

Si fa ma non si dice

Esiti di un'indagine quantitativa sulla terza missione degli antropologi accademici italiani

Dario Basile

dario.basile@unito.it

Università di Torino

ORCID: orcid.org/0000-0001-6861-9350

Abstract

This research report presents the findings of a quantitative investigation of Italian anthropologists' research and third mission activities, based on questionnaires mailed to all Italian Anthropology professors (Scientific-Disciplinary Sector M-DEA/01) in May/June 2020. The results of this survey were compared to those of another national study of academics' third mission activities carried out in 2015/2016. This survey's goal is to discover how much Italian anthropologists were committed over the 2015-2020 period to some activities, aimed at engaging universities in the public sphere. In fact, the results of this study point to a high level of participation in Academic Engagement and, even more, in Public Engagement. These activities have mainly a local dimension, a sort of Community Engagement. Moreover, it was unexpected to find out that there is a statistical positive correlation between Public and Academic Engagement activities and research activities. We discover that Italian anthropologists are not less engaged with institutions and companies than their colleagues of other disciplines. But unexpectedly Italian anthropologists' high level of third mission has apparently not paid off in terms of academic recruitment, as shown by a comparison with such neighboring disciplines as Sociology and Psychology in the last 10 years.

Keywords: Italian Anthropology, Italian academics, Third Mission, Public Engagement, Academic Engagement.

Da sempre il mondo accademico ha influito in maniera significativa sullo sviluppo socioeconomico, ma negli ultimi decenni sono cresciute le aspettative per un impegno più sistematico e diretto delle università nei processi di innovazione economica e sociale. Per questo, oltre all'attività formativa e alla ricerca, a partire dagli anni Novanta ha assunto sempre più importanza la cosiddetta Terza Missione. Non si tratta solo di attività nuove quanto, in parte, di un processo di maggiore e progressiva istituzionalizzazione di attività già esistenti (Perulli 2018). Ma a differenza del passato, dove queste azioni si sviluppavano grazie alle iniziative e ai rapporti personali dei singoli docenti o ricercatori, le università si sono dotate di strumenti e strutture che permettono di ampliare tale attività. Intesa in senso ampio la terza missione fa riferimento alla produzione, all'uso e allo sfruttamento di conoscenze e altre competenze presenti nell'università. Come ha scritto Angela Perulli:

Al docente non viene più chiesto solo di essere un bravo ricercatore e un bravo insegnante, ma di essere capace di attirare finanziamenti per la ricerca, di promuovere un'attività di tipo imprenditoriale capace di stare sul mercato, di sviluppare competenze di tipo manageriale e gestionale, di essere un buon comunicatore di conoscenza, e molto altro ancora (Ivi: 20).

Tutto ciò, come ha recentemente osservato Alessandro Simonicca nelle pagine di questa rivista, potrebbe essere letto in un'ottica liberista con l'idea che «la cultura vada monitorata, analizzata e valutata in termini di profittabilità sociale e/o economica» (Simonicca 2020: 271). Eppure, che si valutino – venendo così valorizzate – anche le attività di Terza Missione è per l'antropologia estremamente importante. Infatti, come vedremo a breve, gli antropologi italiani sono molto impegnati in questo tipo di azioni. «Per l'antropologia – ricordava Pier Paolo Viazzo – esistono sempre più spesso doveri di restituzione o addirittura di reciprocità tra accademici e comunità o enti locali, e conseguentemente di diffusione dei risultati delle ricerche non solo a livello nazionale e eventualmente internazionale, ma anche a livello regionale e locale» (Viazzo 2009: 199). Oggi la Terza Missione viene misurata dall'ANVUR (Agenzia Nazionale di Valutazione del Sistema Universitario e della Ricerca), che ha tra i suoi compiti anche la valutazione di queste azioni e l'impatto sociale di atenei ed enti di ricerca¹.

Mi è sembrato interessante capire quanto l'antropologia accademica italiana fosse impegnata in questo tipo di attività. Per questo motivo, tra maggio e giugno del 2020, ho inviato un questionario a tutte le antropologhe e agli antropologi incardinati in ruoli universitari in Italia. La survey si proponeva di quantificare, sia pure a grandi linee, l'intensità dell'impegno nelle attività di Terza Missione degli strutturati del settore scientifico disciplinare M-DEA/01 e il loro attivismo nella comunicazione. Per un'analisi dettagliata della parte dell'indagine relativa alla comunicazione rimando a un altro mio recente rapporto di ricerca (Basile 2021), in questa sede verranno invece presentati gli esiti relativi all'impegno nell'attività di *Public Engagement* (impegno pubblico e sociale) e di *Academic Engagement* (indagini commissionate, consulenza e servizi) e nella *Ricerca*.

Al momento dell'ideazione del questionario, per poter confrontare queste tipologie di azioni degli antropologi con quelle di appartenenti ad altri settori disciplinari, ho deciso di utilizzare alcune delle domande di un'indagine campionaria sulle attività di Terza Missione di tutti gli accademici italiani, condotta tra la fine del 2015 e l'inizio del 2016 (Perulli *et al.* 2018). La scelta di servirsi di un questionario e di compararne le risposte nasce dalla volontà di uscire da un orizzonte di senso comune, esclusivamente auto-percettivo o impressionistico. Tramite la survey del 2020 è stato così possibile valutare il grado di partecipazione degli antropologi accademici interpellati nelle attività sopra elencate. Considerando il campione, che è costituito dall'intera popolazione M-DEA/01, e tenendo conto dell'altissimo tasso netto di risposta relativo ai soli questionari utilizzabili (pari al 72% del campione) si possono considerare i dati analizzati come altamente rappresentativi. Tutte le risposte sono state elaborate in modo aggregato e anonimo, utilizzando il programma di elaborazione e analisi statistica SPSS².

¹ Si veda: <https://www.anvur.it/attivita/temi/>

² Ringrazio i revisori anonimi di AP per gli utili suggerimenti, che ho cercato di recepire al meglio, il sociologo Alberto Gherardini e la psicologa Anna Toscano per il supporto nell'elaborazione dei dati. Grazie a Pier Paolo Viazzo per aver letto le precedenti versioni di questo rapporto di ricerca.

Una correlazione statistica inaspettata: la terza missione favorisce la ricerca

Nel questionario del 2020 è stato chiesto ai rispondenti di indicare a quanti progetti di ricerca avessero lavorato negli ultimi cinque anni, specificando l'origine dei fondi: se provenienti dall'ateneo, se esterni all'ateneo (bandi) o se provenienti da istituzioni private. Come si vede nella Tab. 1, i bandi esterni sono in numeri assoluti i più frequentati, con 80 docenti che dichiarano di aver partecipato ad almeno un progetto di questo tipo. A seguire vengono i progetti finanziati con i fondi di ateneo, con 75 docenti che hanno partecipato ad almeno uno di questo tipo di progetti. Molti meno sono, invece, coloro che partecipano a progetti di ricerca finanziati con fondi provenienti da istituzioni private: solo 37 sui 68 che hanno risposto a questa domanda. Entriamo più nel dettaglio di ogni singola categoria. Come si può vedere, per quanto riguarda i progetti d'ateneo, la percentuale più alta (28%) corrisponde a coloro che hanno partecipato a un solo bando negli ultimi cinque anni. Di contro c'è un 24% di docenti che dichiara di aver partecipato, nello stesso periodo, a più di quattro di questi progetti, quasi uno all'anno. Esiste evidentemente un certo numero di strutturati molto attivi nel reperire risorse per la ricerca. A determinare tale dato potrebbe essere la semplice intraprendenza personale o un alto numero di collaboratori che spinge "dal basso" affinché vengano attivate nuove risorse. Meno polarizzato è invece il quadro dei progetti finanziati con fondi esterni, dove la netta maggioranza ha partecipato a uno o due progetti negli ultimi cinque anni. Veniamo infine ai progetti finanziati con fondi provenienti da istituzioni private. Se nelle altre due tipologie la percentuale di coloro che non hanno partecipato a neanche uno di questi progetti si aggira intorno al 19%, nel caso dei progetti finanziati da privati la quota dei non partecipanti si innalza al 46%. Questo dato è indicativo del fatto che la ricerca antropologica fatica a trovare finanziamenti privati, un problema comune all'intero sistema universitario italiano. In Italia la percentuale di imprese private che investono nella ricerca universitaria si aggira intorno all'1,7% del totale, ben al di sotto di una media europea del 6,3% (Ramella, Rostan 2018: 175).

	Progetti di ricerca finanziati con fondi di ateneo	Progetti di ricerca finanziati con fondi esterni all'ateneo (bandi)	Progetti di ricerca finanziati con fondi provenienti da istituzioni private
Nessuno	18 (19%)	18 (18%)	31 (46%)
Uno	26 (28%)	26 (27%)	20 (29%)
Due	16 (17%)	31 (32%)	8 (12%)
Tre	8 (9%)	10 (10%)	3 (4%)
Quattro	3 (3%)	3 (3%)	2 (3%)
Più di quattro	22 (24%)	10 (10%)	4 (6%)
Totale ³	93 (100%)	98 (100%)	68 (100%)

Tabella 1 Numero di progetti di ricerca a cui gli strutturati DEA hanno partecipato negli ultimi cinque anni (Indagine DEA 2020).

Dalle analisi statistiche emerge, inoltre, un altro aspetto che meriterebbe di essere approfondito. Esiste una correlazione inversa tra la sede dell'ateneo e il numero di ricerche finanziate:

³ I totali si riferiscono al numero di persone che hanno risposto alla singola domanda.

ovvero, muovendosi dal Nord al Sud decresce la possibilità di attrarre risorse per la ricerca⁴. Veniamo, infine, al dato statistico forse più significativo e per certi versi controintuitivo: esiste una correlazione positiva tra numero di progetti di ricerca a cui gli strutturati DEA hanno partecipato negli ultimi cinque anni e la quantità di impegno sia nell'*Academic Engagement* sia nel *Public Engagement*⁵. Si registra, in altri termini, un effetto cumulativo (nel gergo sociologico denominato “effetto San Matteo”) che fa sì che chi è più impegnato in un ambito lo sia anche negli altri. In altre parole, la ricerca sembra ricavare beneficio dalle risorse sociali ed economiche che le attività di Terza Missione sono in grado di attivare e viceversa. Tale dato è in linea con quanto emerso nella ricerca campionaria del 2015 sulle attività di Terza Missione di tutti gli accademici italiani che a breve vedremo da vicino. Una delle autrici, infatti, scriveva: «In linea generale, uno dei risultati più significativi è che l'impegno dedicato alle attività di terza missione tende a essere più intenso tra coloro che fanno più ricerca, che mobilitano più reti di collaboratori, che sono in grado di attivare più risorse, secondo un meccanismo cumulativo» (Semenza 2018: 41).

L'indagine campionaria del 2015

Come accennato, tra la fine del 2015 e l'inizio del 2016, è stata condotta un'ampia indagine campionaria sulla terza missione di tutti gli accademici italiani. La ricerca, coordinata da quattro sociologi (Angela Perulli, Francesco Ramella, Michele Rostan e Renata Semenza), ha coinvolto circa cinquemila accademici strutturati (professori ordinari e associati, ricercatori a tempo indeterminato e determinato) nell'organico delle università statali italiane. Il campione è stato stratificato sulla base della disciplina di appartenenza e della collocazione geografica degli atenei. Facevano parte di quel campione anche 21 strutturati nel settore scientifico disciplinare M-DEA/01. Quell'indagine campionaria teneva conto delle indicazioni di altri studi internazionali e utilizzava le domande già testate da altre ricerche sullo stesso argomento (Anzivino, Ceravolo 2018: 207-208). Le attività di terza missione su cui sono stati interrogati gli accademici italiani erano distinte in quattro tipi: *Academic Entrepreneurship* (valorizzazione commerciale della ricerca), *Academic Engagement* (ricerca commissionata, consulenza e servizi), *Human Resource Development* (valorizzazione e formazione delle risorse umane) e *Public Engagement* (impegno pubblico e sociale). Tralasciando la valorizzazione commerciale della ricerca, poco attinente con le attività degli antropologi, grazie all'aiuto del sociologo Alberto Gherardini – che ha estratto per noi alcuni dati inediti dal campione – ho sondato qualche domanda di quell'indagine. Lo scopo era quello di confrontare le risposte del “microcampione antropologico” con quelle dell'intero campione e con quelle dei colleghi di due scienze limitrofe (la sociologia e la psicologia).

La prima domanda analizzata riguardava l'impegno dei docenti nell'attività di formatori presso enti e aziende. I numeri sono certamente molto piccoli ma, come si può vedere nella Tab. 2, ben 8 antropologi su 20 (dunque il 40%) rispondevano di aver svolto abbastanza o molto spesso questa attività, una percentuale che supera ampiamente non solo la media del campione (20,7%), ma anche quella delle due discipline limitrofe: sociologia (36,6%) e psicologia (38,7%).

⁴ Correlazione di Pearson Ricerca /Sede = - 0,216 (significatività a due code 0,043).

⁵ Per misurare un'eventuale correlazione statistica tra ricerca e impegno nella terza missione sono state raggruppate, in tre indici, tutte le domande relative ai progetti di ricerca svolti, all'*Academic Engagement* e al *Public Engagement*. I tre indici sono stati poi messi a confronto. Sono emerse le seguenti correlazioni. Correlazione di Pearson: Ricerca /*Academic Engagement* = 0,202 (significatività a due code 0,05) /Correlazione di Pearson: Ricerca /*Public Engagement* = 0,220 (significatività a due code 0,05).

		Frequenza	Percentuale
Intero campione	Mai/Poco	4.017	79,3%
	Abbastanza/Molto	1.048	20,7%
	Totale	5.065	100%
Sociologia	Mai/ Poco	78	63,4%
	Abbastanza/ Molto	45	36,6%
	Totale	123	100%
Psicologia	Mai/Poco	68	61,3%
	Abbastanza/Molto	43	38,7%
	Totale	111	100%
Antropologia	Mai/Poco	12	60%
	Abbastanza/Molto	8	40%
	Totale	20	100

Tabella 2 Negli ultimi cinque anni, quanto spesso è stato impegnato in incarichi come formatore presso enti e/o aziende? (Indagine campionaria 2015)

Pur considerando l'esiguità del campione, ciò che già emergeva nell'indagine campionaria del 2015 è che gli antropologi non erano meno impegnati dei colleghi di altre discipline nelle attività di consulenza e di servizi prestati a organizzazioni esterne. Emblematica a questo proposito è la domanda in cui si chiedeva ai docenti di indicare quanto fossero stati impegnati nelle attività di consulenza per organizzazioni non universitarie. Come si vede nella Tab. 3, anche qui il 40% del campione DEA dichiarava di aver svolto abbastanza spesso questa attività negli ultimi cinque anni, contro il 26,3% soltanto del campione totale che dichiarava di averlo svolto abbastanza o molto spesso, il 42,1% dei sociologi e il 33,6% degli psicologi.

		Frequenza	Percentuale
Intero campione	Mai/Poco	3.673	73,7%
	Abbastanza/ Molto	1.309	26,3%
	Totale	4.982	100%
Sociologia	Mai/Poco	70	57,8%
	Abbastanza/Molto	51	42,2%
	Totale	121	100%
Psicologia	Mai/Poco	73	66,4%
	Abbastanza/Molto	37	33,6%
	Totale	110	100%
Antropologia	Mai/Poco	12	60,0%
	Abbastanza	8	40,0%
	Totale	20	100%

Tabella 3 Negli ultimi cinque anni, quanto spesso è stato impegnato nelle attività di consulenza per organizzazioni non universitarie? (Indagine campionaria 2015)

Analogo il dato relativo alla ricerca svolta con membri di organizzazioni non universitarie. Il 60% del campione di antropologi dichiarava di essere stato impegnato abbastanza o molto

spesso in questo tipo di attività. Percentuale che supera di molto quella dell'intero campione che si arrestava al 34,1%, ma anche quella dei due ambiti disciplinari limitrofi (sociologia 36,3%, psicologia 45,5%).

Passando alle attività di *Public Engagement* il gap a favore dell'antropologia aumentava ancora. Abbiamo sondato due domande che rientrano in questa categoria. In una si chiedeva quanto spesso, negli ultimi cinque anni, il docente avesse collaborato alla realizzazione di eventi o manifestazioni. Come si vede nella Tab. 4, il 65% del campione DEA dichiarava di averlo fatto abbastanza o molto spesso, la media di tutte le discipline è invece molto bassa: il 70% dell'intero campione dichiarava di non averlo fatto mai o poco, così come il 48,8% dei sociologi e il 70% degli psicologi.

		Frequenza	Percentuale
Intero campione	Mai/Poco	3.500	70,0%
	Abbastanza/Molto	1.496	30,0%
	Totale	4.996	100%
Sociologia	Mai/Poco	59	48,8%
	Abbastanza/Molto	62	51,2%
	Totale	121	100%
Psicologia	Mai/Poco	77	70,0%
	Abbastanza/Molto	33	30,0%
	Totale	110	100%
Antropologia	Mai/Poco	7	35,0%
	Abbastanza	13	65,0%
	Totale	20	100

Tabella 4 Negli ultimi cinque anni, in qualità di docente universitario, quanto spesso ha collaborato alla realizzazione di eventi o manifestazioni sportive dirette al territorio in cui ha sede la sua università? (Indagine campionaria 2015)

L'ultima domanda analizzata riguardava la partecipazione a incontri, conferenze e attività formative dirette al territorio dell'università. E anche qui scopriamo che l'80% degli antropologi dichiarava di aver svolto molto o abbastanza spesso quelle attività contro il 57,8% dell'intero campione, il 76,9% dei sociologi e il 69,7 degli psicologi.

I dati del 2020 sull'impegno pubblico degli strutturati DEA

Torniamo a questo punto al nostro questionario del 2020 che ha coinvolto solo gli strutturati nel settore DEA. La maggiore ampiezza campionaria (116 sui 161 strutturati DEA della nostra indagine 2020 rispetto ai 21 sui 151 strutturati DEA dell'indagine campionaria del 2015) ha permesso di disegnare un quadro più definito. Fermo restando che le due indagini fanno riferimento a due periodi di attività diversi – 2010-2015 la prima, 2015-2020 la seconda – è interessante compararne gli esiti per vedere se esista una concordanza o una discordanza nei risultati. Iniziamo con l'analisi delle risposte di un set di domande che rientrano nella categoria di *Academic Engagement*, ovvero quelle forme di collaborazione più o meno formali tra ricercatori e mondo dell'industria o delle organizzazioni non accademiche. Si tratta di attività varie, che il questionario del 2020 chiedeva ai docenti di quantificare: incarichi come formatore o attività di consu-

lenza, job placement, ricerca commissionata o svolta con non accademici, messa a disposizione della ricerca su richiesta esterna o pubblicazioni scientifiche con autori non accademici. Se analizziamo le singole domande scopriamo, in linea con quanto emergeva nella precedente indagine campionaria del 2015, che c'è un buon impegno delle antropologhe e degli antropologi in questo tipo di azioni. Per quantificare sinteticamente l'impegno nell'*Academic Engagement* degli antropologi accademici italiani si è deciso di creare un indice che include tutte le domande del questionario riguardanti questo tema⁶. Come si vede nella Tab. 5, dai risultati emerge che la maggior parte degli antropologi (49,5%) ha un impegno moderato in queste attività, il 26,7% ha un impegno intenso e solo il 23,8% un impegno debole. Nell'indagine campionaria del 2015, seguendo la stessa metodologia⁷, si era realizzato un indice analogo che raggruppava tutti gli item relativi all'*Academic Engagement*. In quel caso emergeva che, considerando i docenti di tutte le discipline, per il 36,2% l'impegno era debole, mentre l'impegno moderato si assestava al 39,8% e quello intenso al 24%⁸. Sebbene i questionari non siano perfettamente sovrapponibili⁹, le cifre sono sufficientemente robuste da permetterci di concludere che gli antropologi non sono meno impegnati dei colleghi delle altre discipline in questo tipo di attività.

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Impegno debole	25	23,8%	23,8%
Impegno moderato	52	49,5%	73,3%
Impegno intenso	28	26,7%	100%
Totale	105	100%	

Tabella 5 Distribuzione dell'indice di impegno nell'*Academic Engagement* degli antropologi (Indagine DEA 2020)

Passiamo ora alla sezione del nostro questionario relativa al *Public Engagement*, voce sotto la quale sono invece state considerate quelle attività volte a coinvolgere il pubblico per le quali si parla di una dimensione sociale della Terza Missione (Perulli 2018: 30). Le domande includevano la creazione di un'associazione culturale, la partecipazione o la realizzazione di eventi o mostre, le conferenze, le attività nelle scuole. Anche in questo caso, seguendo la stessa metodologia, le domande sono state accorpate in un indice. Come si vede nella Tab. 6 il risultato che appare evidente è quello di un forte impegno delle antropologhe e degli antropologi in questo tipo di attività. L'87,8% del campione ha un impegno moderato o intenso nel *Public Engagement*. Sono numeri molto alti anche se paragonati all'indice del *Public Engagement* dell'indagine campionaria del 2015. In quel caso, considerando gli accademici di tutte le discipline, coloro che avevano un impegno moderato o intenso erano il 70,4% di cui 36,9% moderato, 33,5% intenso (Cfr. Anzivino, Ceravolo 2018: 215).

⁶ A tutte le risposte è stato assegnato un punteggio di 0 in caso di risposta negativa, di 1 nel caso del raramente, 2 abbastanza spesso e 3 in modo frequente. È stata quindi fatta una media tra item, identificando come impegno debole chi ha ottenuto una media che va da 0 a 0,99, come impegno moderato colui che ha ottenuto una media da 1 a 1,99 e come impegno intenso chi ha ottenuto una media compresa tra il 2 e il 3.

⁷ Per la metodologia si veda nota precedente

⁸ Cfr. Anzivino, Ceravolo 2018: 215.

⁹ Come accennato in precedenza, per misurare le attività di *Public Engagement* e di *Academic Engagement* si è cercato di assicurare il massimo di comparabilità tra i risultati delle indagini, utilizzando molte delle domande riguardanti questi due ambiti proposti nell'indagine campionaria del 2015.

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Impegno debole	12	12,2%	12,2%
Impegno moderato	48	49,0%	61,2%
Impegno intenso	38	38,8%	100%
Totale	98	100%	

Tabella 6 Distribuzione dell'indice di impegno nel Public Engagement degli antropologi (Indagine DEA 2020)

La stanza di Ames

Il questionario del 2020 nasce nell'ambito di una ricerca più ampia che ho svolto sull'antropologia pubblica e sull'antropologia della e nella comunicazione¹⁰. Nel corso di numerose interviste in profondità e colloqui informali con antropologi ho rilevato un'impressione diffusa, o forse il timore, che l'antropologia accademica italiana sia ancora troppo poco presente nella sfera pubblica. Tale prospettiva "emica" poteva però essere condizionata da un lato da una comprensibile tendenza a guardare prevalentemente al mondo antropologico, senza una comparazione con quanto avviene al di là dei confini disciplinari, e dall'altro da quella che potremmo definire la "fallacia del numero assoluto", notoriamente molto ridotto per il settore DEA rispetto ad altri settori confinanti. Per questo, al momento dell'ideazione della mia survey, ho pensato che un confronto quantitativo con le attività di Terza Missione svolte dagli accademici di altre discipline avrebbe potuto aiutarmi a collocare tali questioni in una prospettiva comparativa e proporzionale. È infatti sulla proporzionalità che occorre ragionare per non correre il rischio di cadere vittime di un effetto ottico. L'artista e psicologo Adelbert Ames tra il 1940 e il 1955 ideò una serie di dimostrazioni, tra cui la più celebre fu quella di una camera capace di distorcere la percezione della reale grandezza delle persone situate al suo interno, facendole apparire molto piccole o molto grandi a seconda dell'angolo della stanza dove si posizionavano (Calabi 2011: 134-136). Se quindi ragioniamo in termini comparativi la prospettiva può cambiare e ciò che è piccolo può apparire grande, come se ci spostassimo in due angoli diversi della stanza di Ames.

Credo dunque che possa essere utile collegare i risultati fin qui illustrati a un'analisi sul numero di antropologi strutturati negli atenei italiani a partire dal nuovo millennio¹¹. In un'ottica comparativa, gli antropologi mostrano una ridotta capacità (almeno rispetto ai rappresentanti di altre scienze sociali e umane) di convincere le autorità accademiche a creare nuove posizioni per la loro disciplina, nonostante l'aumento degli studenti. Nella Tab. 7 si può osservare, come conseguenza della riforma universitaria di inizio millennio, per tutti e tre gli ambiti disciplinari una crescita considerevole – di un terzo per sociologi e comunque di un quarto per gli antropologi – che trova un'acme verso la fine del 2007.

¹⁰ L'indagine è parte della mia ricerca di tesi di dottorato svolta presso il Centro "Luigi Bobbio" per la Ricerca Sociale Pubblica e Applicata del Dipartimento di Culture, Politica e Società dell'Università degli Studi di Torino (Dottorato in Scienze Psicologiche, Antropologiche e dell'Educazione, indirizzo Antropologico).

¹¹ Si vedano le analisi condotte da Viazzo (2017).

Data	Antropologi		Sociologi		Psicologi	
	N.	Indice	N.	Indice	N.	Indice
31.12.2001	165	100	781	100	877	100
31.12.2004	186	113	867	111	978	112
31.12.2007	207	125	1.035	133	1.187	136
31.12.2010	184	112	1.066	136	1.244	142
31.12.2015	155	94	1.018	130	1.237	141
31.12.2020	161	98	1.043	134	1.359	155
30.04.2022	179	108	1.138	146	1.465	167

Tabella 7 Numero di antropologi, sociologi e psicologi in Italia 2001-2022¹²

Da quell'anno, però, la situazione per gli antropologi è nettamente peggiorata. Dopo un decennio di forte calo, solo di recente si sono manifestati segnali di ripresa che stanno riportando i numeri ai livelli dei primi anni seguiti alla riforma. Rispetto al 2001 il numero dei sociologi è invece aumentato del 50% e quello degli psicologi addirittura di due terzi. Ad oggi nelle università italiane per ogni antropologo si contano 6,36 sociologi e 8,18 psicologi (vent'anni fa rispettivamente 4,73 e 5,32). Berardino Palumbo nel suo libro *Lo strabismo della DEA* (2018) osservava che nell'arco temporale che va dal 1994 al 2016 l'antropologia culturale/sociale si è sostanzialmente indebolita all'interno del campo accademico nazionale. La contrazione numerica degli incardinati si è accompagnata a una frammentazione e dispersione delle presenze di antropologi nelle sedi universitarie (Palumbo 2018: 38). I numeri aggiornati ad oggi ci dicono che nell'ultimo anno e mezzo è in corso, per l'antropologia, un'incoraggiante inversione di tendenza con percentuali di crescita, in questo ultimissimo periodo, superiori sia alla sociologia sia alla psicologia. Vedremo se questa tendenza andrà consolidandosi o meno. Tuttavia, considerando i numeri assoluti – come ha scritto Palumbo – gli antropologi delle università italiane appaiono tuttora come «uno sparuto gruppo di “cacciatori e raccoglitori” di risorse all'interno di un'intricata e sempre più accerchiata foresta accademica» (Ivi: 43). Gli antropologi incardinati nelle università italiane sono pochi (perlopiù frazionati in diverse sedi universitarie) e questo non favorisce certamente la visibilità pubblica della disciplina.

In conclusione

Gli esiti di questa indagine sembrano indicare un superamento, “certificato” dai numeri, di una netta distinzione tra un'antropologia teorica, confinata all'interno dell'accademia, e un'antropologia applicata, collocata esclusivamente fuori dagli atenei. I confini sono molto più sfumati di quanto si sarebbe potuto immaginare. Colpiscono in modo particolare i dati sull'*Academic Engagement*. Da alcuni anni ormai è stato giustamente posto il problema delle collocazioni professionali per i laureati in antropologia¹³ ed esiste una percezione diffusa che l'antropologia accademica si preoccupi poco delle attività “di job placement”. Però, inaspettatamente, già

¹² I dati fino al 2010 sono tratti da Viazzo (2017), i dati relativi al 2015, 2020 e 2022 provengono dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca. <https://cercauniversita.cineca.it/php5/docenti/cerca.php>

¹³ Si veda tra gli altri Declich (2012).

dall'indagine campionaria del 2015 e ancora più chiaramente nell'indagine del 2020 emerge che i docenti DEA non sono meno impegnati dei colleghi delle altre discipline nelle attività di segnalazione a studenti di opportunità di lavoro e/o segnalazione a imprese di studenti. Più in generale, i dati sembrano confermare ciò che ha scritto di recente Mara Benadusi, ovvero che «l'antropologia per la società sta vivendo oggi una fase di evidente rilancio nel panorama nazionale» (Benadusi 2020b: 96). È probabile che un ruolo propositivo e di raccordo tra antropologi accademici e società lo abbiano giocato in questi anni le varie associazioni che promuovono l'antropologia pubblica e applicata nelle sue varie declinazioni: SIAA (Società Italiana di Antropologia Applicata), ANPIA (Associazione Nazionale Professionale Italiana di Antropologia), SIAM (Società Italiana di Antropologia Medica) e SIMBDEA (Società Italiana per la Museografia e i Beni Demoetnoantropologici). Ma è probabile che a fare da cinghia di trasmissione sia anche quella «parte dell'antropologia applicata e professionale che, spesso da una posizione di precariato accademico, interagisce, coabita, contribuisce a mantenere viva la folta rete di collaborazioni territoriali» (Benadusi, Altin 2022: 25). In questo senso, come già osservava Ivan Severi, l'antropologia pubblica non è un mondo separato ma si incastona in un mosaico che comprende altri ambiti come l'antropologia applicata e quella professionale (Severi 2018).

Dal questionario emerge, inoltre, chiaramente l'immagine di un'antropologia accademica italiana legata ai territori e molto attiva a livello locale, fino a potersi configurare come una vera specificità della disciplina, forse sulla scia di una lunga tradizione nazionale di studi demologici. I dati confermano, in altri termini, quello che sosteneva Alessandra Broccolini nelle pagine di questa rivista:

La prossimità e la vicinanza non solo territoriale, ma anche morale, storica e più di recente intellettuale tra antropologi e soggetti/territori è stata massima e complessa, dando vita ad un lungo e articolato processo che ha prodotto, nel corso degli anni, una antropologia che possiamo definire “pubblica”, spesso senza riconoscimenti istituzionali o accademici, raramente visibile a livello nazionale, se non in qualche sporadico caso, ma presente in modo capillare e con profonde diversificazioni in tutti i territori regionali (Broccolini 2021: 248).

È importante sottolineare una convergenza. Come ho illustrato in altra sede, se esiste una forte correlazione statistica tra *Public Engagement* e *Academic Engagement* che, come abbiamo visto, si svolgono prevalentemente a livello locale, e l'attivismo nella comunicazione, si registra anche una prevalenza degli antropologi sui media locali rispetto a quelli nazionali (Basile 2021: 252). Tutti i dati sembrano quindi puntare verso il locale. Un aspetto peraltro comune alle altre discipline. Dall'indagine campionaria del 2015 emergeva, infatti, che gli accademici italiani avevano una limitata partecipazione nel mondo della comunicazione e nei processi di *policy-making* (*General Political Engagement*) ma una considerevole partecipazione nel cosiddetto *Local Community Engagement* (Anzivino, Ceravolo, Rostan 2018: 557). Tale tendenza, alla luce di quanto abbiamo visto, appare per l'antropologia ancora più marcata.

Oltre alle riflessioni sulla dimensione locale dell'antropologia accademica italiana, sarebbe bene utilizzare questi dati per discutere di questioni più generali. Le immagini della “torre d'avorio” o “del ponte levatoio alzato” escono da questa indagine quantomai sbiadite e credo che una migliore comunicazione sia interna sia esterna alla disciplina aiuterebbe a mettere da parte l'idea di un'antropologia eccessivamente arroccata all'interno del perimetro universitario. Come ho già avuto modo di scrivere, la voce pubblica “della DEA” è flebile ed è più frutto di

iniziative individuali che di un'effettiva riconoscibilità pubblica dell'antropologia (Basile 2021: 253)¹⁴. Si fa molta terza missione ma, consapevolmente o meno, lo si dice poco. La speranza è che una migliore comunicazione di ciò che l'antropologia fa per la società italiana e per i territori possa aiutare, in qualche modo, a rafforzare la posizione della disciplina anche all'interno del campo accademico nazionale. Come abbiamo, infatti, visto – attraverso un'analisi di lungo periodo – il buon attivismo extra-accademico degli antropologi non ha, ad oggi, influito positivamente sulle politiche di reclutamento. Al contrario, al netto degli ultimissimi anni, l'antropologia si è indebolita rispetto a due ambiti disciplinari limitrofi come la sociologia e la psicologia e questo dato può stimolare ulteriori riflessioni.

I dati statistici offrono ovviamente solo delle indicazioni, occorrerebbero delle ricerche specifiche per poter meglio interpretare i numeri. Come hanno scritto nell'ultimo numero di *AP* Mara Benadusi e Roberta Altin, un'etnografia sistematica del *public engagement* risulta oltremodo urgente se si vuole capire meglio quanto si è fatto finora (Benadusi, Altin 2022: 37). Sarebbe, ad esempio, interessante comprendere se e come cambiano i terreni di ricerca di un'antropologa e un antropologo nel corso della sua carriera, in modo particolare dal momento in cui diviene uno strutturato. L'incardinamento in un ruolo universitario può spostare il focus delle ricerche dalle terre lontane a quelle vicine? E questo favorisce il rapporto con il territorio? L'impegno locale può essere incentivato dai fondi che prevedono esplicitamente ricadute sul territorio, indirizzando in questo modo la ricerca? E, soprattutto, perché gli strutturati DEA, in proporzione, fanno più Terza Missione dei colleghi delle altre discipline? Esistono delle specificità? Il dossier sull'antropologia nella Terza Missione pubblicato sull'ultimo numero di questa rivista contribuisce a comprendere meglio questo sfuggente e frastagliato “mondo terzo”¹⁵. Così come l'interessante dibattito, curato da Mara Benadusi, intorno al tema dell'applicazione dell'antropologia e del suo “uso sociale” – nato dal carteggio del 2013 tra Tullio Seppilli e Antonio Colajanni – aiuta a definire le questioni politiche, culturali e accademiche legate all'antropologia pubblica, applicata e professionale (Benadusi 2020a; 2021). Spero che gli esiti dell'indagine qui illustrati possano essere utili alle riflessioni sulla Terza Missione dell'antropologia italiana che questa rivista sicuramente continuerà ad ospitare.

Bibliografia

- Anzivino, M., Ceravolo F. A. 2018. «Nota metodologica» in *La terza missione degli accademici italiani*, Perulli, A., Ramella, F., Rostan, M., Semenza, R. (a cura di). Bologna. il Mulino: 207-219.
- Anzivino, M., Ceravolo, F., Rostan, M. 2018. Il Public Engagement degli accademici italiani: un'opportunità di rapporto tra università e territorio. *Stato e mercato*, 38 (3): 547-582.
- Basile, D. 2021. La voce della DEA. Esiti di un questionario su antropologia e comunicazione in Italia. *ANUAC*, X (2): 237-256.
- Benadusi, M. 2020a. Il carteggio Seppilli-Colajanni. Riapplicare l'antropologia applicata in Italia? *Antropologia Pubblica*, 6 (2): 241-291.
- Benadusi, M. 2020b. L'antropologia applicata in Italia: sviluppi e ripensamenti. *Voci*, 17: 93-119.

¹⁴ Da quella analisi emergeva che il 74% degli strutturati nel settore scientifico disciplinare M-DEA/01 hanno una comunicazione debole.

¹⁵ Per una rassegna su percorsi di antropologia pubblica in Italia si veda anche *Going Public* (Severi, Landi 2016).

- Benadusi, M. 2021. Il carteggio Seppilli-Colajanni. Riapplicare l'antropologia applicata in Italia? (2). *Antropologia Pubblica*, 7 (1): 217-255.
- Benadusi, M., Altin R., Engaged scholarship o razionalità neoliberale? Il ruolo anfibio dell'antropologia nella Terza Missione. *Antropologia Pubblica*, 8 (1): 23-40.
- Broccolini, A. 2021. Applicare, usare... o condividere l'antropologia? Per un'antropologia pubblica dei patrimoni culturali. *Antropologia Pubblica*, 8 (1): 23-40.
- Calabi, C. 2011. *Filosofia della percezione*. Roma-Bari. Laterza.
- Declich, F. 2012 (a cura di). *Il mestiere dell'antropologo. Esperienze di consulenza tra istituzioni e cooperazione allo sviluppo*. Roma. Carocci.
- Palumbo, B. 2018. *Lo strabismo della DEA. Antropologia, accademia e società in Italia*. Palermo. Edizioni Museo Pasqualino.
- Perulli, A. 2018, «La terza missione degli accademici: cosa si intende e cosa si fa» in *La terza missione degli accademici italiani*. Perulli, A., Ramella, F., Rostan, M., Semenza, R. (a cura di). Bologna. il Mulino: 17-35.
- Perulli, A., Ramella, F., Rostan, M., Semenza, R. (a cura di). 2018. *La terza missione degli accademici italiani*. Bologna. il Mulino.
- Ramella, F., Rostan, M. 2018. «La terza missione degli accademici italiani: un quadro d'insieme» in *La terza missione degli accademici italiani*. Perulli, A., Ramella, F., Rostan, M., Semenza, R. (a cura di). Bologna. il Mulino: 175-206.
- Semenza, R., 2018. «Quattro tipi di terza missione» in *La terza missione degli accademici italiani*. Perulli, A., Ramella, F., Rostan, M., Semenza, R. (a cura di). Bologna. il Mulino: 37-54.
- Severi, I., 2018. *Quick and Dirty. Antropologia pubblica, applicata e professionale*. Firenze. Edit.
- Severi, I., Landi, N., 2016. *Going Public. Percorsi di antropologia pubblica in Italia*. Bologna. CIS.
- Simonica, A. 2020. Sulla genesi SIAA: scissione o differenziazione? *Antropologia Pubblica*, 6 (2): 269-280.
- Viazzo, P.P. 2009. «Problemi e specificità nella valutazione della ricerca antropologica», in *La valutazione della ricerca nelle scienze sociali*. Baldissera, A. (a cura di). Acireale-Roma. Bonanno Editore: 183-202.
- Viazzo, P.P. 2017. «Anthropology and Ethnology. Historical Development, Current Orientations, Problems of Recognition in Italy» in *European Anthropologies*, 2. Barrera-González, A., Heintz, M., Horolets, H. (ed). New York. Oxford. Berghahn: 110-127.