Ateneo: come il numero di laureati che hanno trovato occupazione dopo la Laurea o i vari riconoscimenti ottenuti da Unimore durante l'anno.

Nella preparazione delle descrizioni dei post, invece, si è scelto di utilizzare un registro più diretto, con lo scopo di accrescere l'interazione dell'utenza.

In aggiunta, **è aumentato anche l'uso dei reels**, brevi contenuti video che si distinguono per la



semplicità e la velocità di racconto.

Un esempio di questa strategia è “**Addottorati anche tu**”, una **mini-campagna in sei puntate dedicata all’evento di presentazione dei Corsi di Dottorato di Ricerca 2023/2024**, dove i dottorandi e le dottorande di Unimore hanno raccontato in prima persona che cosa significhi intraprendere questo percorso. Si tratta di un esempio che mostra anche il potenziale di protagonismo attivo dei giovani nel presentare le attività dell’Ateneo.

Infine, si è stato deciso di **integrare nella strategia di comunicazione alcuni “trend social del momento”**, scelti in base al valore aggiunto che possono offrire al messaggio che si vuole veicolare e alla coerenza con lo stesso, al fine di raggiungere un numero maggiore di utenti e stimolare reazioni.

Sul canale **Facebook**, dove il pubblico ha un’età media tra i 35 e i 60 anni, si è scelto di veicolare per lo più messaggi che possano essere di interesse per le **famiglie** di studenti e studentesse in età universitaria, per **istituzioni, enti privati e pubblici**, al fine di valorizzare la **reputazione** di Ateneo.

Questo ultimo elemento insieme all’idea di far parte di una comunità universitaria, vale anche per **LinkedIn**, dove viene dato grande rilievo an-

che a **convegni e seminari** e per **Twitter** dove la comunicazione, sia essa legata ad uno specifico seminario, al **risultato di una ricerca o a un riconoscimento per l’Ateneo**, è sintetica e diretta.

Uno strumento di grande importanza, per far conoscere a un bacino di pubblico sempre più esteso le peculiarità dell’Università di Modena e Reggio Emilia, sia a livello di didattica sia di servizi, è naturalmente **Google**.

Il motivo risiede nel grande utilizzo che viene fatto da persone di tutte le età del motore di ricerca, che permette di progettare e creare **campagne mirate**, come già da anni sono realizzate da Unimore su altri canali come Instagram e Facebook.

Per questo motivo, di recente è stata promossa una **campagna di ricerca “Google Ads”**, che attraverso link sponsorizzati favorisce la crescita di interazioni verso il sito ufficiale di Unimore.

Nello specifico, è stato realizzato un **lavoro molto strutturato per la pagina “Futuro studente”**, che raccoglie tutte le informazioni utili per i/le giovani interessati/e a immatricolarsi e iniziare un percorso di studi con la nostra Università, dove i nuovi utenti sono passati **da 762 nel mese di maggio a 8.275 nuovi utenti nel mese di giugno** con la campagna attiva.

Comunicare la terza missione

Communicating the third mission

The constantly active role that universities play is that of the so-called “third mission”, i.e. the set of activities that the university carries out for and with all players in the social, economic and cultural context. With companies and institutions, both local and national, with economic and cultural associations, with schools and third sector bodies, but also with private citizens interested in learning about developments in scientific research for professional purposes or out of a pure desire for personal growth. The term that well reflects this effort by universities to seek deeper contact with the external environment is “Engaged University”. It reflects the willingness of universities to take on these needs for innovation and to assume greater responsibility in the development of society. By becoming “engaged” the university has much to give, much knowledge and resources to share, many new skills to deliver. But it also has much to gain by engaging in dialogue with the different communities with which universities interact and learning from their knowledge and wealth of practical experience. The third mission is about contact, dialogue, exchange. This is why communication is central to the third mission. It makes its role intelligible and makes its opportunities understood. It gives rise to interactions and creates the conditions for involving individuals and organisations outside the universities. The new edition of the third mission section on the university website (<https://www.unimore.it/terzamiSSIONE/>) aims to focus on the core third mission activities carried out in our university.

Gli atenei sono universalmente noti per il ruolo che giocano come attori centrali per l'avanzamento della ricerca scientifica e per la formazione delle nuove generazioni.

Sono queste le due missioni più conosciute.

Meno conosciuto è il ruolo costantemente attivo che le università svolgono operando come soggetti che intervengono direttamente nel loro contesto esterno di riferimento, la cosiddetta **“terza missione”**. Quest'ultima è costituita da **quell'insie-**

me di attività che l'università svolge per, e in interazione con, tutti gli attori del contesto sociale, economico e culturale. Con imprese e istituzioni, locali e nazionali, con associazioni economiche e culturali, con scuole ed enti del terzo settore, ma anche con privati cittadini interessati a conoscere l'evoluzione nella ricerca scientifica per scopi professionali o per puro desiderio di crescita personale.

Con la terza missione l'università esercita un ruolo attivo a supporto delle due missioni tradizio-

nali, consapevole come la conoscenza generata attraverso la ricerca e attraverso la formazione nei corsi di laurea, nei master, nei dottorati si debba intrecciare sempre coi **fabbisogni complessi di una società in evoluzione, continuamente riplasmata da transizioni rapide e profonde**. Tra quelle che oggi stanno marcando il nostro futuro in modo decisivo basta ricordare la **transizione digitale**, la **transizione verso la sostenibilità e la conversione energetica**, gli effetti ancora largamente inesplorati dell'**intelligenza artificiale**, la **rivoluzione tecnologica** in molti settori fondamentali della nostra economia, il fronte sempre aperto dell'**inclusività sociale**. Fare terza missione in università oggi significa interagire profondamente, su questi temi e su molti altri, con porzioni vaste della società e dei territori di riferimento.

C'è un termine che rispecchia bene questo sforzo delle università nel cercare un contatto più profondo col contesto esterno. È quello di **“Engaged University”**. Riflette la volontà delle università di prendersi carico di questi bisogni di innovazione e di assumere una responsabilità maggiore nello sviluppo della società. Diventando “engaged” l'università ha molto da dare, molta conoscenza e risorse da condividere, molte competenze nuove da consegnare. Ma ha anche molto da guadagnare, dialogando con le differenti comunità con cui gli atenei si trovano ad interagire e imparando dalle loro conoscenze e dal loro patrimonio di esperienze pratiche.

La terza missione è fatta di contatto, di dialogo, di scambio. Per questo **la comunicazione è centrale per la terza missione**. Ne rende intelligibile il ruolo e ne fa capire le opportunità. Fa nascere le interazioni e crea le condizioni per coinvolgere gli individui e le organizzazioni esterne alle università.

Unimore sta lavorando per tenere aperti e ampi i canali di comunicazione con gli attori del contesto

esterno. Alcuni di questi canali sono affidati alla capacità di dialogo e interazione dei ricercatori e dei gruppi di ricerca che lavorano nei dipartimenti. È una comunicazione su base spesso personale, talvolta rivolta a piccoli target di soggetti interessati allo scambio e condivisione di conoscenza e con cui già si condividono linguaggi scientifici e affinità di competenze; talvolta rivolta ad un pubblico più ampio per allargare la platea di soggetti esterni interessati e per diffondere linguaggi e competenze. Altri canali di comunicazione hanno un respiro istituzionale e sono destinati a rivolgersi a pubblici molteplici e a target più ampi.

In quest'ottica è sicuramente importante avere **pagine nel sito web di ateneo dedicate alla terza missione in grado di parlare verso l'esterno**, verso la società e il mondo delle imprese. Con linguaggi chiari, dando informazioni e provando ad aprire strade per dialoghi più profondi. È quanto abbiamo cercato di realizzare recentemente, con la collaborazione dell'Ufficio Ricerca, Trasferimento Tecnologico e Terza Missione, dell'Ufficio ILO e dell'Ufficio Comunicazione di Ateneo e con il supporto tecnico dei servizi informatici di ateneo. La **nuova edizione della sezione sulla terza missione nel sito di ateneo** (www.unimore.it/terzamiissione/) vuole mettere al centro le attività fondamentali della terza missione svolte nel nostro ateneo, con un particolare riguardo ai pubblici esterni all'università.

I campi di possibile azione a cui si può accedere attraverso il sito sono svariati, riflettendo l'articolazione e la **vastità di intervento della terza missione di Unimore**.

1) Il cosiddetto **“Public Engagement”**, ovvero l'insieme di **attività** svolte dall'Ateneo, dalle sue strutture o dai singoli o gruppi di docenti o ricercatori, **senza scopo di lucro, con valore educativo, culturale e di sviluppo della società e rivolte a un pubblico non accademico**. In questo campo la comunicazione deve

creare interesse e generare contatti, ma anche raccogliere idee, bisogni, esperienze sviluppate nel contesto pratico.

2) La **ricerca applicata e le attività di consulenza svolte sulla base di contratti o convenzioni con committenza esterna e rivolte principalmente a contribuire all'innovazione delle imprese**. Vista la natura di ateneo pluridisciplinare e di ricerca, le competenze che Unimore è in grado di mettere in campo riguardano un ampio ventaglio di settori all'interno delle scienze dure e dell'ingegneria, delle scienze della vita e salute, e delle scienze umanistiche, sociali, giuridiche ed economiche. La comunicazione qui deve tenere allineato il contesto esterno con quanto di nuovo e rilevante si fa nei laboratori e nei centri di ricerca. Deve sapere parlare anche con pubblici professionali e specialistici.

3) Le **attività creative e di innovazione** svolte dai docenti e ricercatori, che possono dare luogo a invenzioni tutelabili, dal punto di vista della proprietà intellettuale e dei diritti di sfruttamento commerciale, mediante lo **strumento del brevetto**. La comunicazione in questo caso deve rafforzare e accelerare i processi di valorizzazione di questa conoscenza. Deve cercare partner interessati a sfruttare queste conoscenze, riconoscendo ad esse un valore economico. È una comunicazione che si fa con piattaforme aggiornate, con banche dati, ma anche con un lavoro capillare di comunicazione ad hoc per singoli soggetti economici potenzialmente interessati.

4) La **creazione di imprese spin off**, come strumento di valorizzazione della ricerca e con il fine di favorire lo sviluppo di nuove tecnologie, prodotti e servizi innovativi e la loro diffusione. Gli spin off possono prevedere la partecipazione di personale dell'Ateneo oppure essere promossi da studenti (junior spin off). La comunicazione qui

deve fare conoscere a tutti il ruolo vitale per lo sviluppo dei territori di queste iniziative di imprenditorialità accademica, che possono portare sul mercato nuova conoscenza in forma di prodotti o servizi, ma anche possono favorire nuova occupazione e generare valore economico per l'ateneo e per la società.

5) I **percorsi di formazione continua, progettati e sviluppati anche in collaborazione con l'esterno**, per soddisfare i fabbisogni formativi in continua evoluzione delle imprese, della scuola, del terzo settore, della pubblica amministrazione e del personale medico-sanitario. In questo campo la comunicazione ha il ruolo cruciale di fare conoscere questa offerta formativa mirata intercettando sia i nuovi bisogni sia i nuovi fruitori.

6) I **progetti di formazione alla imprenditorialità per studenti, organizzati in stretta collaborazione con le imprese, e i percorsi di supporto allo sviluppo di idee imprenditoriali e startup che raccolgono le proposte di imprese e istituzioni**. La comunicazione qui è, per così dire, fatta molto di sostanza. La sostanza è quella comunicata dai progetti imprenditoriali che gli studenti sono in grado di generare durante e al termine di questi percorsi formativi.

7) La **tutela del ricco patrimonio culturale dell'Ateneo**, fatto di collezioni museali e archivi, da valorizzare favorendo l'accessibilità a un pubblico ampio, innovandone la funzione educativa e creando spazi di fruizione pienamente vivibili dalla collettività. La comunicazione qui è fatta molto di simboli. Deve guidare la comunità alla scoperta di patrimoni spesso invisibili, deve farli rivivere nell'interazione con pubblici non specialistici, deve attraverso di essi rafforzare l'identità storica dell'ateneo come organizzazione aperta e integrata nella società.



Comunicazione e servizi bibliotecari: progetti e risorse digitali dello SBA (Sistema bibliotecario di Ateneo)

Communication and library services: SBA (Sistema bibliotecario di Ateneo) projects and digital resources

The University Library System coordinates the libraries of Unimore. Over the years, library services have increasingly turned to digital resources, support for academic research and the third mission. There are seven university libraries, six in Modena (Economics, Legal, Humanities, Medical, Scientific Interdepartmental and Engineering Libraries) and an Interdepartmental library in Reggio Emilia. As a point of reference for students and lecturers in the relevant departments, the Unimore libraries play a documentation and information support role, but they are also aimed at the entire university community and citizens in general. The Unimore libraries' websites detail their services, resources and initiatives. The website sba.unimore.it (with the English version libraries.unimore.it) is an information portal on all SBA libraries, offices, services and initiatives; the website pop.unimore.it is dedicated to SBA services supporting scientific communication and research evaluation, coordinated by the Bibliometric Office. The oneclick.unimore.it site allows integrated and simultaneous searching, from a single interface, of the University's document collections. fondiantichi.unimore.it is dedicated to ancient library collections. Bibliomore.co.uk is the new BiblioMore online catalogue.

Il Sistema Bibliotecario di Ateneo, nato nel 2004 per coordinare **le 7 biblioteche dell'Università di Modena e Reggio Emilia**, negli ultimi anni sta diversificando il tipo di attività e servizi che propone, spostando di fatto il baricentro dei servizi bibliotecari sempre più verso le risorse digitali, il supporto alla ricerca accademica e la terza missione.

Uno specchio di questo nuovo assetto emerge anche dallo **sviluppo della comunicazione del**

Sistema Bibliotecario di Ateneo, con la nascita di una **costellazione di siti web** che rappresenta in maniera sempre più specifica le diverse identità dello SBA, delle sue strutture e dei suoi servizi.

I siti web delle 7 Biblioteche Unimore

Le biblioteche dell'Ateneo sono 7, sei a Modena (Biblioteca di Economia, Giuridica, Umanistica, Medica, Scientifica Interdipartimentale e Biblioteca di Ingegneria) e una, Interdipartimentale, a Reggio Emilia.

Quali punti di riferimento per studenti e docenti dei dipartimenti afferenti, le biblioteche Unimore svolgono un ruolo di documentazione e supporto informativo, ma si rivolgono anche a tutta la comunità universitaria e a tutta la cittadinanza in generale.

I siti web delle biblioteche Unimore ne illustrano in dettaglio servizi, risorse e iniziative. Le modalità di accesso e fruizione delle collezioni e dei servizi sono influenzati da inevitabili differenze logistiche tra una struttura e l'altra, oltre che dalle differenti abitudini di studio e ricerca di ciascun ambito, nonché dalle specificità disciplinari del patrimonio bibliografico. Da tali peculiarità sono quindi parse come evidenti la **necessità di una comunicazione dedicata e l'impostazione di canali informativi specifici**.

Qui di seguito un quadro di riepilogo.

sba.unimore.it

Il sito SBA Unimore si propone come **portale informativo su tutte le biblioteche, gli uffici, i servizi e le iniziative SBA**, con un'attenzione particolare ai servizi centralizzati, ai progetti sviluppati da gruppi di lavoro interbibliotecari, alle iniziative di formazione e orientamento comuni (PCTO e corsi di Information Literacy), alle attività svolte in cooperazione con altri enti o uffici di Ateneo (la collaborazione con il Polo bibliotecario modenese, il servizio "Libri in formato accessibile", la gestione dell'archivio MoreThesis, ecc.).

libraries.unimore.it è invece la **versione inglese del sito SBA**: si rivolge a studenti, docenti e ricercatori stranieri, oltre che ai partecipanti alle staff week Erasmus, che sempre più spesso scelgono di visitare le nostre biblioteche.



pop.unimore.it

Il sito POP Unimore (POP sta per Publish or Perish), che ha compiuto il suo primo anno da pochissimo, è **dedicato ai servizi SBA a supporto della comunicazione scientifica e della valutazione della ricerca, coordinati dall'Ufficio bibliometrico.**

Il sito si pone come un punto di accesso unico ai servizi di bibliometria e valutazione della ricerca, supporto Iris Unimore, consulenza e formazione su open access e *research data management*.

Nel sito sono inoltre presenti risorse e approfondimenti sui temi della scienza aperta e della valutazione, con una particolare attenzione anche al contesto specifico di Unimore. Nel sito POP vengono infatti rese disponibili le analisi delle spese di pubblicazione sostenute dal Sistema Bibliotecario per i ricercatori Unimore, i costi degli abbonamenti, oltre che a una serie di report relativi allo stile di pubblicazione, alle modalità open access preferite dalla comunità Unimore e alla condivisione dei dati della ricerca. Tale lavoro di analisi ha permesso a Unimore di aderire a *Open APC*, un'iniziativa europea volta al monitoraggio, alla raccolta e alla diffusione dei dati sulle spese pagate dalle istituzioni per pubblicare in open access i contributi dei propri ricercatori. La partecipazione del Sistema Bibliotecario a Open APC si pone anche come ulteriore **strumento di comunicazione e diffusione di buone pratiche e confronto tra le realtà accademiche a livello internazionale.**

oneclick.unimore.it

OneClick è il discovery service Unimore: uno strumento molto potente che consente la **ricerca integrata e simultanea, a partire da un'unica interfaccia, delle collezioni documentali**

dell'Ateneo. Un patrimonio bibliografico enorme, composto per le sole risorse elettroniche da 55000 ebooks, 180000 ejournals e 150 banche dati, nel quale non sempre è semplicissimo orientarsi, soprattutto per le differenze nelle modalità di accesso tra i diversi fornitori.

Il discovery OneClick si affianca alle singole banche dati, ma senza sostituirle: alcune specifiche funzionalità avanzate di ricerca bibliografica, analisi citazionale e bibliometrica sono accessibili solo sulle rispettive banche dati, in particolare su quelle di tipo fattuale.

Per questo motivo attorno a OneClick, inteso come strumento di ricerca e punto di accesso, si sta sviluppando un vero e proprio portale ricco di informazioni aggiornate, di guide e di approfondimenti sulle risorse digitali in abbonamento o in trial.

fondiantichi.unimore.it

È in corso di rinnovamento il sito dedicato ai **fondi librari antichi** gestiti dallo SBA e conservati nelle strutture Unimore, biblioteche e dipartimenti.

La centralità della terza missione e la spinta verso una sempre maggiore apertura al pubblico, non solo delle attività di ricerca, ma anche dei luoghi e delle collezioni dell'Ateneo, hanno rivelato il **ruolo strategico della valorizzazione del patrimonio bibliografico che passa anche attraverso la digitalizzazione delle edizioni più antiche e di pregio.**

Grazie al supporto del Centro DH More sono stati infatti digitalizzati alcuni volumi, sia a stampa sia manoscritti, le cui immagini ad alta definizione sono ora liberamente accessibili online sulla **piattaforma Lodovico Media Library.**

A fondiantichi.unimore.it, che finora ha svolto un importante ruolo di vetrina delle nostre collezioni attirando anche richieste di prestito da parte di altri enti per esposizioni temporanee, si affiancherà un nuovo sito che consentirà di realizzare mostre online su fondi e singoli esemplari sfruttando le potenzialità derivanti dalla tecnologia IIF su cui è costruita la piattaforma Lodovico.

bibliomore.it

Ultimo nato tra i siti curati dallo staff del Sistema Bibliotecario di Ateneo è il **nuovo catalogo online BiblioMore**, che, dopo gli ultimi ritocchi, sta per essere lanciato ufficialmente, con colori e grafica Unimore.

BiblioMore nasce da BiblioMo, catalogo del più ampio Polo bibliotecario modenese, a cui si affianca come profilo personalizzato delle Biblioteche Unimore: **si tratta di una nuova interfaccia che consente la ricerca integrata all'interno delle collezioni sia cartacee sia digitali** messe a disposizione dalle Biblioteche universitarie e di **un portale plasmato sulle esigenze di chi studia e lavora in Università, con focus e servizi dedicati al mondo dello studio e della ricerca accademica**. Sarà consultabile anche tramite APP gratuita.

[@sba_unimore](https://www.instagram.com/sba_unimore)

A questa piccola costellazione di siti web si aggiunge il profilo Instagram [sba_unimore](https://www.instagram.com/sba_unimore), nato a febbraio 2021, in un periodo di didattica a distanza e di repentine chiusure o modifiche di orari e modalità di accesso alle biblioteche, dettate dal sistema a zone. La rapidità di aggiornamento tramite storie e post e la possibilità di chattare in direct con gli utenti, in questo caso soprattutto studenti, spaesati e distanti, è stata preziosa per conservare uno spazio di dialogo e confronto in un periodo di forzata lontananza.



Unimore omaggia Sandro Pertini a cento anni dalla sua laurea in Giurisprudenza

Unimore ha celebrato il **centenario della laurea in Giurisprudenza di Sandro Pertini**, partigiano, padre costituente e amatissimo Presidente della Repubblica Italiana dal 1978 al 1985. Un evento ricco di emozione e significato, mirato a riconoscere il ruolo della formazione nell'affinamento dei valori democratici e a celebrare l'inestimabile contributo di Pertini alla costruzione dell'Italia repubblicana. Svolta nell'Aula Magna del Palazzo del Rettorato, la cerimonia ha ricordato in modo vivido l'incoraggiamento e l'ispirazione che Pertini ha offerto e continua a offrire alle generazioni presenti e future. Il suo ricordo è stato celebrato con lo svelamento di una targa commemorativa nel cortile del Rettorato, un'incisione duratura che riflette il suo spirito indomito, il suo amore per la giustizia e la libertà, e il suo profondo senso di servizio verso la Repubblica.

L'evento si inserisce nel più ampio **progetto "Le Città Presidenziali"**, promosso dagli Stati Generali del Patrimonio Italiano, che mira a tracciare un itinerario culturale, storico e turistico dei luoghi di nascita e residenza dei Presidenti della Repubblica Italiana. Unimore, grazie al legame speciale con Pertini, è stato riconosciuto come parte integrante di questo percorso culturale, unendosi a una ristretta lista di "Università dei Presidenti".

Il Rettore di Unimore, Prof. **Carlo Adolfo Porro**, e il Presidente degli Stati Generali del Patrimonio Italiano, Prof. **Ivan Drogo Inglese**, hanno aperto la cerimonia con i loro saluti istituzionali. Subito dopo, il Prof. **Elio Tavilla**, Ordinario di Storia del Diritto, ha offerto una dettagliata analisi della tesi di laurea di Pertini, "L'industria siderurgica in Italia", mettendo in luce l'ambiente e le circostanze in cui l'ex Presidente ha sviluppato la sua opera.

Il Prof. Tavilla ha illustrato come Pertini, nei primi anni '20, avesse deciso di intraprendere studi giuridici con l'intenzione di difendere proletari e antifascisti, scelta che rifletteva il suo impegno per la giustizia sociale. La sua tesi sulla siderurgia italiana era un riflesso diretto delle lotte operaie in corso durante il "biennio rosso" (1920-1922), una fase di conflitti intensi e di scioperi.

Alla fine della cerimonia, il Prof. Drogo Inglese ha consegnato al Rettore Carlo Adolfo Porro un attestato che riconosce formalmente Unimore come parte dell'itinerario culturale delle "Città Presidenziali".

Nell'arco della sua vita, Pertini si è distinto per la sua integrità morale, la sua tenacia, e la sua dedizione alla causa del bene comune e della Repubblica democratica. Anche attraverso la formazione ricevuta dall'allora Università di Modena, oggi Unimore, Pertini ha interpretato e difeso con saggezza e coraggio i valori fondamentali della Repubblica: la giustizia, la libertà, la dignità umana, il rispetto e la solidarietà.

Questo evento ha celebrato non solo la figura storica e politica di Pertini, ma anche la sua eredità vivente e l'influenza duratura che ha avuto sul tessuto sociale e istituzionale dell'Italia intera. Un uomo che ha segnato profondamente la storia d'Italia, non solo come Presidente, ma anche come simbolo di resistenza, di coraggio e di passione civile.

In omaggio a Sandro Pertini, l'Università di Modena e Reggio Emilia continua a ispirare le future generazioni a sostenere i valori della libertà e del libero sapere, a servire con dedizione la causa della giustizia sociale, e a promuovere un ideale di crescita basato sulla ricerca e sulla formazione. Un ideale che Pertini incarnava con passione, e che continua a risplendere come faro luminoso per le future generazioni di studenti, studentesse, educatori, educatrici, cittadini e cittadine.



Video della cerimonia per il centenario della laurea in Giurisprudenza di Sandro Pertini

Unimore ai vertici del panorama accademico italiano grazie ai risultati di Censis e AlmaLaurea

L'Università di Modena e Reggio Emilia continua a brillare nel panorama accademico italiano, come dimostrano i risultati eccezionali ottenuti sia nella **classifica Censis 2023/2024** che nell'ultimo **rapporto AlmaLaurea**. Unimore rafforza il suo ruolo di leader, distinguendosi per la **qualità didattica offerta** nei vari ambiti disciplinari e per l'**alta occupabilità dei suoi laureati e laureate**. Questi dati, insieme al crescente tasso di occupazione e al miglioramento delle retribuzioni, sottolineano il valore dell'esperienza formativa offerta dall'Ateneo.

La **classifica Censis** fornisce un'analisi dettagliata del sistema universitario italiano, considerando parametri come servizi erogati, borse di studio, livello di internazionalizzazione, comunicazione, servizi digitali e occupabilità. In questo ambito, **Unimore emerge come leader indiscusso, ottenendo il punteggio massimo di 105 su 110**. Unimore si distingue quindi come caposaldo per l'occupabilità dei laureati, superando università di grande prestigio e atenei regionali di pari dimensioni.

Nell'ambito della classificazione delle classi di laurea triennali, dei corsi a ciclo unico e delle lauree magistrali, Unimore ottiene eccellenti posizioni. Il gruppo disciplinare medico-sanitario e farmaceutico si colloca al secondo posto in Italia per la qualità della didattica tra le lauree triennali, mentre il gruppo disciplinare linguistico si colloca al terzo posto. Tra le lauree magistrali a ciclo unico, il Corso di Laurea in Giurisprudenza si conferma ai primissimi posti, classificandosi al terzo posto in Italia.

Il **rapporto AlmaLaurea 2023** conferma e valorizza ulteriormente i risultati di Unimore. L'analisi mostra un **ulteriore incremento nei tassi di occupazione e nella retribuzione media dei laureati dell'Università**. Questo miglioramento è particolarmente evidente per i laureati di primo livello, il cui tasso di occupazione è aumentato dall'81,8% del 2022 all'85,9% del 2023. Inoltre, il tasso di disoccupazione, calcolato sulle forze di lavoro, è quasi dimezzato, passando dal 9,8% al 5,0%.

Anche i laureati magistrali di Unimore mostrano ottimi risultati, con un tasso di occupazione dell'86,7% a un anno dal conseguimento del titolo e del 92,6% a cinque anni. Il tasso di disoccupazione è pari all'1,9%, un valore decisamente più basso rispetto alla media nazionale e in calo rispetto allo scorso anno. Infine, la retribuzione media dei laureati di Unimore è di 1.455 euro mensili netti a un anno dalla laurea, valore che aumenta a 1.746 euro a cinque anni dal conseguimento del titolo.

“Il mantenimento di alti standard di occupabilità è per tutti noi motivo di orgoglio. Questo elemento, infatti, è stato fondamentale per posizionare il nostro ateneo come uno dei più attrattivi nel panorama nazionale”, commenta il Rettore Unimore, Prof. Carlo Adolfo Porro. E aggiunge: “Il rapporto stretto con il tessuto socioeconomico territoriale e regionale permette ai nostri studenti di avere un contatto diretto con il mondo del lavoro, potenziando ulteriormente le opportunità di occupabilità e, aspetto assai rilevante, di buone retribuzioni.”

Cura e comunicazione: il progetto di Unimore per pazienti “formatori”

Care and communication: Unimore’s project for “patient trainers”

The University Library System coordinates the libraries of Unimore. Over the years, library services have increasingly turned to digital resources, support for academic research and the third mission. There are seven university libraries, six in Modena (Economics, Legal, Humanities, Medical, Scientific Interdepartmental and Engineering Libraries) and an Interdepartmental library in Reggio Emilia. As a point of reference for students and lecturers in the relevant departments, the Unimore libraries play a documentation and information support role, but they are also aimed at the entire university community and citizens in general. The Unimore libraries' websites detail their services, resources and initiatives. The website sba.unimore.it (with the English version libraries.unimore.it) is an information portal on all SBA libraries, offices, services and initiatives; the website pop.unimore.it is dedicated to SBA services supporting scientific communication and research evaluation, coordinated by the Bibliometric Office. The oneclick.unimore.it site allows integrated and simultaneous searching, from a single interface, of the University's document collections. fondiantichi.unimore.it is dedicated to ancient library collections. [Bibliomore.co.uk](http://bibliomore.co.uk) is the new BiblioMore online catalogue.

Coinvolgere i pazienti nella formazione dei medici e, in generale, dei professionisti della salute è l'obiettivo del **Laboratorio EduCare** (www.educare.unimore.it), diretto dalla Dott.ssa **Maria Stella Padula**, un progetto che vede coinvolti “**pazienti formatori**” che, una volta formati, attraverso corsi di perfezionamento potranno aiutare chi lavora nelle strutture ospedaliere a

mantenere il malato al centro dell'attenzione e non solo la malattia.

Migliorare la comunicazione tra medico e paziente, imparare l'importanza dell'ascolto e della buona relazione tra il curante e la persona assistita, sapere spiegare come si vive in una condizione di disabilità o di malattia cronica: sono queste le basi dei corsi in **Metodologie didattiche per l'insegnamento della medicina con i “pazienti formatori”**, diretti dalla Prof.ssa **Fausta**

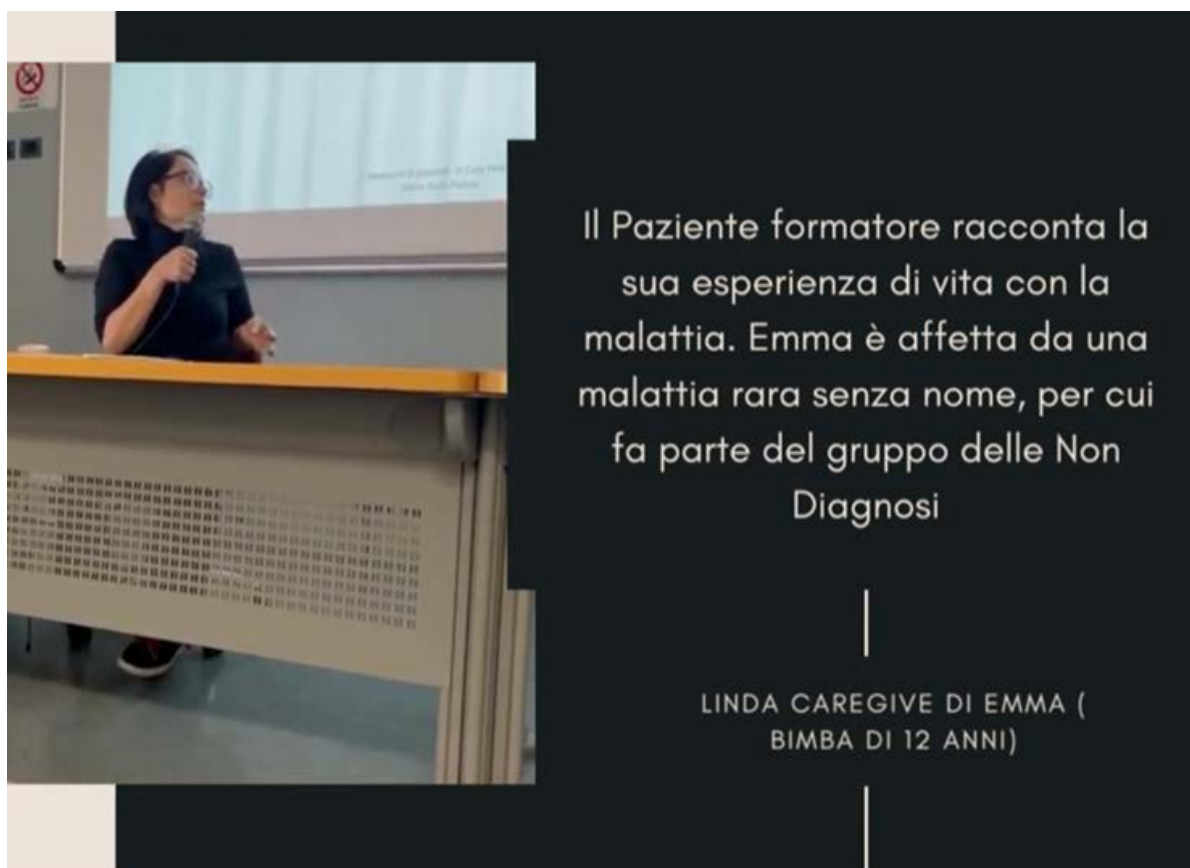
Lui, nella prima edizione, e dalla Prof.ssa **Carla Palumbo**, nella seconda edizione.

Il progetto originario è nato dalla felice intuizione di **Vincent Dumez**¹, ora Codirettore del CEPPP di Montreal; i docenti del Dipartimento di Scienze Biomediche Metaboliche e Neuroscienze e del Dipartimento di Educazione e Scienze Umane di Unimore, **Maria Stella Padula, Fausta Lui, Paola Ferri, Carla Palumbo, Michele Zoli e Giorgio Zanetti**, hanno preso spunto dall'esperienza canadese per replicarla a Modena inserendo, nei corsi di laurea di Medicina, Infermieristica, Ostetricia, Terapia occupazionale e Radioterapia, la

co-docenza con i pazienti, per preparare operatori e operatrici capaci di cure più umane.

L'esigenza, in particolare, è nata dall'aumento dell'uso di tecnologie di diagnosi e cura che in molti casi hanno sacrificato la centralità della relazione tra il medico ed il paziente.

Creare un centro di formazione e ricerca con i pazienti porta molti vantaggi a tutte le figure coinvolte: ai "pazienti formatori" che, formati dall'Università, possono trasmettere competenze trasversali, come la comunicazione della diagnosi, l'adesione alle cure complesse, l'adattamento al cambiamento indotto dalla malattia; agli stessi



¹ Si veda in proposito l'articolo *Chi sono i pazienti-partner che insegnano medicina accanto ai professori universitari* pubblicato su *Corriere Salute*, 30 aprile 2023, (https://www.corriere.it/salute/23_maggio_02/pazienti-partner-medicina-insegnano-4e62065e-e4fd-11ed-9767-c520489f6dde.shtml), in cui è presentata anche l'esperienza didattica dell'Ateneo di Modena e Reggio Emilia.



professionisti sanitari e medici che potranno comunicare con i pazienti offrendo “il volto umano” che è alla base del loro lavoro; ai pazienti che incontreranno camici bianchi formati dai pazienti “formatori”.

*“Accanto al docente che insegna la malattia, come e perché insorge, come si manifesta, come si cura, anche i pazienti potranno insegnare. Una volta formati attraverso questo Corso di Perfezionamento – afferma la Dott.ssa **Maria Stella Padula** Direttrice del Laboratorio EduCare e referente del Corso di Unimore – studenti, studentesse e professionisti della salute avranno aggiunto al loro bagaglio formativo contenuti rilevanti come: l'importanza dell'ascolto e della buona relazione fra medico e paziente, fra medico e infermiere, e*

con la famiglia e il caregiver (“paziente nascosto”); cosa significa vivere con la malattia, soprattutto con la malattia cronica, e con i suoi esiti; come ci si adatta al cambiamento; come si fa a vivere con la disabilità e la non autosufficienza, con le paure e la fatica quotidiana dell'essere malato, con la paura di morire”.

*“Obiettivo del metodo e dei contenuti per la formazione con i pazienti – afferma la Prof.ssa **Carla Palumbo**, Direttrice dell'ultimo corso – è quello di voler mettere in evidenza alcuni aspetti positivi e meno divulgati della cura, cioè le “buone pratiche”, che sono contenuti originali irrinunciabili di insegnamento. L'obiettivo del corso è insegnare con i pazienti per umanizzare la cura attraverso il vissuto appreso dei pazienti stessi, dei caregiver,*



dei docenti di Medicina, degli studenti, delle studentesse e di tutti i professionisti dell'area medica, sia dell'Ospedale sia del Territorio, con l'interesse sia dell'ASL sia dell'Azienda Policlinico".

*"Nel Corso di Perfezionamento e nel laboratorio EduCare – conclude la Dott.ssa **Maria Stella Padula** – mi preme sottolineare che il coinvolgimento del Dipartimento di Scienze Biomediche, Metaboliche e Neuroscienze e del Dipartimento di Educazione e Scienze Umane sono la vera espressione dell'integrazione fra scienze mediche e scienze umane che è alla base del progetto EduCare per l'umanizzazione della cura. I corsi, inoltre, vedono il sostegno della SIMG – Società Italiana di Medicina Generale, dell'Associazione Tandem APS e della Fondazione di Modena".*

Comunicare la scienza: la divulgazione semplice e rigorosa alla portata di tutti

Communicating science: simple and rigorous dissemination within everyone's reach

The communication of science is a fundamental part of a researcher's work, because it makes it possible to explain the cultural and social impact of research conducted in academic laboratories. Sharing what is being done in university laboratories with those who are curious about how the studies will affect everyone's lives is crucial to enable young people in particular to learn about and treasure scientific information. All communication channels are useful for talking about science because they address different users in terms of age, habits and interests. Scientific rigour is maintained; simplifying communication does not mean making it trivial. One example is a project by Prof. Mauro Mandrioli, Professor of Genetics at the Department of Life Sciences, who collaborated on a comic strip about Neanderthal man. Scientific dissemination is becoming a key element of an awareness that raises everyone, both the public and universities.

La comunicazione della scienza è una parte fondamentale del lavoro di un ricercatore, perché permette di spiegare l'impatto che hanno le ricerche condotte nei laboratori accademici a livello culturale e sociale.

Il riferimento è in questo caso non a una comunicazione di servizio fatta per insegnare, ma

un'attività che nasce dalla volontà di condividere quanto viene fatto nei laboratori universitari con chi è curioso di capire cosa vi accade e come ciò che ricercano gli studiosi e le studiose influenzerà la vita di tutti e tutte.

Tutti i canali di comunicazione possono essere utili per parlare di scienza perché si rivolgono a utenti diversi per età, abitudini e interessi. Il rigore scientifico viene mantenuto, da un



lato, controllando il livello di complessità dei contenuti, semplificare infatti non significa deformare né banalizzare, e, dall'altro, usando i tempi e gli strumenti giusti per ciascun canale.

Un esempio particolare lo offre un progetto del Prof. **Mauro Mandrioli**, docente di Genetica al Dipartimento di Scienze della Vita, che ha collaborato alla stesura di un **fumetto** che parla dell'uomo di Neanderthal.

*“La collaborazione alla stesura del fumetto dedicato all'uomo di Neanderthal (il primo in Italia di questo tipo) – afferma il Prof. **Mauro Mandrioli** – è stato un modo interessante per mettermi in gioco e provare a far conoscere la scienza in un modo diverso. Abituamente nelle mie pubblicazioni uso immagini per raccontare i miei dati, perché non usarle per raccontare l'evoluzione dell'uomo? La vera sfida è stata però fare in modo che venisse rappresentato solo ciò di cui abbiamo evidenze”.*

Un esercizio di questo tipo conduce a interrogarsi su cosa possa servire per catturare l'attenzione in particolare su argomenti anche complessi.

*“Catturare l'attenzione di persone poco interessate alle scienze – prosegue **Mandrioli** – è sempre una scommessa. Personalmente ho l'abitudine di cercare un collegamento anche a episodi di vita personali e comuni. Creare un ponte con chi ascolta è fondamentale perché chi ti ascolta può condividere esperienze simili. Per stimolare l'interesse, ad esempio, sulla genetica, il mio ambito di ricerca e di insegnamento, parlo spesso della celiachia, comune a molte persone, e attraverso questa, oltre a catturare l'attenzione del pubblico, giovane o adulto, ribadisco l'importanza degli screening genetic”.*

“Da genetista – prosegue il Prof. Mandrioli – trovo tanti studenti e persone curiose di capire quale spazio avranno le biotecnologie nella medicina del futuro, anche in funzione delle ricadute bioetiche. Tutti hanno sentito parlare di malattie genetiche,

a scuola, in televisione oppure in ospedale. Oggi, grazie a una tecnica che si chiama CRISPR possiamo correggere le mutazioni che le causano, ma questa possibilità apre anche tante domande in relazione al come normare queste tecnologie che nei fatti ci permettono di modificare il nostro DNA. Quali modifiche possiamo fare e chi decide cosa è legale o meno? Sono tante le curiosità sul tema e, in particolare, il confronto con i giovani differisce dalle posizioni degli scienziati”.

Viene pertanto da chiedersi come la divulgazione scientifica può influire sulla vita di un giovane, se questi potrà farne tesoro per il futuro.

*“La scienza rappresenta uno strumento per approcciare i problemi, un modus operandi avrebbe detto la mia professoressa di Latino – prosegue il Prof. **Mauro Mandrioli**. Disporre di questi strumenti è tanto più importante quanto numerose sono le informazioni che ricevi ogni giorno. I ragazzi e le ragazze più giovani sono molto più attenti di quanto pensiamo a capire cosa c'è di onesto e vero in quello che ricevono in termini di informazioni. Sono molto più abituati di noi adulti a dubitare di quello che vedono e sentono, ma serve aiutarli a capire come passare dal dubbio al giudizio. Sicuramente la scienza è presente nella loro vita scolastica, nelle pagine che seguono sui social e in quello che leggono, per cui hanno una idea molto più concreta di quello che la scienza può fare per loro e questo penso che derivi dalla migliorata comunicazione, ma anche dalla scuola. **La richiesta di una maggiore comunicazione ritengo abbia fatto bene anche all'università perché gli scienziati hanno iniziato a sentire la necessità di confrontarsi con i più giovani non solo per orientarli nello studio, ma anche per capire come viene visto il loro lavoro. La scienza è sempre più spesso condivisione e questo ha fatto crescere tutti, sia il pubblico sia le università”.***



Mauro Mandrioli è Professore Associato al Dipartimento di Scienze della Vita, dove si interessa di evoluzione e di storia della scienza. Da numerosi anni collabora con scuole, riviste e musei per progetti di comunicazione della scienza. Tra questi vi è **Pikaia**, il portale dell'evoluzione, che da quasi venti anni racconta le più recenti scoperte sull'evoluzione (pikaia.eu).

Comunicare e condividere: la scienza si racconta.

Communicating and sharing: science tells its story. Interview with Dr. Devis Bellucci

From being a Galileo Prize finalist to telling incredible stories about biomaterials, Dr. Bellucci takes us on a journey through science popularisation, the importance of making science accessible, and the indisputable impact that scientific understanding can have on society and on political and social decisions. Popularising science is a crucial field of knowledge, a bridge between the complexity of the scientific world and the general public. It is a fascinating task that requires profound technical expertise, but also the ability to translate complex concepts into a language accessible to all, without ever losing sight of the essence of science. Dr. Devis Bellucci, a researcher at the “Enzo Ferrari” Department of Engineering, is famous for his remarkable ability to narrate science. In his book “Materials for Life. The incredible stories of the biomaterials that repair our bodies”, which was nominated as a finalist for the prestigious Galileo Prize for Scientific Disclosure, Dr. Bellucci takes us on a fascinating journey into the world of biomaterials and their applications, a field of research that is revolutionising medicine and guaranteeing a healthier, longer and better existence for millions of people worldwide. A work of scientific popularisation that is able to ignite curiosity and interest in a discipline that directly touches our lives. In this interview he talks about his work, his book, explains the most surprising discoveries in the field of biomaterials and how science outreach can have an impact on society and political and social decisions.

Da finalista del Premio Galileo alla narrazione di incredibili storie di biomateriali, il Dr. Devis Bellucci ci guida in un viaggio attraverso la divulgazione scientifica, l'importanza di rendere la scienza accessibile, e l'indiscutibile impatto che la comprensione scientifica può avere sulla società e sulle decisioni politiche e sociali.

La divulgazione scientifica è un campo cruciale del sapere, un ponte tra la complessità del mondo scientifico e il grande pubblico. Un compito arduo e affascinante, che richiede non solo una profonda competenza tecnica, ma anche la capacità di tradurre concetti complessi in un linguaggio accessibile a tutti, senza mai perdere di vista l'essenza della scienza.

Il Dr. Devis Bellucci, ricercatore presso il Dipartimento di Ingegneria “Enzo Ferrari”, noto per la



sua notevole capacità di raccontare la scienza, è un eccellente esempio di come questo processo possa essere gestito con maestria.

Nel suo libro “Materiali per la vita. Le incredibili storie dei biomateriali che riparano il nostro corpo”, che ha ricevuto la nomination come finalista del prestigioso Premio Galileo per la Divulgazione Scientifica, il Dr. Bellucci ci accompagna in un viaggio affascinante nel mondo dei biomateriali e delle loro applicazioni, un campo di ricerca che sta rivoluzionando la medicina e garantendo un’esistenza più sana, più lunga e migliore a milioni di persone in tutto il mondo. Un’opera di divulgazione scientifica che, attraverso le storie coinvolgenti e i dettagli sorprendenti, è in grado di accendere la curiosità e l’interesse per una disciplina che tocca direttamente le nostre vite.

In questa intervista, discuteremo del suo lavoro, del ruolo della divulgazione scientifica e di come premi come il Galileo possano influenzare la percezione della scienza da parte del grande pubblico. Discuteremo inoltre del suo libro, delle scoperte più sorprendenti nel campo dei biomateriali e di come la divulgazione scientifica possa avere un impatto sulla società e sulle decisioni politiche e sociali.

Essere finalista del prestigioso Premio Galileo per la Divulgazione Scientifica è un riconoscimento di alto livello. In che modo pensa che premi come questi influenzino la percezione della scienza e la sua divulgazio-

ne presso il grande pubblico?

Ho sempre creduto che la scienza debba essere fatta – ad esempio, nei laboratori e nei centri di ricerca – insegnata – nelle scuole e nelle università – e raccontata a tutti gli altri, possibilmente in modo coinvolgente. I premi, ma direi più in generale i Festival a tema scientifico, sono importanti in quanto sottolineano il grande valore di quest’ultimo aspetto: raccontare ai non addetti ai lavori cercando non solo di fare informazione, ma anche di seminare curiosità, rendendo attraenti delle discipline ostiche come la fisica, la chimica o l’ingegneria. Il premio Strega o il Campiello sono universalmente noti, ma l’esistenza di premi come il Galileo e, ripeto, di tante manifestazioni a tema scientifico, testimonia che un bravo scrittore non scrive necessariamente narrativa, ma che possono uscire delle belle pagine anche partendo da temi scientifici e tecnologici. Magari questo può essere d’ispirazione per qualche giovane che, pur amando una certa disciplina scientifica, non cova dentro il “sacro fuoco” della ricerca, ma quello della “parola”. Ecco: c’è tanto spazio per chi racconta, accanto a quello per chi insegna e fa.

Nel suo libro si parla delle “incredibili storie dei biomateriali che riparano il nostro corpo”. C’è una particolare storia o scoperta nel campo dei biomateriali che ha trovato particolarmente sorprendente o che ha cambiato il suo modo di vedere questo campo di ricerca?

Mi ha colpito molto approfondire la storia del professor Larry Hench, che alla fine degli anni '60 scoprì i vetri bioattivi, ovvero i primi biomateriali in grado di legarsi ai nostri tessuti una volta impiantati nel corpo umano. Tra l'altro, quella dei vetri bioattivi è una delle tematiche di ricerca su cui lavoro al Dipartimento di Ingegneria "Enzo Ferrari" della nostra Università, insieme alla prof.ssa Valeria Cannillo. Fu un classico caso del destino quello che portò il giovane Hench a scoprire i biovetri, dato che si occupava di tutt'altro. Parliamo di un incontro, avvenuto su un autobus, con un colonnello dell'esercito americano, che chiacchierando con lui gli lanciò una sfida: inventare un materiale nuovo per impiego in campo ortopedico, che aiutasse i chirurghi alle prese con gli arti feriti dei soldati (erano i tempi della guerra nel Vietnam). Hench si buttò a capofitto sul problema e ce la fece.

Nel corso della sua ricerca per il libro, c'è stato un momento o una scoperta che l'ha particolarmente colpita e che pensa avrebbe un certo impatto se fosse più ampiamente conosciuta dal pubblico?

Direi le scoperte legate all'ingegneria dei tessuti, che si pone l'ambizioso obiettivo di ricostruire i tessuti danneggiati dei pazienti e, sperabilmente, in futuro anche gli organi. Si parte dalle nostre cellule, da un biomateriale su cui vengono seminate e da un bioreattore in cui far maturare il tutto. È un percorso che ci permetterà di superare la logica dei trapianti, realizzando in laboratorio tessuti "su misura" per ognuno di noi, qualora ne avessimo bisogno. Neanche da dire, la strada è ancora lunga.

La comunicazione della scienza è un campo in cui la chiarezza è di primaria importanza. Come affronta la sfida di rendere i concetti scientifici comprensibili senza perdere la loro complessità e profondità?

È davvero una sfida perché, per forza di cose,

sulle parti più tecniche bisogna semplificare, tagliare i dettagli e badare al senso: pochi concetti, ma chiari, senza girarci attorno. E come in ogni sfida che si rispetti, saltano fuori dubbi e ansie. Uno dei patemi con cui ci si confronta è che qualche volta tende a pesare di più il timore di essere criticato da un collega per aver approssimato troppo, che non la soddisfazione di essere stato compreso da 1.000 persone inesperte. Invece, la priorità è proprio questa: interessare e coinvolgere chi di argomenti tanto difficili non sa nulla.

Come valuta il ruolo delle narrazioni e delle storie personali nel rendere la scienza più accessibile e interessante per il grande pubblico?

È fondamentale appassionare e non annoiare, e qui ognuno ha il suo stile. Nel mio caso, io do proprio ampio spazio alla narrativa, alle storie delle persone: non solo scienziati, ma anche studenti, tecnici, pazienti e gente comune che ha avuto un ruolo in una certa scoperta. Tutto ciò aiuta molto a rendere "vivo" l'argomento. In fondo, dietro a ogni vicenda scientifica ci sono dei cuori che battono: sogni, ambizioni, serendipità, mal di testa e bruciori di stomaco. Nonché talora qualche truffatore...

Quale impatto pensa che la divulgazione scientifica possa avere sulla società e sull'importanza data alla scienza nelle decisioni politiche e sociali?

Una divulgazione ben fatta è fondamentale per accrescere la fiducia della società nelle istituzioni scientifiche e, più in generale, in quelle sanitarie e nella scuola. Non sto a spendere parole per sottolineare quanto siano radicate e rumorose, grazie al web, tutta una serie di teorie balzane, bufale, ipotesi di collusione con poteri più o meno occulti e via dicendo. Ecco: a fronte di tutto questo, il divulgatore non deve mai stancarsi di spiegare, spiegare, spiegare."



Comunicazione e didattica delle scienze: iniziative e progetti del Dipartimento di Scienze Chimiche e Geologiche (DSCG)

Communication and science education: initiatives and projects of the Department of Chemical and Geological Sciences (DSCG)

The role of universities in today's society is fundamental in disseminating knowledge of high quality and scientific rigour. In recent years, the Department of Chemical and Geological Sciences (DSCG) has proposed a large number of scientific communication and dissemination activities of common interest, particularly concerning the various aspects related to food such as quality/safety and nutritional value, sustainability, tradition, marketing and the recognition of territoriality as an element of quality. The projects cover all these topics, from the rediscovery and valorisation of excellent productions with mountain denominations, to the Po River and the changes it has had and will have due to the climate. The focus is on the study and protection of the environment, from the flooding and landslide events that hit the Po Valley, to lessons on the 2012 earthquake. Chemical studies on light and bioacoustics with their impact on flora and fauna, monographic studies on minerals. Many in-depth geological-naturalistic investigations were aimed at the territory, with the analysis and monitoring of hydrogeological risk.

Nella società della comunicazione di massa in cui i singoli individui possono accedere ad una quantità pressoché illimitata di informazioni, **è fondamentale il ruolo delle Università nella diffusione di conoscenze di elevata qualità e rigore scientifico.**

Negli ultimi anni sono state numerosissime le attività di comunicazione e divulgazione scientifica proposte a varie fasce della popolazione dal Dipartimento di Scienze Chimiche e Geologiche (DSCG).

Il DSCG si è fatto portavoce del crescente interesse della società ai diversi aspetti legati al cibo come qualità/sicurezza e valore nutrizionale, sostenibilità, tradizione, marketing e al riconosci-

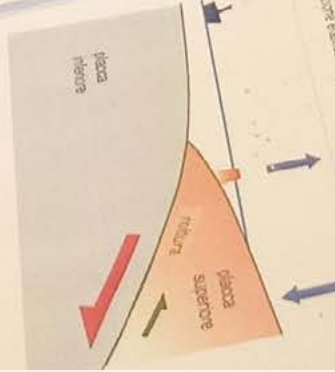


La forza elastica è: $F_e = k \cdot \Delta L$
La forza di attrito è: $F_a = \mu \cdot F_N$
La F_a aumenta costan-
retta con penden-
L'energia di deformazi-

Forze

di ve-

veico-



La frattura per scorrimento si produce lungo la superficie di
regola di deformazione plastica accumulata nei suoi
piani scivoli (fessure). Solo una piccola parte dell'energia
deformazione elastica viene rilasciata come onde sismiche. Il

Laboratori didattici durante "Le Lezioni del Sisma", 17 e 18 novembre 2022 presso l'Istituto Galilei e l'Istituto Luosi di Mirandola.

mento della territorialità come elemento di qualità.

In questo contesto, il progetto Mountain ID (**MOUNTAIN product: metodologie analitiche per coniugare Identità, sostenibilità e valore**) si è focalizzato sulla **riscoperta e valorizzazione delle produzioni di eccellenza con denominazione di montagna** che insistono sul nostro territorio e che rappresentano un cardine per lo **sviluppo sostenibile del sistema agroalimentare modenese, specialmente nel settore appenninico**. La Camera di Commercio di Modena ha ospitato e patrocinato un incontro,

aperto alla cittadinanza, in cui sono stati illustrati gli obiettivi e le attività del progetto.

Di cibo si è poi parlato anche al Caffè Scienza Vignola, in un seminario intitolato ***Dalle ciliegie al Parmigiano Reggiano: l'importanza della chimica a tavola***.

Il DSCG si è dimostrato da sempre attento allo **studio e alla salvaguardia dell'Ambiente**, a partire dal nostro Territorio.

Gli eventi alluvionali e franosi che hanno colpito la pianura padana nel maggio scorso hanno ancora una volta messo in evidenza l'importanza della



Il Progetto MOUNTAIN ID è stato uno dei 90 progetti di ricerca sulle DOP IGP italiane nella Agorà della Ricerca nell'ambito della manifestazione "Italia Next DOP – 1° Simposio Scientifico filiere DOP IGP", organizzato da Fondazione Qualivita a Roma, all'Auditorium della Tecnica, il 22 febbraio 2023.

conoscenza geologica del territorio. Oltre allo sviluppo delle competenze degli specialisti in campo geologico e della loro applicazione nella pianificazione territoriale, appare sempre più evidente la **necessità di una consapevolezza diffusa sulle tematiche geologico-ambientali**, affinché i comportamenti e le pratiche dei singoli cittadini possano affiancarsi a quelle dei decisori politici nella mitigazione degli effetti di eventi estremi.

La Regione Emilia-Romagna è storicamente un'area molto fragile e fortemente esposta a frane, alluvioni e terremoti, sia per la sua conformazione

geologica sia per la presenza pervasiva dell'uomo e delle sue infrastrutture sul territorio. La recente accelerazione dei cambiamenti climatico-ambientali di matrice antropica, sta esacerbando gli effetti dei rischi geologici con prolungati periodi siccitosi che si alternano ad eventi meteorici estremi, come quello che ha scatenato le recenti alluvioni e dissesti.

Oltre ai convegni e alle giornate didattiche del Decennale del Sisma dell'evento **Le Lezioni del Sisma Emilia 2012 - 10 eventi per 10 anni**, ampiamente descritte nel numero di Focus Uni-



Esperimenti realizzati durante le Scuole di Base di Chimica presso i laboratori del DSCG.

more di dicembre 2022 ([Decennale del Sisma in Emilia: convegni e giornate didattiche a cura di Unimore – FocusUnimore](#)), il DSCG ha svolto nelle scuole secondarie di secondo grado un'intensa **attività seminariale sulle tematiche legate ai cambiamenti climatici, ai rischi geologici, e in generale alla conoscenza geologica del territorio.**

Di siccità poi si è parlato al Caffè Scienza Modena, in un seminario intitolato ***Il Fiume Po, com'è cambiato e come cambierà in risposta ai cambiamenti climatici.***

Ad ottobre 2022 presso la Biblioteca Delfini di Modena, nell'ambito del Mese della Scienza a tema ***Scienza da mangiare***, diversi docenti DSCG hanno partecipato al laboratorio interattivo multidisciplinare per le scuole e per la cittadinanza che intreccia attività pratiche, letture di approfon-

dimento e attività di formazione permanente.

Due specifici laboratori, ***Lo spettacolare laboratorio chimico tra il salotto e la camera da letto*** e ***Geologia e vino: un brindisi al terroir***, hanno permesso di raccontare attività di ricerca che vengono condotte all'interno del Dipartimento intrecciando un linguaggio visivo, sperimentale e sensoriale.

I Docenti del DSCG hanno inoltre realizzato attività di comunicazione che spaziano dalla partecipazione ormai collaudata alla ***Notte della Ricerca***, alla progettazione di percorsi mirati per Unijunior sia a Reggio Emilia sia a Modena.

Nella 'Notte della Ricerca 2022', svoltasi il 30 settembre 2022 presso il Complesso di San Geminiano di Modena, si sono svolti dei laboratori interattivi e molto partecipati: ***Chimica... che sorpresa!*** ha rappresentato un viaggio nel mondo



*Mosasaurus cf. hoffmanni, frammento di muso di mosasauro dal Cretacico Superiore di San Valentino (RE).
La lunghezza del pezzo è di circa 50 cm.*

microscopico della materia, fatto di molecole, ioni e di interazioni tra di essi; **Luce ultravioletta: i colori segreti della natura** (in collaborazione con il Museo “Gemma”) ha permesso di illustrare in modo sperimentale i fenomeni derivanti dall’interazione della radiazione ultravioletta (UV) con sostanze minerali ed organiche, in grado di rivelare colori inaspettati nei materiali con cui interagiscono, in base alla natura chimica e strutturale del materiale stesso; **Bioacustica - l’importanza del suono nell’ecologia** (in collaborazione con il Dipartimento di Scienze della Vita) ha permesso di scoprire la bioacustica di alcuni animali (mammiferi, specie ornitiche, insetti...), il loro contributo alle scoperte etologiche, nonché di far conoscere aspetti relativi all’inquinamento acustico ed al suo impatto su fauna e flora.

Sono state numerose le **attività di PCTO (Percorsi per le Competenze Trasversali e l’Orientamento)**, all’interno delle **attività del PLS (Piano Lauree Scientifiche)** durante le quali studenti delle scuole secondarie di secondo grado hanno partecipato ad attività di ricerca presso il DSCG.

Le **Scuole di Base di Chimica** hanno progettato esperimenti interattivi e analisi per comprendere i fenomeni chimici e le trasformazioni della materia. **Percorsi di approfondimento geologico-naturalistico** sono stati mirati al Territorio quali l’analisi e il monitoraggio del rischio idrogeologico, i minerali e le loro applicazioni industriali, il rischio amianto, le modalità di studio del sottosuolo, le dinamiche che regolano terremoti e tsunami, la documentazione paleontologica e i combustibili fossili.

Continuano inoltre le attività di divulgazione di uno studio monografico sui minerali della provincia di Modena, nato con l’intento di aggiornare il panorama attuale, arricchendolo con dati analitici e documentazione di ritrovamenti acquisiti grazie alla collaborazione con musei mineralogici locali

e con collezionisti privati. Già presentato a diversi eventi di comunicazione scientifica a Reggio Emilia e a Bologna, sarà presto divulgato anche a realtà territoriali modenesi. L’iniziativa **Fossili Regionali**, promossa dalla Società Paleontologica Italiana con l’intento di favorire la divulgazione e la conoscenza delle ricchezze del patrimonio paleontologico del nostro paese attraverso la selezione di un fossile simbolo per ogni regione italiana, ha eletto come migliore fossile dell’Emilia-Romagna *Mosasaurus cf. hoffmanni* in studio presso ricercatori del DSCG.

*“Il contesto di queste numerose attività e progetti offre anche l’occasione – spiegano la Prof.ssa **Annalisa Ferretti** e il Prof. **Luigi Bruno** – per un primo bilancio sul corso di Laurea Magistrale in “Didattica e Comunicazione delle Scienze”, con acronimo S4EDU (“Science for Education”), attivato nell’a.a. 2019/20 e rivolto all’acquisizione di competenze STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) e di modalità didattiche inclusive.*

*A S4EDU – proseguono Ferretti e Bruno – hanno accesso laureati e laureate con differente formazione scientifica, interessati a **proseguire gli studi in una direzione di comprensione integrata e di comunicazione delle scienze.** Questo percorso didattico si è rivelato una scelta premiante visto l’elevato numero di domande di iscrizione ricevute. Importante la sinergia delle diverse realtà che ruotano attorno al mondo della comunicazione e della didattica scientifica, a partire dal MUSE, il Museo delle Scienze di Trento, al Sistema Museale di Ateneo di Modena e Reggio Emilia, incluso il Museo Gemma, alla Fondazione Golinelli di Bologna, a rappresentanti della divulgazione scientifica (Zanichelli Editore, Alkémica di Mantova, GAME Science Research Center), ai Provveditorati e Comuni di Modena e Reggio Emilia, ad insegnanti della Scuola Secondaria di primo e secondo grado”.*

Macchine sensibili: un progetto di Unimore nel cuore della città di Reggio Emilia

Sensitive machines: a Unimore project in the heart of the city of Reggio Emilia

The cycle of thematic and in-depth meetings “Sensitive Machines”, curated by Prof. Federico Montanari of the Department of Communication and Economics of Unimore, was dedicated to some major topical issues: the relationship between war and communication, gastronomic narration and the “rebellion” of the 1980s.

The meeting on communication and various media channels on the dramatic topic of the war in Ukraine was addressed by university lecturers and sociologists who are media experts. A second meeting focused on gastronomic storytelling, from the question of brands and trademarks to the topic of cultural-historical categories related to taste. A third event was dedicated to the “rebels of the 1980s”, years often represented as a period of wealth and prosperity, which instead focused on the “dark” side of this decade, with particular reference to the explosion of a youth counter-culture such as Punk, which gave rise to another type of narrative, anticipating themes such as ecologism, pacifism and the search for different styles and forms of life, also on an aesthetic and socio-cultural level.

Nel centro di Reggio Emilia, nella suggestiva cornice del Chiostro della Ghiara si è tenuto di recente il ciclo di incontri tematici e di approfondimento **“Macchine sensibili”**, curato dal Prof. **Federico Montanari** del Dipartimento di Comunicazione ed Economia di Unimore. Il percorso è stato dedicato ad alcuni grandi temi di attualità, come il rapporto tra guerra e comunicazione, la narrazione gastronomica e la “ribellione” degli anni Ottanta del Novecento.

*“La rassegna ha voluto innanzi tutto mostrare – spiega l’organizzatore Prof. **Federico Montanari** – quanto Unimore voglia aprirsi ad iniziative assieme alla città, come, in questo caso, collaborando anche con diverse associazioni culturali e artistiche di Reggio Emilia, come Via Roma 49, Rizosfera, i Chiostri della Ghiara. Gli incontri hanno affrontato temi di grande impatto e attualità anche in rapporto ad una riflessione storica e culturale, come il caso del punk e la riflessione critica sugli anni ‘80, considerando questo incontro come un “anticipo” della grande mostra che si inaugurerà in autunno, a Palazzo Magnani, sullo storico e im-*



portante gruppo punk dei CCCP, di origine reggiana.”

Il primo incontro ha affrontato il tema, drammaticamente attuale, della **guerra in Ucraina**. Il tema è stato trattato dal punto di vista della comunicazione e di come la guerra viene narrata e rappresentata dai media, tradizionali e social.

All'appuntamento sono intervenuti docenti universitari e sociologi esperti di media come il Prof. **Giovanni Boccia Artieri** dell'Università di Urbino, specialista nello studio dei social media, il Prof. **Manolo Farci** dell'Università di Urbino, esperto di media, di immagini e dimensione sociale del corpo e il Prof. **Massimiliano Panarari** dell'Unimercaforum, sociologo della comunicazione politica e anche editorialista.

Il secondo incontro ha affrontato il tema delle **narrazioni e della comunicazione sul cibo**. Questa tematica è stata affrontata con il semiologo, scrittore e docente universitario Prof. **Gianfranco Marrone** dell'Università di Palermo, che da anni dedica il suo lavoro di analisi e ricerca ai discorsi sul cibo e sulle sue rappresentazioni simboliche e comunicative: dalla questione dei brand e delle marche, fino al tema delle categorie storico-culturali relative al gusto. A questo percorso, come discussant, ha preso parte il direttore di Istoreco, **Arturo Bertoldi**.

Il terzo appuntamento è stato dedicato ai “ri-

belli degli anni '80”. Gli anni '80 sono stati spesso rappresentati come un decennio di benessere, moda e ricchezza, nel corso dell'incontro è stata fatta luce sul lato “oscuro” di questo decennio, con riferimento particolare all'esplosione di una contro-cultura giovanile come quella del Punk, che ha dato vita ad un altro tipo di narrazione, alternativa, che ha anticipato tematiche come quelle dell'ecologismo, del pacifismo e della ricerca di stili e forme di vita “altri”, anche sul piano estetico e socio-culturale. A discutere di questo tema è stata la scrittrice e attivista **Laura Carroli**, con interventi della storica **Alessia Masini** e di **Giovanni Catellani**, studioso e appassionato di punk.

*“L'apertura e vero scambio di rapporti fra università e città contempla molteplici piani: economico, culturale ed artistico-estetico, per questo motivo la rassegna è stata pensata e realizzata presso il bellissimo Chiostro della Ghiara nel centro storico di Reggio e in collaborazione, appunto, con diverse associazioni reggiane. L'iniziativa – conclude il Prof. **Montanari** – non è isolata, ha avuto un anticipo il 29 giugno scorso, con la collaborazione fra Unimore e Spazio Gerra, nella organizzazione di un concerto ed action painting performance con l'artista Dim Sampaio, con la presentazione del suo libro d'arte, con Format edizioni, e con il gruppo Jazz Francesca Ajmar trio. Dobbiamo proseguire e insistere in questi scambi fra città e università”.*

Conferenza internazionale FAIM23 – Flexible Automation and Intelligent Manufacturing: tra i relatori il Prof. Marcello Pellicciari di Unimore

La robotica industriale rappresenta oggi una delle più rilevanti innovazioni dell'industria 4.0 e consente di raggiungere brillanti risultati nell'ambito della manifattura intelligente e della produzione flessibile, in combinazione con l'utilizzo delle tecnologie digitali.

Questo il punto di partenza dell'intervento del Prof. **Marcello Pellicciari**, ordinario di Disegno e Metodi dell'Ingegneria Industriale presso il Dipartimento di Scienze e Metodi dell'Ingegneria di Unimore, presentato di recente nell'ambito della Conferenza Internazionale FAIM23 – Flexible Automation and Intelligent Manufacturing, organizzata dall'Istituto Politecnico di Porto, in Portogallo.

Tantissimi sono stati gli esempi presentati dal Prof. Pellicciari, che riassumono 15 anni della sua attività nell'ambito della robotica industriale presso il **Centro INTERMECH MO.RE**.

Dai primi progetti, svolti in collaborazione con aziende del territorio, riguardanti la programmazione flessibile e ottimizzazione dei processi che un robot industriale può eseguire per svolgere compiti complessi e personalizzati (come l'affilatura di coltelli), alla simulazione e ottimizzazione di celle robotiche grazie alla simulazione e al digital twin, fino alla compensazione dinamica degli errori di moto e all'efficientamento energetico sviluppato all'interno di prestigiosi progetti Europei (COMET, AREUS) e, da ultimo, all'integrazione della robotica industriale con le moderne tecnologie informatiche come il machine learning e l'intelligenza artificiale.



Tra i progetti più recenti merita di essere citato **HORIZON PeneloPe** (*Closed-loop digital pipeline for a flexible and modular manufacturing of large components*), di cui Unimore è partner: coordinato dal centro spagnolo AIMEN, al suo interno il gruppo di ricerca del Prof. Pellicciari lavora e sviluppa soluzioni innovative per il controllo e l'ottimizzazione dei processi produttivi in ambito aeronautico.

“Solamente prevenendo i potenziali errori ed implementando opportune tecniche di controllo e compensazione in tempo reale, è possibile utilizzare i robot industriali per molteplici attività con elevata accuratezza e ripetibilità, superando i limiti tradizionali che un robot porta con sé” ha spiegato il Prof. Pellicciari commentando i suoi lavori.

*“Quanto descritto non è un lavoro individuale ma è frutto di lavoro sinergico di team e di tanti anni di studio e ricerca in questi settori. A tale scopo voglio ringraziare le persone del mio gruppo, che hanno lavorato con me su questi temi: la Prof.ssa **Margherita Peruzzini**, il Prof. **Roberto Raffaelli** e il Dott. **Pietro Bilancia**.”*

Nelle conclusioni Pellicciari ha fornito interessanti idee e prospettive future per lo sviluppo della robotica industriale: dalla promozione di un approccio transdisciplinare per l'integrazione di domini diversi di conoscenza e modelli di simulazione integrati al fine replicare in modo realistico ed accurato i comportamenti dei robot tramite prototipi virtuali avanzati, alla necessità di risolvere problemi e conflitti tramite digital twin multi-dominio, ottimizzando in tempo reale le prestazioni e creando intelligenza al fine di affrontare anche eventi non previsti.



- [Osservatorio Geofisico: maggio 2023 il secondo più piovoso da almeno 190 anni](#)
- [Il Rettore prof. Carlo Adolfo Porro insignito della onorificenza di Commendatore della Repubblica Italiana](#)
- [Progetto CoMPaSS-NMD al via il primo kick off meeting](#)
- [Reggio Emilia, attestati di lingua a studenti delle superiori risultati idonei nelle prove del CLA](#)
- [Terza edizione del Brain-Inspired Computing Workshop, l'8 e 9 giugno a Modena](#)
- [Agenda 2030 verso un futuro sostenibile: il 7 giugno a Giurisprudenza laboratori e percorsi di competenze trasversali per l'orientamento](#)
- ["Geometric Topology, Art, and Science": il convegno a Modena l'8 giugno e a Reggio Emilia il 9-10 giugno](#)
- ["Climate Change & Public Health": il 9 giugno Unimore ospita un Convegno Nazionale che unisce ricerca climatica e salute pubblica](#)
- [Accordo quadro tra Unimore e il Comitato Italiano Paralimpico](#)
- [Summer School in Digital Humanities and Digital Communication: la quarta edizione dal 12 al 16 giugno](#)
- [Rapporto AlmaLaurea 2023: Unimore ai massimi vertici per occupazione e retribuzione di laureati e laureate](#)
- [A Giurisprudenza prosegue ciclo di seminari promossi in collaborazione con la LUMSA con una discussione sul rapporto tra bisogni e merito](#)
- [Al via il BIP – Blended Intensive Program dedicato alla scoperta delle produzioni alimentari](#)
- [Modena accoglie il 54° Congresso Nazionale della Società Italiana di Foniatria e Logopedia \(SIFEL\)](#)
- [Immagini e parole: un seminario al CRID promosso dall'Archivio storico-giuridico "Anselmo Cassani"](#)
- [A Reggio Emilia la nona edizione della Conferenza internazionale sulla Scienza dei materiali e i materiali intelligenti](#)
- [Unimore rinnova l'ultra decennale accordo di scambio con la delegazione della Shanghai University](#)
- [Mercoledì 21 giugno Unimore presenta il Bilancio di genere nell'ambito del Progetto GE&PA](#)
- [Il 23 giugno l'evento conclusivo della quarta edizione del progetto TACC Unimore](#)
- [Al DISMI un evento per la Giornata Internazionale delle Donne nell'Ingegneria](#)
- [Gender*MoRe: una nuova iniziativa di Unimore per affrontare il "gender bias" in ambito accademico](#)
- [Il pensiero costituzionale di Bhimrao Ramji Ambedkar: un seminario promosso dall'Archivio storico-giuridico "Anselmo Cassani" del CRID](#)
- [Unimore accoglie una delegazione di docenti ucraini per promuovere l'integrazione nel contesto europeo](#)
- [CNU 2023: al CUS Mo.Re sette medaglie d'oro, sei argenti e due bronzi](#)
- [Unimore scala il QS World University Rankings 2024: riconoscimento internazionale per Ricerca e Sostenibilità](#)
- [Online FocusUnimore di giugno, speciale sulla ricerca strategica di Ateneo](#)
- [Corsi di Dottorato di Ricerca Unimore 2023-2024: presentazione online martedì 4 luglio](#)
- [Al via a Reggio Emilia il ciclo di incontri "Macchine sensibili" sui linguaggi della guerra, del cibo e delle ribellioni](#)
- [Sottoscritto il nuovo accordo "Reggio Emilia città universitaria"](#)

FocusUnimore
numero 38 - luglio 2023
Autorizzazione n. 11/2019 del
30/12/2019
presso il Tribunale di Modena
focus.unimore.it

Ideazione e progettazione
Serena Benedetti
Thomas Casadei
Carlo Adolfo Porro

Edizione online e impaginazione grafica
Paolo Alberici
Simone Di Paolo
Carolina Ramos

Traduzioni
Roberta Bedogni
Cinzia Rosselli

Foto e video
Luca Marrone
Gabriele Pasca

Redazione
Alberto Odoardo Anderlini
Matteo Cappa
Gabriele Pasca
Marcella Scapinelli

Comitato editoriale
Claudia Canali
Michela Maschietto
Marcello Pinti
Matteo Rinaldini

Direttore responsabile
Thomas Casadei

Si ringraziano
per aver collaborato a questo numero:
Annamaria Alfonsi, Simona Assirelli, Devis Bellucci,
Luigi Bruno, Valentina Davighi, Annalisa Ferretti,
Veronique Fiorini, Maria Raffaella Ingrosso, Mauro
Mandrioli, Gianluca Marchi, Federico Montanari,
Laura Montinaro, Maria Stella Padula, Carla
Palumbo, Marcello Pellicciari, Michele Pola,
Emanuela Raimondi, Giovanni Verzellesi, Sofia Ye

Il tuo 5 x 1000 è importante.

CF Unimore: 00427620364

www.unimore.it