

“La terza missione è la missione imprenditoriale, sociale e culturale dell’università. Segue cronologicamente la didattica e la ricerca che restano le due missioni tradizionali, cardini dell’università”.

(Maria Cassella, Biblioteche accademiche e terza missione, 2020, Editrice Bibliografica)

Nel nostro Paese, la Terza Missione è un percorso che sta evolvendo e che è andato mutando soprattutto nell’ultimo decennio nel contesto della valutazione pubblica e sulla scia del lavoro portato avanti dall’[ANVUR](#).

I campi di azione della terza missione

Sono elencati nel [BANDO Valutazione della Qualità della Ricerca 2015-2019 \(VQR 2015-2019\) – aggiornamento 25 settembre 2020](#):

- a) **Valorizzazione della proprietà intellettuale o industriale** (brevetti, privative vegetali e ogni altro prodotto di cui all’articolo 2, comma 1, del Decreto Legislativo n. 30/2005);
- b) **Imprenditorialità accademica** (es. spin off, start up);
- c) **Strutture di intermediazione e trasferimento tecnologico** (es. uffici di trasferimento tecnologico, incubatori, parchi scientifici e tecnologici, consorzi e associazioni per la Terza missione);
- d) **Produzione e gestione di beni artistici e culturali** (es. poli museali, scavi archeologici, attività musicali, immobili e archivi storici, biblioteche e emeroteche storiche, teatri e impianti sportivi);
- e) **Sperimentazione clinica e iniziative di tutela della salute** [...]
- f) **Formazione permanente e didattica aperta** (es. corsi di formazione continua, Educazione Continua in Medicina, MOOC);
- g) Attività di **Public Engagement**, riconducibili a:
 - i. **Organizzazione di attività culturali di pubblica utilità** [...];
 - ii. **Divulgazione scientifica** [...];
 - iii. **Iniziative di coinvolgimento dei cittadini nella ricerca** (es. dibattiti, festival e caffè scientifici, consultazioni on-line; **citizen science**; **contamination lab**);

iv. *Attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola (es. simulazioni ed esperimenti hands-on e altre attività laboratoriali);*

h) **Produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e politiche per l'inclusione** (es. formulazione di programmi di pubblico interesse, partecipazione a progetti di sviluppo urbano o valorizzazione del territorio e a iniziative di democrazia partecipativa, consensus conferences, citizen panel);

i) **Strumenti innovativi a sostegno dell'Open Science;**

j) **Attività collegate all'Agenda ONU 2030 e agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs).**

[VQR 2015 – 2019](#)

Le due grandi aree della terza missione

I campi di azione si raggruppano in due grandi aree, che costituiscono i macro ambiti in cui si articola la terza missione:

- **valorizzazione della ricerca**
- **produzione di beni sociali e servizi.**

Nella prima area vengono incluse tutte le attività legate alla commercializzazione e protezione intellettuale della ricerca scientifica. A quest'area fanno riferimento i punti relativi a brevetti, incubatori, start up, ecc. ed è quella che in questi anni si è sviluppata e consolidata di più.

*“Sotto l'ombrello **produzione di beni sociali e servizi** si raccolgono numerose attività di terza missione finalizzate al public engagement, alla valorizzazione delle risorse umane (tra cui la formazione), alla tutela della salute, alla gestione e valorizzazione del patrimonio culturale. Si tratta di attività e iniziative tra loro molto eterogenee il cui minimo comune denominatore è la produzione di beni intangibili (intangible assets)”*

(M. Cassella, ibidem)

Quest' area è

un universo in grande fermento, animato da una molteplicità di contesti culturali e centri permanenti accademici che appaiono oggi sempre più centrali nell'esercizio della Terza Missione e, più in generale, nella riscoperta del ruolo pubblico dell'Università a coltivazione del bene comune.

[Valentina Merlino \(2018, Terza Missione e cultura delle università – Note per una sociologia del patrimonio accademico\)](#)

Gestione e valorizzazione del patrimonio culturale

Per quanto attiene alla **gestione e valorizzazione del patrimonio culturale** ci sono segnali incoraggianti di sviluppo e, soprattutto, una

convergenza sempre più spinta tra biblioteche, archivi e musei favorita da alcuni fattori:

– l'evoluzione della tecnologia e la realizzazione di piattaforme digitali integrate;

– la costruzione di sistemi semantici concepiti per la realizzazione di strutture per lo scambio e l'integrazione delle informazioni appartenenti a fonti eterogenee del patrimonio culturale [...];

– la collaborazione tra le professioni del settore culturale per la gestione e il trattamento di materiali e di documenti di tipo diverso (documenti testuali, oggetti museali, musica, immagini, dati ecc.);

– lo scambio e la condivisione di esperienze.

[\(M.Cassella, Biblioteca accademica e collezioni speciali: spunti di azione e di riflessione – AIBstudi n.1 2020\)](#)

Il patrimonio culturale

Il patrimonio culturale degli Atenei è un sistema variegato e complesso fatto di istituzioni permanenti. Sono biblioteche, musei, archivi storici ma anche orti botanici, teatri o altre strutture. Uno straordinario "tesoro" ma soprattutto uno **"spaccato di cultura collettiva"**.

Purtroppo, nonostante i progressi, ci sono spesso criticità per l'accesso e la fruizione. Le motivazioni sono diverse e spaziano da criticità strutturali (comprese le carenze di personale) alla mancanza di una adeguata comunicazione. Soprattutto quest'ultimo tema è molto delicato perché ha audiences diverse: all'interno delle strutture istituzionali e all'esterno, verso il territorio.

Sviluppo dell'audience development

L'obiettivo è quindi agire sull'**audience development** e ai suoi passi di sviluppo: raggiungimento (*outreach*) e coinvolgimento (*engagement*) dei pubblici.

Utili a questo scopo sono le [strategie marketing](#). In particolare il processo di inbound che offre un importante supporto sia nella fase di disegno strategico che nelle fasi operative. Indispensabile una adeguata analisi dei pubblici con una corretta definizione e [individuazione delle personas](#).

Patrimoni analogici e digitali

La fruizione dei patrimoni ha una duplice natura: analogica/fisica e digitale.

Lo scenario prevalente mostra che, di norma, i patrimoni analogici presentano un buon livello di organizzazione. Ad esempio, negli SBA, per quanto attiene alle biblioteche, c'è un adeguato supporto da parte dei LMS. Analogamente nei sistemi museali di ateneo e nell'archivio storico.

La maggiore criticità riguarda i patrimoni digitali per i quali si riscontrano problemi diversi che coinvolgono in primis proprio l'ateneo ancor prima che i pubblici "esterni".

A parte le risorse commerciali (banche dati, abbonamenti a riviste elettroniche e il digital lending – che comunque presuppone l'acquisto di risorse e dei prestiti) sono proprio le risorse digitali dell'università a presentare spesso problemi.

Mi riferisco sia alle risorse digitalizzate (risultato di azioni di digitalizzazione di materiali antichi) che alle digital born. In particolare, per quanto riguarda le digital born, faccio riferimento non tanto alle risorse della ricerca, gestite nelle strutture specialistiche preposte, quanto piuttosto ad altri materiali prodotti: risorse per la didattica, documenti con rientrano nel perimetro della ricerca, lectio magistralis, incontri e eventi online, ecc.

Digital libraries e terza missione

I patrimoni digitali costituiscono, quindi, un universo variegato di risorse a cui si aggiungono servizi e innovative modalità di navigazione e fruizione. È l'universo delle [digital libraries](#).

Ambiente articolato e complesso, presenta alcune problematiche ricorrenti:

- le collezioni digitalizzate di frequente sono il risultato di un approccio episodico: solo alcune collezioni del patrimonio sono digitalizzate (a volte nemmeno le più significative) e “distribuito” nei dipartimenti con un effetto di significativa frammentazione
- si è spesso in presenza di strutture software tecnologicamente obsolete (di fatto una sorta di silos locali, non più mantenuti e con gravi problemi di interoperabilità)
- assenza di solidità e omogeneità nelle piattaforme: manca la compliance con l’OAIS
- il digital born è gestito parzialmente (a volte è assente)
- comunicazione scarsa e ridotta (a volte quasi inesistente) è l’interazione con i pubblici.

Potenziale relazionale

La difficoltà di raccogliere, organizzare, strutturare i patrimoni digitali, spesso molto eterogenei, si traduce in primis in *una mancanza di servizio “interno”*, rivolto cioè all’ambito accademico (docenti, ricercatori, studenti) che vive questa situazione come un disservizio. In seconda istanza ostacola o addirittura preclude la *capacità di coinvolgimento del territorio e dei pubblici*. E questo è un problema grave perché il patrimonio culturale dell’ateneo, e quello digitale in particolare, ha un rilevante potenziale relazionale. Rappresenta, infatti, una eredità del sapere che crea le condizioni ideali per una narrazione condivisa proprio con il territorio, rappresentandone spesso porzioni importanti di memoria storica. Penso, in particolare ai fondi fotografici, alle emeroteche che raccolgono le testate locali ma anche ai fondi di persona (di cui parlano Fiammetta Sabba e Lucia Sardo).

Da qui la necessità di introdurre adeguati strumenti a supporto che offrano una modalità di fruizione suggestiva per i pubblici non accademici (ad esempio con i [viewers IIIF](#)) e strumenti avanzati per lo studio e la ricerca (i grafi di relazione, la ricerca full text ocr, ecc).

Digital libraries e infrastrutture tecnologiche

Sono, quindi, indispensabili piattaforme e strumenti tecnologici all’altezza delle necessità e delle aspettative. Infrastrutture aperte, interoperabili, con una adeguata compliance con i principali standard internazionali di conservazione e preservazione del digitale (ad esempio, l’OAIS) e mettano le digital libraries al riparo dai problemi di obsolescenza tecnologica. Piattaforme in grado, quindi, di giocare un ruolo decisivo nel:

- creare le condizioni per un coordinamento e una visione d’insieme del patrimonio culturale accademico
- mettere a disposizione le potenzialità di innovazione espressiva che offre la digital library proprio per le sue caratteristiche intrinseche (di fatto una modalità espressiva in linea con le esigenze e le nuove abitudini digitali dei pubblici)
- consentire agli atenei e alle loro istituzioni culturali una adeguata interazione con il territorio con cui favorire la creazione di nuovi spazi di cooperazione. Ad esempio, attraverso la trasformazione della digital library di ateneo in digital library di “territorio”, con l’accoglienza

di patrimoni di realtà istituzionali locali (fondi fotografici, emeroteche, ...) ma anche archivi di persona e d'impresa che possano arricchire e contribuire al concetto di comunità.

Microbibliografia

Per approfondire:

Maria Cassella, Biblioteche accademiche e terza missione, 2020, Editrice Bibliografica e [la mia recensione](#).

[M.Cassella, Biblioteca accademica e collezioni speciali: spunti di azione e di riflessione – AIBstudi n.1 2020](#)

Fiammetta Sabba, [Terza Missione, Comunicazione, e Biblioteche accademiche, Bibliothecae.it, 8 \(2019\), 2, 219-254](#)

Anna Bernabè, Paolo Tinti, JLIS.it 11, [Atenei, Terza Missione e patrimonio storico e speciale delle biblioteche. Verso un modello di valutazione](#)

Fiammetta Sabba, Lucia Sardo, [I fondi personali e la Terza missione : proposta di buone pratiche](#), Editrice Bibliografica, 2020

Luca Lanzillo, [Scienza aperta, cittadinanza scientifica e terza missione dell'università: il ruolo delle biblioteche accademiche](#), BibliotecheOggi, [Vol 6, N° 1 \(2020\)](#)