

# Mostra d'Arte Diffusa M@D: un'esperienza di comunicazione scientifica tra ricerca, impresa, arte e cultura

Michela Tassistro<sup>a</sup>, Laura Polito<sup>b</sup>, Ilaria Schizzi<sup>a</sup>

<sup>a</sup> ATMin3D, Istituto di Scienze e Tecnologie Chimiche “Giulio Natta” (SCITEC), sede di Genova

<sup>b</sup> ATMin3D, Istituto di Scienze e Tecnologie Chimiche «Giulio Natta» (SCITEC), sede di Milano-Fantoli

È possibile per un tessuto urbano desideroso di promuovere e valorizzare la cultura riuscire ad aggiungere valore a un progetto di ricerca e aumentare l'impatto sociale di un'azienda? Può una semplice narrazione comunicativa raggiungere questo obiettivo?

La risposta è complessa, ma si può tentare, per esempio, attraverso azioni di terza missione multilivello in grado di combinare rigore e irriverenza, autorevolezza e coraggio. Un esempio particolarmente rilevante è stata la Mostra d'Arte Diffusa (M@D) di Monza, attività di terza missione realizzata nell'ambito del progetto “Arred'Arte, Multipli plastici per l'arredamento di design artistico”. Il progetto, avviato nel 2017 con il finanziamento di Regione Lombardia, si è sviluppato nell'ambito di un partenariato coordinato da Slide srl, azienda italiana di design per l'arredamento e l'illuminazione, e composto dal Consiglio Nazionale delle Ricerche (CNR) con l'Istituto di Scienze e Tecnologie Chimiche (SCITEC, ex ISMAC), da Tornova srl e da Meridiana Leogalleries srl.

L'obiettivo del progetto era quello di coniugare il concetto di estetica e di bellezza intrinseca di un manufatto artistico alla pragmaticità della conoscenza e alla potenza dell'innovazione. Una sfida che i partner hanno rappresentato



Figura 1  
Le keyword dell'evento

A partire dal Decreto legislativo del 25 novembre 2016 n.218 (art. 17) che affida all'ANVUR il compito di redigere le linee guida per la valutazione degli Enti Pubblici di Ricerca, di concerto con la Consulta dei Presidenti -ferma restando la valutazione svolta dal singolo Ministero vigilante- vengono fissate le linee guida per la «valutazione della qualità dei processi, dei risultati e dei prodotti delle attività di ricerca, di disseminazione della ricerca e delle attività di terza missione, ivi compreso il trasferimento tecnologico relativo a tali attività». Nel giugno 2017 è stata adottata la definizione di Terza Missione contenuta nel Manuale ANVUR dopo la pubblicazione delle Linee Guida per la Valutazione degli Enti Pubblici di Ricerca. <https://www.anvur.it/attivita/temi/riferimenti-normativi/>

**ANVUR**  
AGENZIA NAZIONALE DI VALUTAZIONE  
DEL SISTEMA UNIVERSITARIO E DELLA RICERCA

Evaluation of Research Quality

**vqr**  
Valutazione Qualità della Ricerca

Figura 2  
Approfondimento della definizione di terza missione

anche nelle attività di disseminazione dei risultati attraverso una raffigurazione non convenzionale che ne ha esaltato la dimensione estetica ottenuta attraverso la ricerca scientifica.

Il materiale innovativo finale, studiato e messo a punto dall'attività di ricerca di SCITEC, è stato prodotto sia nella versione laccata sia in quella trasparente; si tratta di un materiale polimerico composito a base di polietilene, arricchito da microsfere cave di vetro capaci di conferire leggerezza e robustezza al prodotto finale e, nel caso di manufatti illuminati internamente, un gradevolissimo effetto di diffusione della luce. Le caratteristiche di leggerezza e qualità superficiali innovative, fondamentali per la produzione di oggetti cavi in plastica, lo hanno



Figura 3  
Prodotto di design realizzato  
con il materiale composito innovativo

reso adatto alla tecnologia dello stampaggio rotazionale (*rotomoulding*) e alla realizzazione dei manufatti per l'arredamento di design per esterni ed interni, anche di grandi dimensioni e di forme complesse.

Nello specifico, con lo stampaggio rotazionale, il materiale polimerico in polvere viene fatto aderire sulle pareti interne di uno stampo metallico, portato ad opportuna temperatura e mantenuto in rotazione biassiale. Raggiunta la giusta temperatura il fuso polimerico ha una fluidità tale da ben ricoprire tutto lo stampo e formare uno strato uniforme di materiale che, solidificandosi nel successivo raffreddamento, crea un corpo cavo che costituisce l'oggetto stampato finale.

Una delle sfide che hanno dovuto affrontare i ricercatori e le ricercatrici di SCITEC è stata trovare la tipologia e la giusta quantità di microsfere di vetro da impiegare nonché gli additivi più adatti a ottenere una buona adesione tra le microsfere e la matrice polimerica, necessaria per garantire la performance dei materiali. Infatti, l'aggiunta delle microsfere di vetro, solide alla temperatura alla quale il polimero fonde e raggiunge la fluidità richiesta, può portare facilmente alla formazione di manufatti non omogenei nello spessore, poco compatti, non ben rifiniti e scarsamente robusti.

La mostra M@D, con una comunicazione in grado di esaltare la parte estetica del pensiero conoscitivo e la bellezza dell'arte, ha condotto la comunità urbana di Monza alla scoperta del valore della ricerca scientifica. Per questo motivo il personale SCITEC coinvolto non ha solo espresso le proprie skill scientifiche, ma anche competenze tipiche del campo della comunicazione, integrandole alle abituali attitudini e ruoli presenti nell'Istituto.

Il personale scientifico, supportato dal Team Attività di Terza Missione in 3D (ATMin3D) per le attività di comunicazione e disseminazione di SCITEC, ha



Figura 4  
La ricerca che comunica



Figura 5

Alcuni della Squadra CNR di Progetto che per la parte scientifica era costituita da Fabio Bertini, Paola Stagnaro, Salvatore Iannace, Giulio Falcone, Roberto Utzeri e Adriano Vignali

lavorato in modo coordinato nei laboratori delle due sedi dell'Istituto di Milano e di Genova. Il direttore di SCITEC, oltre ad aver contribuito scientificamente al progetto, ha rappresentato il CNR alla cerimonia di inaugurazione della mostra M@D tenutasi il 4 aprile 2019 con un evento di vernissage che ha visto quale ospite d'onore il tenore Renato Cazzaniga, voce potente e coinvolgente, legato affettivamente alla vivacità culturale della città di Monza.

La mostra M@D è stata un evento molto ambizioso per obiettivi e multidisciplinarietà degli stakeholder rivelandosi un'efficace rappresentazione delle diversità dei partner. Dal canto suo, SCITEC ha dimostrato di poter giocare un ruolo da protagonista anche in un ambito non convenzionale, traguardando obiettivi non scontati di contaminazione sociale, economica e culturale. L'attività di ricerca è stata l'elemento trainante di raccordo tra il tessuto imprenditoriale, l'ambito culturale e quello sociale, in un ciclo virtuoso: SCITEC ha messo a punto un materiale polimerico innovativo, le imprese hanno realizzato prodotti d'arredo di design e infine l'evento di terza missione, ha permesso di diffondere tali prodotti sul territorio. La mostra M@D, infatti, è stata strutturata come un percorso sensoriale urbano, nel quale i manufatti sono stati collocati in cinque punti della città accanto ad altrettante installazioni artistiche: la mostra ha generato un'importante ricaduta culturale e sociale per la città di Monza.

Le attività del Progetto Arred'arte, la mostra M@d e le azioni connesse sono state supportate in modo continuativo da una comunicazione multicanale che ha permesso di raggiungere in modo diretto, immediato e senza pregiudizi



Figura 6  
Esposizione  
nel percorso sensoriale

un ampio target di età contaminando settori diversi con modalità espressive e linguaggi non convenzionali.

SCITEC ha curato la comunicazione attraverso la stesura delle pagine del catalogo riservate al CNR, per l'editing delle parti scientifiche e di quelle riservate al presidente, la redazione dei comunicati stampa in collaborazione con uffici centrali CNR e gli uffici stampa delle aziende coinvolte e l'editing dei testi per i siti web del CNR e di SCITEC. La comunicazione social è stata veicolata da SCITEC mediante i propri profili Twitter e Instagram, realizzando diversi prodotti multimediali attraverso un'ampia gamma di strumenti e promuovendoli mediante YouTube. SCITEC ha programmato le attività di comunicazione contando sulla professionalità messa in campo dal CNR centrale e sulla capacità di amplificazione e propagazione della comunicazione attraverso le diverse piattaforme specializzate.

A titolo esemplificativo, il CNR ha messo a disposizione tool curati dai diversi uffici: Ufficio Stampa per la pubblicazione sul sito centrale CNR, la promozione dell'evento e delle news attraverso una campagna social (Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram), oltre alla messa a disposizione del servizio comunicati stampa); Unità di Comunicazione e Relazioni con il pubblico per rubriche di approfondimento trasversale sulla pagina Facebook dedicata; piattaforma "CNR Outreach"; Ufficio di Valorizzazione della Ricerca per attività in aree settoriali



Figura 7  
Mappa sensoriale M@D

specializzate (come Promot Instruments, modello per il trasferimento dei risultati e i prodotti della ricerca verso il mondo imprenditoriale).

Il modello scientifico abitua al fatto che il prodotto della ricerca ottenuto passi sempre dalla valutazione della comunità scientifica o da componenti esperti che provengono da essa o da settori confinanti. Giudizio o valutazione che ne accresce il valore, ne suggerisce miglioramenti o ne decreta l'inapplicabilità. Questo permette al team scientifico di verificare se le aspettative sono state attese. Lo stesso modello è stato applicato all'attività di terza missione attraverso l'analisi dei risultati ottenuti e dell'impatto da essi generato. Nel presente caso studio, l'impatto positivo, nella dimensione sociale, economica e culturale, continua ad esprimersi nei contesti di riferimento dei diversi beneficiari: dai partner coinvolti nel progetto e nell'evento M@D, fino agli stakeholder produttivi, sociali ed accademici del territorio. Infatti, M@D ha cambiato il modo di proporre alla cittadinanza il rapporto tra innovazione tecnologica e arte, assumendo un proprio ruolo nel marketing territoriale, diventando un appuntamento fisso per la città e stimolando la realizzazione di altri eventi negli anni successivi, nonostante la situazione pandemica da virus SARS-CoV2. M@D si è imposta non solo come brand (logo) di proposte culturali urbane, ma anche interpretando un ruolo nella comunicazione social attraverso l'affermazione di un profilo Instagram

([https://www.instagram.com/mad\\_monza/](https://www.instagram.com/mad_monza/)) vivace e dinamico, capace di esprimere appieno la versatilità di uno strumento proprio delle ultime generazioni.

Il profilo è stato creato dagli studenti e dalle studentesse dell'Accademia di Belle Arti Santa Giulia, Brescia, nell'ambito del progetto di formazione/tesi di laurea "on the job". Il suo utilizzo, consolidato nel tempo, ha generato un vantaggio per la città in termini culturali difficilmente quantificabile ma che trova espressione nell'aver ottenuto in poco tempo 360 follower. Consideriamo tale risultato come un importante indicatore quantitativo in considerazione del fatto che questo strumento social viene utilizzato dal target più giovane.

Indicatori qualitativi positivi dell'attività sono stati la partecipazione della popolazione (che non è stato possibile quantificare con precisione, essendo stata la mostra all'aperto e libera), e il generale gradimento espresso dai fruitori. Inoltre, la partecipazione del tenore Cazzaniga al vernissage di inaugurazione (4 aprile 2019) è stato un indicatore qualitativo della buona ricezione dell'attività da parte del mondo della cultura musicale.

Dal punto di vista dei risultati imprenditoriali è rilevante sottolineare come il materiale polimerico innovativo, risultato della ricerca di SCITEC, ha reso



Figura 8  
Foto della giornata inaugurale

il processo di produzione dei manufatti di design più snello, riducendo sensibilmente il fabbisogno energetico e stimolando l'interesse verso lo stampaggio rotazionale anche di produttori oltreoceano. Le stesse aziende inoltre hanno giovato di maggiore visibilità e fruibilità. Sebbene sia molto complesso stimare l'impatto economico del nuovo network e la sua gradibilità al pubblico, è rilevante osservare che le vendite di un manufatto come "La panchina dell'amore", già esposto con successo al M@D, ed oggetto di successiva campagna promozionale chiamata "Gesti d'amore", sia stato l'oggetto più venduto nel 2020.

Indicatori di impatto quantitativi per l'ente di ricerca sono da evidenziarsi nelle nuove collaborazioni scientifiche, nell'ampliamento della rete dei contatti, nelle nuove attività di consulenza alle imprese e nei nuovi progetti finanziati. Da non sottovalutare tra gli elementi di coesione sociale, un impatto generato dai legami che scaturiscono dalle collaborazioni tra ricerca e realtà territoriali, che ha permesso un consolidamento delle relazioni tra SCITEC e le aziende partner, ma anche lo sviluppo di nuove progettualità, con allargamento del consorzio,

La Valorizzazione della Ricerca ad oggi ha assunto un significato dal forte impatto sociale diventando una 'misura' di salute pubblica globale, che assume maggiore efficacia e potenza quando ciascun attore "allinea processi e risultati della ricerca e dell'innovazione ai valori, ai bisogni e alle aspirazioni della società in cui opera", essenza della Responsible Research and Innovation e riaffermata nei 17 Obiettivi di sviluppo sostenibile individuati in Agenda 2030 (declinati dall'Alleanza Italiana per lo Sviluppo Sostenibile nel 2016 in ONU).

Trasferire Conoscenza attraverso le Attività di Terza Missione (come previsto dall'Agenzia Nazionale di valutazione del sistema universitario e della ricerca – ANVUR ex DLGS 218/2016) in Scitec si è tradotto in un modello tridimensionale che combina:

- \*AZIONI (Diffusione, Disseminazione, Divulgazione),
- \*STRUMENTI suddivisi su pilastri: Public Engagement – Comunicazione – Valutazione) e
- \*RISORSE UMANE (3 Team: Attività di Terza Missione in 3d, Sito WEB e Social).

Da sito web di Scitec: <http://www.scitec.cnr.it/in3d-ita>

**Modello in 3d: come Scitec trasferisce Conoscenza**

Consiglio Nazionale delle Ricerche

Terza Missione in3d

Diffusione Disseminazione Divulgazione

Public Engagement Comunicazione in3d Valutazione

Risorse umane

Organizzazione a Team

Coordinamento con strutture CNR centrali

Networking

Educational Contests Internazionali Istituzioni e Produzione Contests non convenzionali

Figura 9  
Attività di terza missione in SCITEC

sostanziatosi nel progetto Ropevemi (2019-22), finanziato dal MISE nell'ambito del bando "Accordi per l'innovazione".

Inoltre, l'ente, riconoscendo l'impatto derivato da questa attività, ha consolidato una struttura organizzativa interna e trasversale in grado di rispondere alle esigenze di disseminazione e comunicazione, impiegando personale con profili di tecnologo, personale amministrativo e di ricerca. Trasferire conoscenza attraverso le attività di terza missione in SCITEC si è tradotto in un modello tridimensionale che combina azioni (Diffusione, Disseminazione e Divulgazione), strumenti (Public Engagement, Comunicazione e Valutazione) e risorse umane (articolate in tre team). SCITEC ha inoltre creato, all'interno del proprio bilancio, una linea di ricerca comune alle sei aree tematiche presenti nell'istituto e denominata ATM3D (Attività di Terza Missione in 3D). Questa risposta è un chiaro indicatore del beneficio che l'attività di terza missione è stata in grado di creare, promuovendo all'interno della struttura una forma organizzativa fino ad allora assente o presente in modo non coordinato.

Le diverse competenze dei partner hanno consentito il raggiungimento di un risultato armonico in quanto i singoli obiettivi si sono perfettamente allineati con le esigenze e i bisogni della comunità. Ogni mission è stata tradotta in azione: *prendersi cura della compagine sociale* (riaprire spazi urbani all'accessibilità e alla fruibilità dei cittadini), *promuovere l'innovazione scientifica* (valorizzare la scienza e far percepire la centralità del ruolo della ricerca), *proporre uno sviluppo economico territoriale capace di contenere il mondo della cultura e quello produttivo*.

Per la prima volta in tandem con un evento scientifico, è stata offerta alla città la possibilità di fruire gratuitamente di prodotti derivanti dalla sinergia tra ricerca e produzione di oggetti di design, annullando così le distanze tra il vivere comune, la scienza e l'arte. Il metodo "non convenzionale" ha permesso di operare un trasferimento di conoscenza dei prodotti della ricerca direttamente ai fruitori dell'esposizione, coinvolgendo un target (la popolazione generale) che altrimenti sarebbe stato difficile raggiungere.

Il network di comunicazione ha saputo coordinare ed utilizzare i contributi e gli strumenti di ciascun partner per la definizione e la realizzazione di un unico piano di comunicazione. Comunicare la scienza è possibile, anche in modi originali e non convenzionali ed è una sfida che non solo va colta ma va cercata e promossa perché il cittadino possa essere sempre più coinvolto in prima persona nell'attività di ricerca che viene svolta, ad ogni livello, all'interno del CNR.

### *Riferimenti*

- 1) Catalogo d'arte, redatto a cura di Matteo Galbiati e Leo Galleries, con la prefazione del presidente del CNR, Massimo Inguscio
- 2) filmato YouTube [https://youtu.be/j5v8U\\_7idG4](https://youtu.be/j5v8U_7idG4) quale report finale del progetto a cura del team CNR ATMin3D Tools: canale video
- 3) <https://www.facebook.com/events/leogalleries/fuorisalone-monza-arte-e-design-da-depero-ai-nostri-gi/482587742273044/>
- 4) visualizzazioni del filmato sul canale YouTube CNR-SCITEC: [https://youtu.be/j5v8U\\_7idG4](https://youtu.be/j5v8U_7idG4)
- 5) promozione su sito web istituzionale CNR <https://www.cnr.it/it/news/8668/la-scienza-al-fuori-salone-monza-2019-design-arte-musica>
- 6) promozione su sito web del CNR-SCITEC (ex ISMAC) <http://www.ismac.cnr.it/2019/04/progetto-arredarte-multipli-plastici-per-larredamento-di-design-artistico-fesr-regione-lombardia>
- 7) promozione sul sito web dell'azienda Slide Design srl <https://slidedesign.it/it/md-monza/>
- 8) promozione sito Comune Monza <https://www.comune.monza.it/it/eventi/index.html?id=4693>
- 9) promozione sul sito TecnoEdizioni <https://www.tecnoedizioni.com/cnr-ismac-plastica-design/>
- 10) rassegna stampa M@D:  
<https://www.exibart.com/evento-arte/md-monza-arte-diffusa/>  
[https://www.monzatoday.it/eventi/fuorisalone\\_eventi-.html](https://www.monzatoday.it/eventi/fuorisalone_eventi-.html)  
[https://www.ilcittadinomb.it/stories/Cronaca/anche-monza-e-fuorisalone-2019-design-arte-e-musica-dal-3-al-18-aprile\\_1306597\\_11/](https://www.ilcittadinomb.it/stories/Cronaca/anche-monza-e-fuorisalone-2019-design-arte-e-musica-dal-3-al-18-aprile_1306597_11/)  
<https://monzaindiretta.it/news/monza-un-evento-al-giorno-con-il-fuorisalone-2019/>  
<https://www.mbnews.it/2019/03/monza-fuori-salone-eventi-programma/>  
<https://www.ilgiornaledellarte.com/articoli/geneticamente-predisposta-per-il-design/130971.html>  
[https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjI79H3o6vvAhV0wAIHHdFHDBQ4ChAWMA56BAgJEAM&url=https%3A%2F%2Ffilcompensatocurvato.it%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F04%2FGiornale-di-Monza-Settimanale.pdf&usq=AOvVaw1mfCv8tDf0\\_yQFSiCVy-Oi](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjI79H3o6vvAhV0wAIHHdFHDBQ4ChAWMA56BAgJEAM&url=https%3A%2F%2Ffilcompensatocurvato.it%2Fwp-content%2Fuploads%2F2019%2F04%2FGiornale-di-Monza-Settimanale.pdf&usq=AOvVaw1mfCv8tDf0_yQFSiCVy-Oi)  
<http://www.monzareale.it/2019/03/29/fuorisalonemonza-2019>