

## L'Università e la terza missione. Riflessioni sulla *community engagement*

*Il coinvolgimento delle Università nello sviluppo locale non si limita al trasferimento tecnologico, all'imprenditorialità e alla formazione del capitale umano ma comprende l'insieme di tutte le attività da condividere con il pubblico per lo sviluppo sociale, culturale ed economico della società. I tentativi e le azioni per conseguire tali obiettivi sono riferiti alla community engagement e di conseguenza alle attività di terza missione dell'Università, riconosciuta come una missione istituzionale delle università. Obiettivo del contributo è riflettere sul ruolo dell'Università nell'interazione con le comunità, per una partecipazione attiva di essa alla pianificazione delle città e allo sviluppo complessivo della società civile. L'analisi tiene in conto le rilevazioni dell'Agenzia Nazionale di Valutazione del sistema Universitario e della Ricerca per ciò che attiene le attività di public engagement.*

**Abstract: University and Third Mission. Reflecting on the Community Engagement**

*This paper aims to the process of institutionalization of the Third Mission within the Italian University, paying attention to the emerging cultural, social dimensions and function of community and public engagement. The university shall collaborate and exchange knowledge with society and encourage its employees to take part in the public debate. Third Mission has been officially included among the institutional activities of academic institutions, alongside teaching and research. It can generate various benefits on the territory and its development. The evaluation has been carried out through data of Italian Agency for the Evaluation of the Universities and Research Institutes.*

**Parole chiave:** terza missione, coinvolgimento, rapporti con la cittadinanza

**Keywords:** third mission, public engagement, society

Università di Catania, Dipartimento di Scienze della Formazione - donatella.privitera@unict.it

### 1. Premessa

Le università, sistemi dinamici, sono finalizzate non solo a creare e diffondere conoscenza ma anche a impegnarsi in una cooperazione, ormai nota, con le imprese e la società civile, per attivare nuove opportunità di sviluppo economico e di innovazione sociale per i territori e pertanto aumentare il livello di benessere della società. Soprattutto cambiamenti di politica gestionale delle università già a partire dagli anni 1980 hanno promosso in modo significativo tali cooperazioni con la cittadinanza, elementi centrali della terza missione delle università (Etzkowitz e Leydesdorff, 2000). Per terza missione si deve intendere «l'insieme delle attività con le quali le università entrano in interazione diretta con la società» (ANVUR, 2013, p. 559), fornendo un contributo in termini di nuova dimensione di coinvolgimento verso il pubblico che accompagna le missioni tradizionali di insegnamento (nel quale si realizza una intera-

zione con una frazione particolare della società, gli studenti) e di ricerca (nella quale si interagisce prevalentemente con le comunità scientifiche). In altre parole, le università hanno un ruolo centrale per la creazione della formazione del capitale umano di alta qualità e sono riconosciute come luogo principale del meccanismo per il quale si crea e si diffondono conoscenze nuove (CE, 2003), ricerca, innovazione e tecnologie, a cui occorre aggiungere una maggiore presenza ed interazione nelle dinamiche urbane e territoriali.

La recente valutazione dell'Agenzia Nazionale di Valutazione del sistema Universitario e della Ricerca (ANVUR) sulla terza missione delle università (2017) ha richiesto agli atenei italiani di interrogarsi in maniera sistematica sulle attività di tale missione «aggiunta», riconosciuta a tutti gli effetti come una missione istituzionale delle università.

In queste brevi riflessioni, si intende trattare ed evidenziare la necessità di promuovere una definita terza missione, che riguarda il ruolo delle università

tà, non tanto riferito al trasferimento tecnologico e ai rapporti con il tessuto economico locale, quanto al *community engagement*, inteso come partecipazione attiva dell'università alla pianificazione delle città e allo sviluppo complessivo della società civile.

## 2. *Community engagement* e/o *public engagement*? Una relazione dinamica

*Community engagement* è la collaborazione tra istituti di istruzione superiore (in particolare le università) e le comunità, per il mutuo benefico scambio di conoscenze e di risorse, in un contesto di collaborazione e reciprocità (Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching, 2015), in una prospettiva locale, regionale ed internazionale (Jacob e altri, 2015). Nello specifico, *engagement* è inteso come coinvolgimento psicologico, individuale, motivazionale, dipendente dal contesto e concepito dal coinvolgimento attivo nell'interazione con altri (Brodie e altri, 2011).

In particolare, significa concentrarsi maggiormente sul ruolo delle università e sulle capacità di produzione della conoscenza come mezzo per la creazione di cambiamento sociale, culturale e strutturale (Bivens, Haffenden e Hall, 2015). L'impegno è per definizione un processo a due vie, che coinvolge l'interazione e l'ascolto, con l'obiettivo di generare il reciproco beneficio (NCCPE, 2009). Il *community engagement* è un vero e proprio movimento globale<sup>1</sup>, con caratteristiche locali (Roessler, Duong e Hachmeister, 2015), per la ricerca, l'innovazione e l'apprendimento, che crea benefici sociali, economici, culturali e ambientali per le comunità (qui intesa come collettività indistinta).

La relazione tra università e comunità è sempre esistita, ma oggi più che mai si è avviato un processo di valutazione della terza missione delle università italiane, per mezzo della valutazione della qualità della ricerca disciplinata dall'ANVUR, utilizzando indicatori quantitativi e criteri di valutazione con scadenza temporale – una metodologia differente e specifica rispetto alla valutazione dei prodotti della ricerca. In particolare, nella valutazione ANVUR 2011-2014, è stato inserito un nuovo ambito di valutazione ovvero il *public engagement* (PE), che descrive le numerose modalità in cui l'attività e i benefici dell'istruzione superiore e della ricerca possano essere condivisi con il pubblico (NCCPE, 2009), ovvero quelle attività da rivolgere e condividere con il pubblico. svolte in tutte le strutture degli atenei, senza scopo di lucro, con valore culturale, divulgativo, sociale ed educativo (CETM, 2016, p. 20).

Sono numerose le evidenze e motivazioni affinché le università e le comunità si impegnino reciprocamente per una maggiore collaborazione: per migliorare la vita sociale dei quartieri, ampliare l'accesso all'università, partecipare alla crescita culturale e allo sviluppo locale, per aumentare la capacità di conoscenza della comunità locale, per promuovere i beni dell'università eccetera. Come afferma Iaione (2015, p. 42) è la «conferma di un processo innovativo dal basso», aiutato anche dallo sviluppo dell'uso delle tecnologie, che sta spingendo numerose comunità a collaborare, per progettare e organizzare un coinvolgimento a temi d'interesse comune. Le università pertanto assumono un ruolo nel mettere in atto strategie per coinvolgere il pubblico in spazi di integrazione e aggregazione della collettività, oltre a permettere lo svolgimento di attività di promozione di eventi e/o valorizzazione della cultura in generale. Ma occorre tenere come riferimento i principi base di tale coinvolgimento, in particolare (Gorski, Metha e Obeysekare, 2015, p. 17-18): *a*) reciprocità: le università dovrebbero essere in costante comunicazione con le comunità in cui si svolge l'impegno, e assicurarsi che ci sia una comprensione reciproca delle attività di coinvolgimento; *b*) rispetto: i *partners* e l'università dovrebbero rispettare le risorse che le comunità hanno da offrire, e non vedere l'impegno come un'opportunità per dimostrare la superiorità intellettuale; *c*) accessibilità: le comunità coinvolte dovrebbero essere in grado di recepire ed essere consapevoli di ciò che le università hanno da offrire, attraverso gli sforzi di sensibilizzazione dell'opinione pubblica.

Il ruolo delle università per la diffusione della conoscenza (in aggiunta al ruolo primario della formazione e della ricerca) diventa pertanto preminente nel coinvolgimento della comunità civile e degli altri attori del territorio, dove per l'appunto le università appaiono come una *agorà* e centri propulsivi per la crescita del territorio (EU, 2011). In particolar modo, se trattasi di piccole e medie città, l'università può essere l'attore principale e strategico nella costruzione dell'identità urbana e insieme nella costruzione del capitale culturale e relazionale della comunità locale (Lazzeroni, 2013; Lazzeroni e Piccaluga, 2015). Si è andata affermando, pertanto, in Italia la «terza missione» dell'università (ANVUR, 2013), in ritardo rispetto ad altri Paesi occidentali a causa di difficoltà culturali e burocratiche (ANVUR, 2017).

La terza missione è considerata come un processo di generazione, trasmissione, applicazione e salvaguardia della conoscenza, per il beneficio diretto del pubblico esterno all'accademia, affiancando



l'interesse collettivo della produzione di sapere non necessariamente collegato ai fabbisogni del sistema produttivo (Piazza, 2016). Nello specifico, come definita dall'ANVUR (2013), le università sviluppano rapporti con una varietà di utenti, interagendo con il loro ambiente ovvero il territorio che assorbe e sviluppa i risultati dell'interazione. Viene pertanto, la terza missione, riconosciuta come missione istituzionale dell'Università, ma il processo formale ebbe inizio principalmente in funzione della sua valutazione nel decreto ministeriale 47/2013, che identifica gli indicatori e i parametri di valutazione periodica della ricerca e della terza missione (allegato E), distinguendo quella di valorizzazione economica della conoscenza da quella culturale e sociale. Tutto ciò ispirato dal noto approccio della *triple helix*, proposto negli anni Novanta del secolo scorso, evoluto nel *triple helix system of innovation*, imperniato sulle relazioni interagenti università-industria-governo per favorire il ruolo dell'università nei processi di innovazione tecnologica ed economica, a diversa scala territoriale (Etzkowitz e Leydesdorff, 2000). Molti autori stranieri, per esempio Goldstein e Drucker (2006), anche direttamente o indirettamente si riferiscono alle università come aziende o organizzazioni simili che producono, trasformano e vendono conoscenza. D'altronde l'università «imprenditoriale», concetto noto nell'approccio della *triple helix*, opera secondo un sistema interattivo, piuttosto che un modello lineare di innovazione, e diventa il centro di gravità dello sviluppo economico, della creazione di conoscenza in più elevati livelli di formazione e di condivisione, e la diffusione di essa per lo sviluppo delle società avanzate.

Come già detto, con la terza missione «le università entrano in contatto diretto con soggetti e gruppi sociali ulteriori rispetto a quelli consolidati con modalità di interazione dal contenuto e dalla forma assai variabili e dipendenti dal contesto nella costruzione di un percorso condiviso» (ANVUR, 2013, p. 563). Ma, oltre ad essere un «motore trainante» per i cambiamenti sociali, in primo luogo, le università hanno bisogno di integrare e «strutturare la conoscenza» per risolvere le problematiche attuali, mantenendo la diversità culturale regionale, territoriale nell'ondata di influenza della globalizzazione (Komiyama, 2010), anche con l'aiuto delle politiche pubbliche che possano incoraggiare legami intensi tra istituti di istruzione superiore e le economie regionali. Superando pertanto il vecchio modello di trasferimento tecnologico delle conoscenze, assume importanza peculiare nella terza missione la valorizzazione della ricerca (e non solo di essa) presso la

collettività, che supporta la trasformazione delle conoscenze generate in conoscenza «utilizzabile» anche per scopi di innovazione civica, ovvero la necessità della valorizzazione della produzione di beni pubblici di natura sociale, educativa e culturale, riconoscendo, ponderando e valorizzando le differenze tra le differenti aree disciplinari.

In questo caso è la capacità delle strutture (ovvero i dipartimenti degli atenei) di mettere a disposizione della società specifiche attività di servizio, come si evidenzia nella produzione e gestione di beni culturali ovvero delle collezioni degli atenei italiani (ad esempio, rete dei musei universitari); nella sperimentazione clinica o nella formazione continua e/o nelle attività di *public engagement* (ad esempio, notte bianca). Le modalità sono differenti sia per il grado di coinvolgimento degli attori (progetti individuali dei ricercatori o di gruppi di ricerca, iniziative di dipartimento, attività di ateneo), sia per intensità (da iniziative singole e occasionali a programmi continuativi nel tempo).

Le finalità pertanto sono varie al fine di arricchire la conoscenza e migliorare la ricerca e le attività di insegnamento e apprendimento, ma anche contribuire a formare cittadini impegnati, rafforzare i valori democratici e la responsabilità civile, affrontare i problemi della società, contribuire al bene pubblico.

La letteratura straniera sul tema, ovvero le interazioni università-comunità-città, dove vengono proposti indicatori da utilizzare per valutare i vantaggi e i benefici oltre che l'insostenibilità, è ampia e implica in taluni casi una quantità di sovrapposizione di missioni (Piazza, 2016). A sua volta interessante appare il dibattito sulla terza missione e la geografia (*public geography*) ovvero in che modo la geografia può coinvolgere collaborazioni con gruppi/comunità/organizzazioni al di fuori del mondo accademico (Fuller e Askins, 2010), al servizio del pubblico, pubblico inteso sia come governo del territorio sia come cittadini.

### 3. Il quadro universitario italiano e le attività di *public engagement*

La terza missione nel territorio nazionale è emersa in ritardo rispetto ad altri Paesi, ma in realtà sembra essere come il risultato di logiche territoriali, piuttosto che come conseguenza dell'attuazione di una politica universitaria strategica univoca (Sabattini, 2016). La frammentazione e la diversificazione disciplinare sono accentuate dal fatto che ogni ateneo segue una propria re-

golamentazione, e la specificità del territorio può rappresentare l'offerta di un tipo di approfondimento piuttosto che un altro, su un particolare tema (turismo dell'ambiente, rischio territoriale ecc.). Inoltre è ancora in atto un processo di *knowledge-innovation*, che consenta forme ampie e lungimiranti di collaborazione, interagenti e non solo reattive, tra le università e la società, identificata nella comunità locale e nel territorio. Infatti, le intenzioni non sono sufficienti per il successo del coinvolgimento della collettività e sebbene molti progetti appaiano creativi nella preparazione e programmazione, non necessariamente si traducono in un impatto sostenibile sul territorio e tra gli attori coinvolti, a maggior ragione quando le strutture e le relazioni non sono integrate e la mancanza di considerazione per il contesto culturale e socio-economico inibisce l'innovazione, che è cruciale per il successo del progetto (Hart e Northmore, 2011; Mehta e altri, 2013). Un esempio è la realizzazione di progetti urbanistici congiunti, che tendano a coinvolgere i cittadini all'università, nella fruizione degli spazi della medesima, considerati come spazi sociali aperti o anche laboratori di idee e attività dove gli individui possano esprimersi, incontrarsi, vivere relazioni sociali e talvolta ludiche (Benneworth, Charles e Madanipour, 2010). O altri esempi possono riferirsi alla facilitazione dello sviluppo delle arti, della cultura, dello sport attraverso la promozione e il sostegno di idee creative (ad esempio, manifestazioni musicali) o nel campo della gestione

dei rifiuti, l'università potrebbe aiutare la città a definire il modello più idoneo di gestione dei rifiuti per il contesto locale e gli strumenti di comunicazione efficaci per stimolare la sensibilità e la partecipazione cittadina.

Secondo Iaione e Cannavò (2015, p. 63), occorre «puntare sulla creazione di laboratori di co-design e processi di co-produzione» che abbiano tra le finalità quella di aiutare la cooperazione tra i diversi soggetti coinvolti. Nello specifico le università dovrebbero ideare, definire laboratori di *governance* collaborativa e policentrica urbana ispirata alla teoria dei beni comuni. Un esempio è il Laboratory for the Governance of the Commons, fondato nel 2011 presso l'Università LUISS «Guido Carli» a Roma, che prevede un approccio sperimentale, direttamente sul campo, quale propedeutico alla costruzione di nuovi strumenti di collaborazione come risultato di un'esperienza diretta nelle città e sul territorio (<http://www.labgov.it>).

Ma urge il bisogno di capire le risorse, le sfide, le norme sociali e comportamentali, del contesto in cui si agisce (Gorski e Metha, 2016). Nella tabella 1 sono evidenziati esempi di attività di *public engagement* attuate da due mega atenei italiani, quale l'Università di Catania e l'Università di Torino.

Le attività proposte come *public engagement* sono state rilevate secondo la rilevazione ANVUR (2017) per il triennio 2011-2013 e il 2014, evidenziando un punteggio (0-40, 40-70, 70-90, 90-100) con rispettivamente differenti classe di merito (A, B, C, D) per ateneo, a seconda dell'impatto sul territorio. Nella

Tab. 1. Esempi di attività di *public engagement* (ANVUR, 2017)

Catania (2014)	Torino (2014)
<i>Unistem day</i> - L'Italia unita dalla scienza – iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori	Notte Europea dei Ricercatori in Piemonte – organizzazione di eventi pubblici
Potenziamento dei saperi minimi – scuola/università	Bambine e bambini. Un giorno all'università – organizzazione di eventi pubblici
5° Corso UNICEF di Educazione ai diritti e allo sviluppo – iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani	<i>Debate science! European Student Parliament</i> – partecipazione alla formulazione di programmi di pubblico interesse
Open day 2014 – iniziative di orientamento e interazione con le scuole superiori	Torino Città Universitaria – iniziative divulgative rivolte a bambini e giovani
Zammù Multimedia – siti web interattivi e/o divulgativi, blog	hackUniTO – organizzazione di concerti, mostre, esposizioni e altri eventi di pubblica utilità aperti alla comunità



rilevazione ANVUR è stata adottata una definizione ampia che ha consentito alle istituzioni di valorizzare un'ampia rosa di attività, dove ogni università poteva presentare fino a cinque attività di PE e fino a tre attività per anno, per dipartimento. Nella figura 1 si vedano le elaborazioni per le attività di PE per gli 11 mega atenei italiani.

Negli ultimi anni, tuttavia, responsabili universitari, ricercatori e associazioni hanno sviluppato e cercato di diffondere una varietà di politiche, strategie, strumenti e *best practices*, che portano a una accelerazione del processo quasi per generica convinzione e specifica convenienza, anche perché diventato quasi un obbligo a seguito di indicatori, incentivazioni, dispiego di risorse umane e finanziarie imposte o consigliate dal governo centrale (Lazzeroni e Piccaluga, 2014). Infatti, fino a tempi recenti, il dialogo tra ateneo e mondo sociale era lasciato all'iniziativa di specifici dipartimenti e singoli docenti, tuttavia, l'attuazione di approcci orientati alla collettività, ritenuti convenienti dal punto di vista economico, è ancora in fase di sviluppo, perlomeno nella generalità dei casi degli atenei italiani dove statistiche di rilevazione sono *in itinere* (ANVUR, 2015; Binetti e Cinque, 2015).

#### 4. Brevi conclusioni

Le università solo di recente hanno immaginato di costruire in modo sistematico un modello

più presente e impegnato nel territorio (Boffo e Gagliardi, 2015), più coinvolgente verso il pubblico di quanto non lo fosse in precedenza, ma guardando alle rilevazioni ANVUR sembrano difettare le capacità necessarie per monitorare e valutare l'efficacia e l'efficienza delle strategie. Inoltre, a differenza della maggior parte delle imprese, che seguono le richieste dei clienti secondo studi *ad hoc*, molte università non riescono a soddisfare le esigenze dei «mercati» di destinazione, e quindi non sfruttano pienamente il potenziale per dare significatività ai contributi sociali, economici e culturali dei territori in cui sono presenti. Data la considerazione che vi è una grande varietà di meccanismi d'interazione tra le università e i territori circostanti, nonché diversi approcci attraverso i quali tali interazioni possono realizzarsi con la conseguenza che diventa difficoltoso classificare e analizzare le attività che vanno sotto l'etichetta di terza missione.

Le università contribuiscono alla vita della società in una molteplicità di modi; alcune di queste modalità (ad esempio la ricerca conto terzi, la creazione di *spin-off* o la gestione della proprietà intellettuale) sono state progressivamente istituzionalizzate, godono di definizioni normative e giurisprudenziali, fanno riferimento a strutture organizzative dedicate degli atenei, hanno attivato percorsi di professionalizzazione del personale, sono rilevate e rese pubbliche dagli atenei o da loro associazioni (Cognetti, 2013). Altre, pur avendo natura istituzionale (ad esempio la produzione

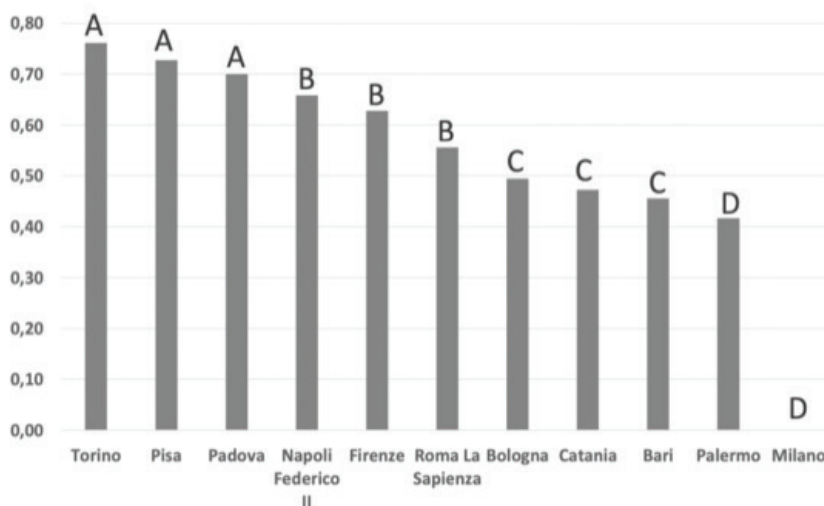


Fig. 1. Valutazione delle attività di *public engagement* per i mega atenei italiani (11) secondo il punteggio ottenuto (A, B, C, D), 2011-2014

Fonte: Elaborazione su dati ANVUR, 2017



e gestione di beni culturali come poli museali e scavi archeologici) hanno di fatto minore tracciabilità interna e visibilità esterna<sup>2</sup> considerando anche l'importanza data al sito *web* istituzionale per dialogare con studenti, istituzioni, comunità. Altre ancora, ad esempio la comunicazione della scienza o la partecipazione al dibattito pubblico, sono svolte prevalentemente su iniziativa individuale e pongono problemi di rilevazione e valutazione, oltre che di rappresentazione e divulgazione alla società. Tuttavia, nel rapporto ANVUR le risorse dedicate e l'impatto sulla comunità appaiono nella generalità degli atenei ancora limitate. Alcuni limiti della valutazione riguardano il conferimento di attività non sempre pienamente ascrivibili al *public engagement*: molte iniziative sono centrate su aspetti di orientamento e di immagine degli atenei, piuttosto che sul significato del *public engagement* e sulle sue potenzialità. Inoltre, la valutazione riguarda il livello istituzionale, non sono valutabili attività ascrivibili a iniziative individuali e alcune attività sono già attività istituzionali (ad esempio, *open day*).

In ogni caso si ravvisano un insieme di potenzialità, ancora in larga parte inesplorate, e un concreto programma di lavoro per gli atenei italiani (Martino, 2016), a conferma di ciò sono state avviate esperienze di rilevazione di alcuni parziali indicatori<sup>3</sup> e la realizzazione in molti atenei nazionali di uffici, gruppi di lavoro, centri di ricerca focalizzati nelle attività, nello studio delle relazioni di condivisione d'intenti tra l'università e le comunità.

## Riferimenti bibliografici

- ANVUR (Agenzia Nazionale di Valutazione del sistema Universitario e della Ricerca) (2013), *Rapporto sullo stato del sistema universitario e della ricerca. II.2.3, La terza missione nelle università*, Roma, pp. 559-583 ([http://www.anvur.it/attachments/article/882/8.Rapporto%20ANVUR%202013\\_UNI-.pdf](http://www.anvur.it/attachments/article/882/8.Rapporto%20ANVUR%202013_UNI-.pdf)).
- ANVUR (2015), *Manuale per la valutazione*, Roma (<http://www.anvur.it/wp-content/uploads/2016/06/Manuale%20di%20valutazione%20TM-.pdf>).
- ANVUR (2016), *Rapporto biennale sullo stato del sistema universitario e della ricerca*, Roma (<http://www.anvur.it/wp-content/uploads/2016/07/ANVUR-Rapporto-INTEGRALE-.pdf>).
- ANVUR (2017), *Valutazione della Qualità della Ricerca 2011-2014 (VQR 2011-2014) Rapporto finale ANVUR Parte Seconda: Statistiche e risultati di compendio - Terza Missione 21 Febbraio 2017*, Roma (<http://anvur.it/rapporto-2016/static/VQR2011-2014-TerzaMissione.pdf>).
- Benneworth Paul, David Charles e Ali Madanipour (2010), *Building Localized Interactions between Universities and Cities through University Spatial Development*, in «European Planning Studies», 10, pp. 1611-1629.
- Binetti Paola e Maria Cinque (2015), *Valutare l'università e valutare in università. Per una «cultura della valutazione»*, Milano, Angeli.
- Bivens Felix, Johanna Haffenden e Budd L. Hall (2015), *Knowledge, Higher Education and the Institutionalization of Community-University Research Partnerships*, in Budd Hall, Rajesh Tandon e Crystal Tremblay (a cura di), *Strengthening Community University Research Partnerships: Global Perspectives*, Victoria, University of Victoria, pp. 5-30.
- Boffo Stefano e Francesco Gagliardi (2015), *Un nuovo contenitore per i rapporti tra università e territorio*, in «Territorio», 73, pp. 67-72.
- Brodie Roderick J., Linda D. Hollebeek, Biljana Jurić e Ana Ilić (2011), *Customer Engagement: Conceptual Domain, Fundamental Propositions, and Implications for Research*, in «Journal of Service Research», 3, pp. 252-271.
- Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching (2015), *Community Engagement Classification* ([http://nerche.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=341&Itemid=618](http://nerche.org/index.php?option=com_content&view=article&id=341&Itemid=618)) (ultimo accesso il 12.10.2016).
- CE (Commissione Europea) (2003), *Il ruolo delle università nell'Europa della conoscenza*, COM, 58/2003.
- CETM (Commissione di Esperti della valutazione della Terza Missione) (2016), *Relazione Finale sulla valutazione della Terza Missione - APPENDICE Parte A: Materiali di Approfondimento* ([http://www.anvur.org/rapporto-2016/static/Appendice\\_A\\_CETM.pdf](http://www.anvur.org/rapporto-2016/static/Appendice_A_CETM.pdf)) (ultimo accesso il 4.12.2016).
- Cognetti Francesca (2013), *La third mission dell'università. Lo spazio di soglia tra città e accademia*, in «Territorio», 66, pp. 18-22.
- Etzkowitz Henry e Loet Leydesdorff (2000), *The Dynamics of Innovation: From National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of University-Industry-Government Relations*, in «Research Policy», 2, pp. 109-123.
- EU (European Union) (2011), *Connecting Universities to Regional Growth. A Practical Guide. A Guide to help improve the Contribution of Universities to Regional Development, with a View to Strengthening Economic, Social and Territorial Cohesion, in a Sustainable Way* ([http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/presenta/universities2011/universities2011\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/universities2011/universities2011_en.pdf)) (ultimo accesso 2.11.2016).
- Fuller Duncan e Kye Askins (2010), *Public Geographies II: Being Organic*, in «Progress in Human Geography», 5, pp. 654-667.
- Goldstein Harvey e Joshua Drucker (2006), *The Economic Development Impacts of Universities on Regions: Do Size and Distance Matter?*, in «Economic Development Quarterly», 1, pp. 22-43.
- Gorski Irena e Khanjan Metha (2016), *Engaging Faculty across the Community Engagement Continuum*, in «Journal of Public Scholarship in Higher Education», 6, pp. 108-123.
- Gorski Irena, Khanjan Metha ed Eric Obeysekare (2015), *Responsible Engagement: Building a Culture of Concern*, in «Journal of Community Engagement and Scholarship», 8, pp. 16-25.
- Hart Angie e Simon Northmore (2011), *Auditing and Evaluating University-Community Engagement: Lessons from a UK Case Study*, in «Higher Education Quarterly», 1, pp. 34-58.
- Iaione Christian (2015), *La collaborazione civica per l'amministrazione, la governance e l'economia dei beni comuni*, in Gregorio Arena e Christian Iaione (a cura di), *L'Italia dei beni comuni*, Roma, Carocci, pp. 31-82.
- Iaione Christian e Paola Cannavò (2015), *The Collaborative and Polycentric Governance of the Urban and Local Commons*, in «Urban Pamphleteer», 5, pp. 30-33.
- Jacob W. James, Stewart E. Sutin, John C. Weidman e John L. Yeager (2015), *Community Engagement in the Higher Education. International and Local Perspectives*, in Jacob W.J., Sutin S.E., Weidman J.C., Yeager Y.L. (a cura di), *Community Engagement in the Higher Education. Policy Reforms and Practice*, Rotterdam, Sense Publishers, Rotterdam, pp. 1-28.



- Komiyama Hiroshi (2010), *The Harmonious Development of Civilizations and the Role of Universities*, in «Procedia. Social and Behavioural Sciences», 41, pp. 6641-6643.
- Lazzeroni Michela (2013), *Università e piccole e medie città: quale contributo allo sviluppo locale e all'identità urbana?*, in Cristina Capineri, Filippo Celata, Domenico de Vincenzo, Francesco Dini, Filippo Randelli e Patrizia Romei (a cura di), *Oltre la globalizzazione. Prossimità/Proximity*, in «Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici», n.s., 11, pp. 286-294.
- Lazzeroni Michela e Andrea Piccaluga (2015), *Beyond «Town and Gown»: The Role of the University in Small and Medium-Sized Cities*, in «Industry and Higher Education», 1, pp. 11-23.
- Mannino Francesco (2016), *Musei e collezioni universitarie come welfare cognitivo*, in «Il Giornale delle Fondazioni», 15.1.2016 (<http://www.ilgiornaledellefondazioni.com/content/musei-e-collezioni-universitarie-come-welfare-cognitivo>) (ultimo accesso 12.12.2016).
- Martino Valentina (2016), *Una missione possibile*, in «Universitas. Studi e Documentazione di Vita Universitaria», 141, pp. 6-9.
- Mehta Khanjan, Theodore R. Alter, Ladislaus M. Semali e Audrey Maretzki (2013), *AcademIK Connections: Bringing Indigenous Knowledge and Perspective into the Classroom*, in «Journal of Community Engagement and Scholarship», 2, pp. 83-91.
- NCCPE (National Co-ordinating Centre for Public Engagement) (2009), *What is Public Engagement?* ([www.publicengagement.ac.uk](http://www.publicengagement.ac.uk)) (ultimo accesso 09.11.2016).
- Piazza Roberta, *Mapping University Third Mission in the City: A Study from the University of Catania*, in *13th Pascal International Conference «Learnings Cities 2040. Global, Local, Connected, Sustainable, Healthy and Resilient»* (Glasgow, 3-5 giugno 2016) pp. 81-84 (<http://conference2016.pascalobservatory.org/sites/default/files/conference2016/PASCAL2016-Papers-Showcases.pdf>).
- Roessler Isabel, Sindy Duong e Cort-Denis Hachmeister (2015), *Teaching, Research and more?! Achievements of Universities of Applied Sciences with Regard to Society*, in «CHE Working Paper», 183 ([http://www.che.de/downloads/CHE\\_AP\\_183\\_Third\\_Mission\\_at\\_UAS.pdf](http://www.che.de/downloads/CHE_AP_183_Third_Mission_at_UAS.pdf)) (ultimo accesso il 10.11.2016).
- Sabattini Gianfranco, «Terza missione» dell'università e sviluppo locale, in «Avanti» (<http://www.avantionline.it/2016/05/terza-missione-delluniversita-e-sviluppo-locale/#.W-hWjS2h10t>) (ultimo accesso il 30.5.2016).

## Note

<sup>1</sup> Esistono diversi *networks* per il coinvolgimento della cittadinanza in attività di terza missione da parte delle università. Il primo ideatore internazionale è il Community-Based Research Canada ([www.communitybased-researchcanada.ca](http://www.communitybased-researchcanada.ca)), a cui si collegano a titolo di esempio il Living Knowledge Network Living (<http://scienceshops.org>) in Europa, il National Coordinating Centre for Public Engagement (<http://www.publicengagement.ac.uk>) nel Regno Unito, il Global Alliance for Community Engaged Research e l'UNESCO Chair for Social Responsibility and Community Based Research (<http://unescochair-cbrsr.org/unesco>) nell'alta formazione, il Pascal International Observatory (<http://pascalobservatory.org>).

<sup>2</sup> La ricerca dal titolo *L'Università italiana come un museo: viaggio nelle collezioni universitarie* (in Mannino, 2016), descrive una mappa del patrimonio culturale italiano da identificare e di un innovativo modello di gestione. In particolare ha evidenziato 4 *best practices*: l'Università di Catania con l'esperimento di partenariato con l'Associazione Officine Culturali; il Sistema Museale dell'Ateneo di Siena, con 8 musei facenti parte della Fondazione Musei Senesi, in rete con altri 35; i 20 musei del «Polo Museale» dell'Università «La Sapienza» di Roma; il Centro Studi e Archivio della Comunicazione dell'Università di Parma (Mannino, 2016).

<sup>3</sup> Allo stato attuale non si dispone di indicatori consolidati o metodologie comuni nel panorama accademico europeo per valutare la qualità delle attività accademiche di *community engagement*; un interessante contributo fa riferimento al progetto E3M - *Indicators and Ranking Methodology for University's Third Mission* (E3M, *Fostering and Measuring «Third Mission» in Higher Education Institutions*, Green Paper, 2012, [www.e3mproject.eu](http://www.e3mproject.eu)).