



LA TERZA MISSIONE: UN ALLEATO STRATEGICO

Terza Missione: gli obiettivi generali

La Terza Missione affianca le due principali funzioni dell'università, ricerca scientifica e formazione, con il preciso mandato di **diffondere cultura, conoscenze e trasferire i risultati della ricerca** al di fuori del contesto accademico, contribuendo alla crescita sociale e all'indirizzo culturale del territorio e del contesto più allargato.

È soprattutto nel **public engagement** (vale a dire nelle iniziative volte a condividere formazione e ricerca accademica anche con tutti coloro che non hanno con l'università nessuna relazione di studio o lavoro e sono per questo da considerarsi come impegno pubblico e collaborazione con la società civile) che possiamo e dobbiamo intervenire.

È per la **responsabilità sociale** di dialogare con il territorio non solo nelle forme di una mera attività di divulgazione, ma anche come consolidamento di un processo che prevede interazione e ascolto, con l'obiettivo di generare benefici che vanno dal miglioramento delle competenze e l'acquisizione di nuove idee, al miglioramento delle finalità della ricerca e la promozione di forme di co-progettazione.

Terza Missione: gli obiettivi individuali e disciplinari

Le attività di Terza Missione stanno diventando sempre più un elemento di **valutazione individuale** dei docenti:

- da parte degli atenei:
 - per assegnare gli scatti stipendiali biennali, accanto a ricerca, didattica e attività gestionale
 - per progetti specifici incentivati tra cui scegliere quello/quelli da sottoporre a valutazione VQR
- all'interno dei dipartimenti per le progressioni di carriera e per la distribuzione di fondi

È sempre più un co-fattore di **visibilità/apprezzamento/reputazione**, sia interno che extra-accademico, tanto del singolo docente che della disciplina Storia Economica come prospettiva interpretativa, come lettura e spiegazione della realtà

Terza Missione: le direzioni di azione e di intervento

Esempi di azioni da declaratoria MUR:

- organizzazione di mostre, spettacoli, esposizioni ed altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità
- pubblicazioni digitali e cartacee dedicate al pubblico non accademico
- produzione di programmi radiofonici e televisivi
- organizzazione di iniziative di valorizzazione, condivisione e divulgazione della ricerca
- pubblicazione di siti web e altri canali social di comunicazione e divulgazione scientifica
- attività di coinvolgimento e interazione con il mondo della scuola
- partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse
- iniziative di co-produzione di conoscenza
- partecipazione a trasmissioni radiotelevisive locali, nazionali ed internazionali
- partecipazione ad incontri pubblici organizzati da altri soggetti

Terza Missione: gruppo di lavoro ‘aperto’

Gabriele Cappelli,

Valerio Cerretano,

Valeria Chilese,

Andrea Colli,

Giuseppe De Luca,

Paolo Di Martino,

Luca Fantacci,

Vittoria Ferrandino,

Alberto Grandi,

Germano Maifreda,

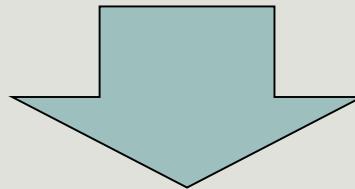
Mario Robiony,

Raffaella Salvemini,

Ilaria Zilli...

Terza Missione: gli strumenti – gli audiovideo

- **Produzione di pillole divulgative *instant* audio-video** su argomenti collegati all'attualità o a novità interpretative della ricerca da pubblicare su canali social di ARiSE (FB, Instagram): es. crisi bancarie, finanziarie, storie d'impresa, storia energia, ambientale...), es. **gp_uniboc**
- **Produzione di lezioni video/podcast divulgativi** su periodi/temi più estesi e sistematici che possano essere fruite dalle scuole o da non specialisti (es. pubblico in genere, università terza età, ordini prof. , stampa), es. storia economica della crescita, epidemie, imprese, ecc.



Creazione di una pagina repository/libreria indicizzata nel sito ARiSe

con tutto questo materiale



Creazione canale YouTube/canale podcast (es. Economic History Podcast di Séan Kenny)

Terza Missione: gli strumenti più classici

- **Mostre** (organizzate per celebrazioni, progetti e iniziative culturali, ...)
- **Esposizioni** organizzate da Archivi e Fondazioni, Atenei ecc.
- (Es. Mostra Flotta Lauro, Cantiere 900, BergamoBrescia Cultura d'impresa. Storie di innovazione in fotografia,...)
- **Pubblicazioni digitali/cartacee in forma di schede/paper/monografie/collettanee tematiche/cronologiche in open access a seconda dei destinatari**

Terza Missione: le collaborazioni divulgative con altri soggetti

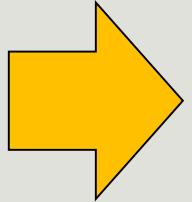
- Collaborazione con altre associazioni/istituzioni attive nella TM>>Associazione Italiana di Public History (AIPH)

- Collaborazione con il Comitato per la programmazione e il coordinamento delle attività di educazione finanziaria www.quellocheconta.gov.it/it/
- Collaborazione con Banca d'Italia sia nelle occasioni pubbliche locali che nazionali, ABI, Federcasse,...
- Collaborazioni ai Festival dell'economia, della storia variamente organizzati
- Collaborazione con gli Archivi di Stato e ANAI
- Collaborazione con canali radiotelevisivi (Rai Cultura, ...)>>accordo con RSI per 10 podcast su...
- Collaborazione con istituzioni museali (Museo della Zecca di Roma, Musil Brescia...)
- Collaborazione con Confindustria, sia nazionale che sedi locali
- Collaborazione con i principali Archivi privati (Intesa SanPaolo, BPM..)
- Collaborazione fondazioni culturali e non (Fondazione Banco di Napoli, Fondazione Dalmine, ...)

Terza Missione: la collaborazione con le scuole (medie e secondarie)

- - formazione per ragazzi/docenti delle scuole secondarie
- - creazione di “pacchetti” di proposte prevedendo una serie di incontri con i ragazzi (o con docenti che lo ritenessero opportuno/interessante) su tematiche in grado di attrarre la loro attenzione/aggiornare la lettura della storia:
- - lezioni frontali corredate però da una serie di documenti (la “cassetta degli attrezzi”) sui quali i ragazzi potrebbero lavorare prima o dopo il nostro intervento (flipped classroom, giochi di ruolo, ...)
- - poche proposte iniziali, poi menù arricchito: l’importante sarebbe comunque riuscire a mantenere un legame con l’attualità, lavorando al fine di fornire ai ragazzi alcuni strumenti «per comprendere, attraverso la discussione critica e il confronto tra una varietà di prospettive e interpretazioni, le radici del presente» (Indicazioni nazionali e linee guida per i licei, gli istituti tecnici e gli istituti professionali – D.M.7 ottobre 2010, n. 11).

Terza Missione: come procedere ?

- 1 – creazione di un logo ARiSE – public engagement per riconoscibilità iniziative
 - 2 - definizione di sottogruppi che presiedono a temi/soggetti specifici (es. Educazione finanziaria, archivi, scuole, video-podcast, TV, festival, mostre, ...)
 - 3 - call per partecipazione ai sottogruppi e contestuale mappatura volontaria delle attività di TM dei soc* (chi fa cosa? E dove? Quali le esperienze in via di sviluppo o già consolidate).
 - 4 - creazione di una pagina del sito/sezione della newsletter informativa
- 
- In tutte le iniziative pubbliche di TM è fondamentale definirsi Storici economici (e anche come appartenenti ad ARiSE)

IL RICONOSCIMENTO DELLA STORIA ECONOMICA COME DISCIPLINA INIZIA DA NOI

Terza Missione:
