



Trasferimento Tecnologico e terza missione nel settore delle Scienze Umane e Sociali (SSH) e innovazione sociale

24 novembre 2021





- a.piccaluga@santannapisa.it
- Genova, 1964, Married, two children
- PhD SSSA (1 yr @ SPRU), Sant'Anna, poi Lecce, poi Sant'Anna
- **Research fields:** R&D Mgmt, Knowledge exchange, High-Tech Firms, Open Innovation, pupose-based firms
- **Currently:** Vice-President of Netval
- **Most interesting professional experiences:** Master in Innovation Management; Netval
- **Favourite companies:** Loccioni, BB, ENEL, FAAC, Edra
- **Relevant people in Mgmt:** Riccardo Varaldo, Giancarlo Michellone, Riccardo Pietrabissa, Enrico Loccioni, Henry Chesbrough



Interverranno anche

Chrome Archivio Modifica Visualizza Cronologia Preferiti Profili Scheda Finestra Guida 82% Dom 21 nov 20:57 Andrea Piccaluga

VEASYT: Servizi digitali per l'ab x +

veasyt.com

App ScholarOne Manu... Apple iCloud Wikipedia Google La Repubblica.it Facebook Twitter TripAdvisor Corriere della Ser... Elenco di lett

Home Press Blog f t p v

Servizi > Tour > Live! > Translate > Chi siamo > Contatti >

VEASYT

⌚ 🏛️ 🏛️ 🔥 Aa TICKET 📅 🚩

<

Servizi digitali per l'abbattimento delle barriere della comunicazione

Lavoriamo con te, perché l'accessibilità diventi lo standard.

Scopri

UNIVERSITÀ CA' FOSCARI VENEZIA Spin Off

Sviluppiamo soluzioni digitali per l'accessibilità ai contenuti

Netval

Interverranno anche

**MA
DE
GUS**

HOME CHI SIAMO GALLERY COSA FACCIAMO CONTATTI

Chi siamo

Madegus S.r.l.– Maestri del Gusto è una società spin off accademico che si occupa di educazione alimentare e divulgazione ludico scientifica nel campo della nutrizione. Studia, progetta e realizza corsi, laboratori, interventi didattici e apposite strumentazioni rivolti a tutti gli interessati, scuole, aziende e professionisti.

PLAY

**MA
DE
GUS** MAESTRI
DEL
GUSTO

LEARN

FUN

METODO EDUCATIVO

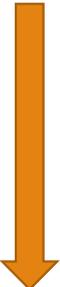
Scarica la nostra Brochure 

I Maestri del Gusto attraverso un modello educativo, frutto della ricerca scientifica universitaria, che unisce un linguaggio specifico per tutte le età, giochi e strumenti appositamente creati, esperimenti scientifici e una modalità d'interazione pratica e diretta, trasmettono l'educazione alimentare a bambini e adulti.



Rivediamo un attimo il basic

L'evoluzione del ruolo delle università

- 
- *knowledge factory*
 - *education factory*
 - *technology transfer factory*
 - *territorial development factory*

Fonte: Lazzeroni (2004)

Il dibattito teorico sul ruolo delle università

Due visioni (estreme):

- **Repubblica della Scienza**
(modello lineare)
- **Tripla Elica**
(università Imprenditoriale)

Il dibattito teorico sul ruolo delle università

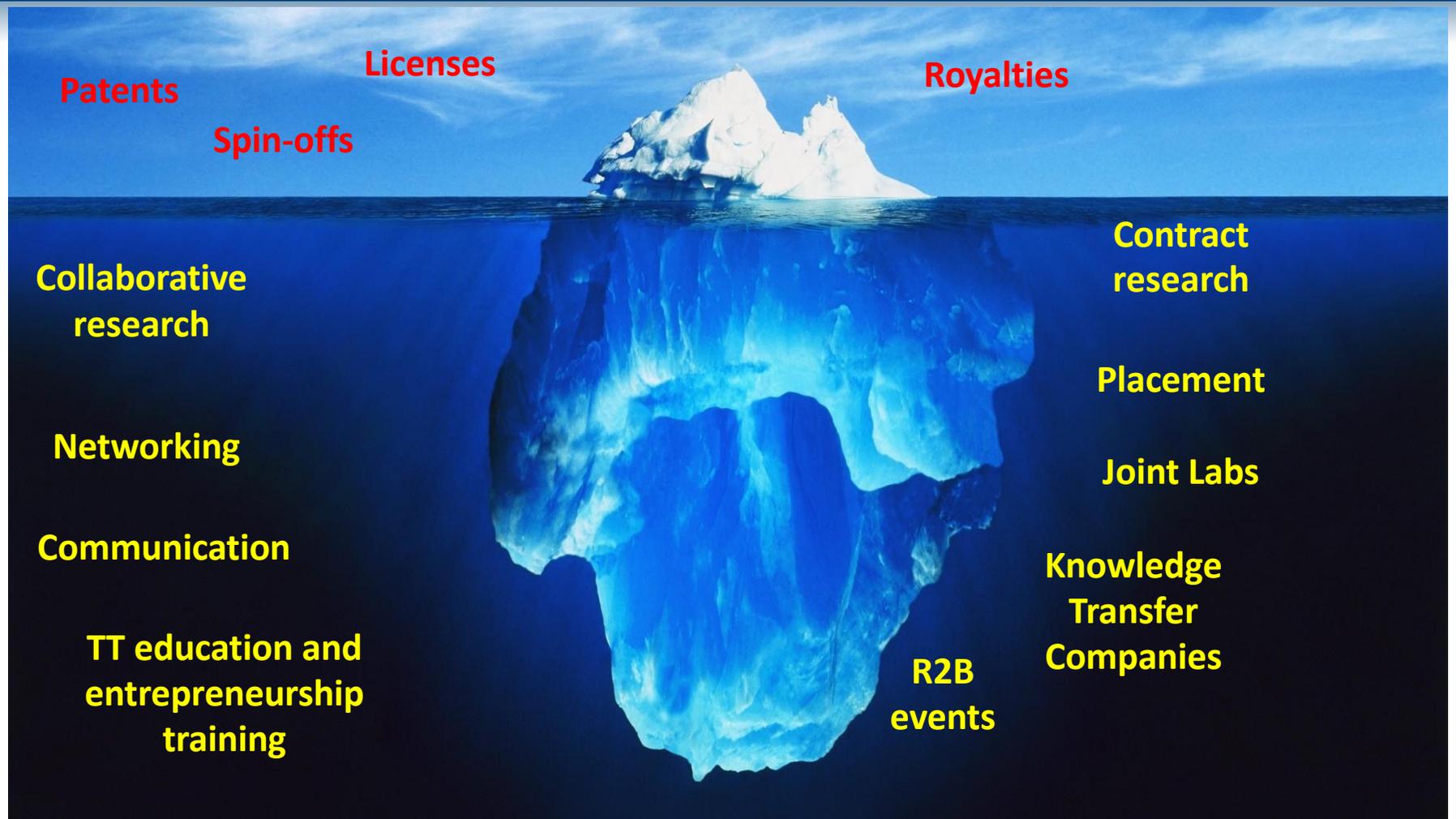
Le università dovrebbero svolgere un ruolo più dinamico nei processi di valorizzazione e sfruttamento dei risultati della ricerca pubblica! Anche sperimentando nuove strategie e nuovi strumenti operativi.



Il progressivo orientamento imprenditoriale della ricerca pubblica potrebbe rappresentare un pericolo per le tradizionali regole e norme di apertura e diffusione della scienza!



The Knowledge Transfer iceberg



Times

Higher

Education

WORLD
UNIVERSITY
RANKINGS
TOP100



Overall quality

Outputs

FTE x 2.5 = number
of outputs required

60%

Impact

Impact case studies

25%

Environment

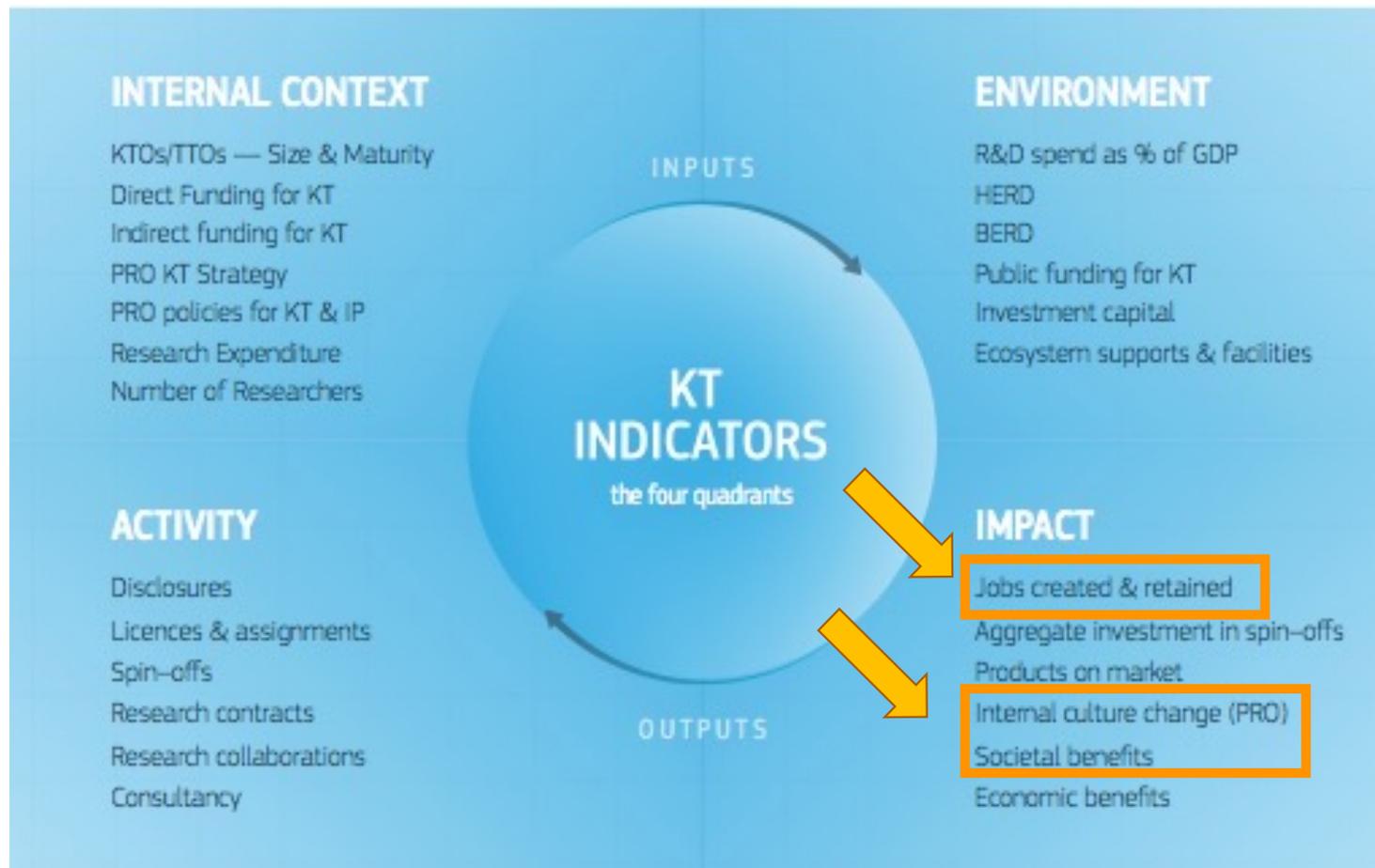
Environment data and
template

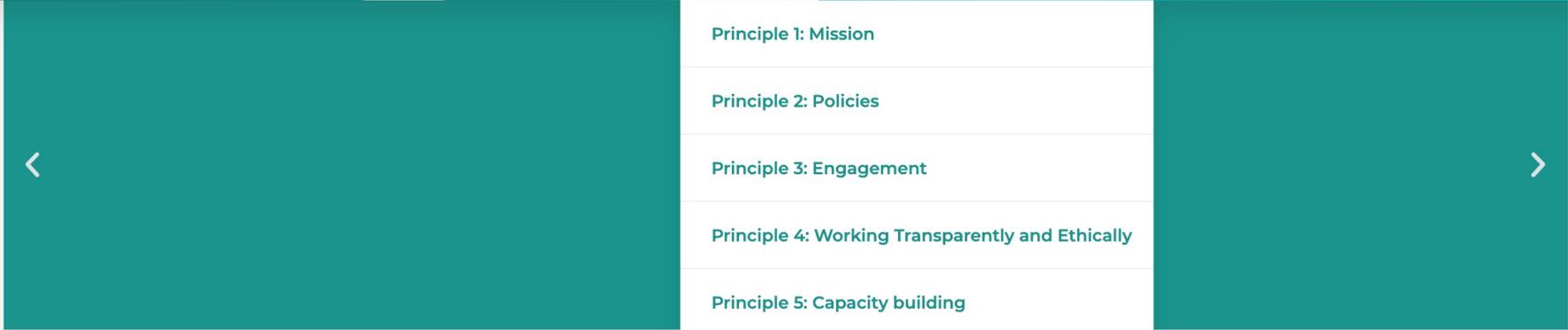
15%



KNOWLEDGE TRANSFER METRICS

Towards a European-wide set of harmonised indicators





The Concordat

Eight Guiding Principles:



Mission

Knowledge exchange is a recognised part of the overall institutional strategy and is valued for the social, cultural and economic outcomes it helps us achieve. We have a clear understanding of the institutional role and the purpose of KE, including the recognition of the needs and interests of potential and current partners and beneficiaries, ensuring a commitment to inclusivity and equality.

Clarity of mission is essential for efficient and effective KE. Staff, students and external organisations need to understand the aims and priorities of the institution's senior leaders and governors in relation to the whole range of KE activities undertaken by the institution.



Key enablers could include :

STRATEGY

PRIORITISATION

Principle 2:

Policies and processes

Where appropriate, we have clear policies on all types of KE that we undertake and work with staff, students, collaborators and beneficiaries so that the policies are understood and operationalised. A well-defined set of relevant policies ensures that all parties engaged in KE have a good mutual understanding of how the institution values KE activity.

Institutions could provide evidence of a clear set of policies covering those areas of KE central to the institution's mission and values, and consistent with its charitable status and aims.



These might include formal mechanisms/policies covering:

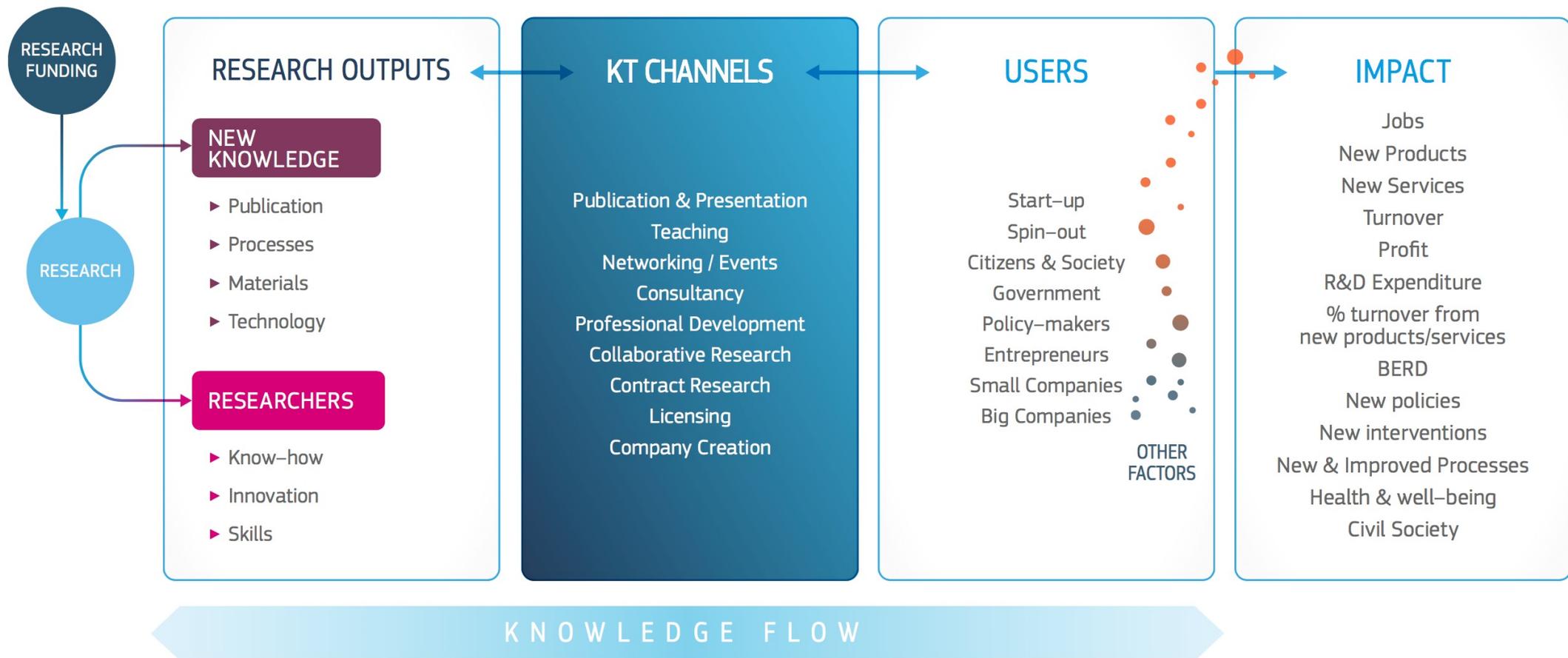
EXPLOITATION

ACCESS

Revenues? (wrong approach)

“In our country, revenues from licenses and options in 2016 only amount to ... M Euros and this money does not even cover the costs for TTO staff and patent taxes. Many university TTOs are therefore a source of expenditure and not of revenue.”

Trasferimento tecnologico: dalla ricerca all'impatto



Una storia di un certo successo

Nelle aree STEM, sono cresciute:

- **la cultura della valorizzazione**
- **le competenze dei ricercatori e degli UTT**
- **la facilità di collaborazione con le imprese**
- **la disponibilità di finanziamenti per assegni di ricerca congiunti e cose simili**
- **azioni per valorizzare brevetti, aumentare il TRL, ecc.**

E nell'area Humanities, Arts and Social Sciences (HASS)?



E nell'area Humanities, Arts and Social Sciences (HASS)?

- meno risorse economiche
- meno aspettative
- meno ambizione e intraprendenza?
- un po' di docenti «attivi». Altri che chiedono – speranzosi - servizi di supporto
- consapevolezza delle differenze rispetto alle aree STEM
- «poveri ma belli»?
- incertezza sulle direzioni da prendere? Obiettivi economici oltre che di impatto socio-culturale?

Alle radici delle differenze

- **Gli stakeholders delle HASS sono meno salienti**
- **In questa area è particolarmente vero che valorizzare è più (e diverso) rispetto a commercializzare. Ha più a che fare con il mettere a disposizione.**
- **Academic capitalism ed entrepreneurial university hanno avuto un grande successo. Troppo?**
- **STEM ha prodotto molti casi di successo (soprattutto nelle LS), consolidando delle pratiche difficili da trasferire nelle HASS.**
- **Si sono imposte le richieste ricche e rapide, a scapito dei ritorni lenti e di lungo termine. I clienti della HASS hanno un minore potere di acquisto.**
- **Grande enfasi sulle tecnologie come principale soluzione per risolvere i grandi problemi della società.**

Alle radici delle differenze

Gli stakeholders delle HASS, quindi:

- hanno meno potere
- hanno meno legitimacy (rispetto alle imprese)
- esprimono meno urgenza; o quanto meno la esprimono in modo diverso.

Stakeholders deboli hanno fatto sì che l'interesse nella valorizzazione delle HASS sia rimasto più basso.

Sarebbero forse necessari interventi «esterni» per rafforzare gli stakeholders delle HASS.

E quindi?



In realtà....



- E il TTO può/deve giocare un ruolo ... insieme ai docenti

HASS are different!

- **Forse non si tratta di imitare le STEM, di provare a replicare gli stessi strumenti (con scarso successo).**
- **Si tratta piuttosto di capire meglio cosa vuol dire valorizzare le aree HASS, generare impatto da esse, e provare ad aumentare il volume e la qualità delle attività**

Un po' di esempi



Un po' di esempi

Dante⁶⁹⁷ prima



Comune di Pisa

A CURA DI MARCO SANTAGATA

Spettacoli, concerti, incontri,
passeggiate, conferenze e letture.

PISA | 2018



Un po' di esempi – Museo dei Gessi, Università di Urbino



Un po' di esempi – Festival di vario tipo

The screenshot shows the website www.festivaleconomia.it in a Chrome browser. The page features a navigation menu with categories: *promotori*, *progettazione*, *partner*, *top sponsor*, and *main sponsor*. The main banner reads "IL RITORNO DELLO STATO" with the subtitle "Imprese, comunità, istituzioni". Below the banner are two versions of the festival logo: one on a yellow background and one on a black background. The text "15 anni di Festival Economia, un successo senza confini" is visible at the bottom of the yellow logo area.

IL RITORNO DELLO STATO
Imprese, comunità, istituzioni

15 anni di Festival Economia,
un successo senza confini



E che dire del Prof. Alessandro Barbero?

The screenshot shows a Google search for "i podcast di alessandro barbero". The search results are displayed in a grid format, showing various podcast and book covers. The browser interface at the top includes the Chrome address bar with the search URL, navigation buttons, and a search bar. Below the search bar, there are several filter buttons for different platforms and topics, such as "speakler", "speakler podcast", "guerra civile", "prof barbero", "età contemporanea", "barbero lezioni", "amazon music", "youtube", and "medioevo".

Search Results:

- Podcast Il podcast di Alessandro Barbero** (music.amazon.it)
- Il podcast di Alessandro Barbero: Lezioni e Con...** (speakler.com)
- Il podcast di Alessandro Barbero: Lezioni e C...** (podcasts.apple.com)
- Il podcast di Alessandro Bar...** (m.facebook.com)
- Alessandro Barbero Podcast...** (speakler.com)
- Alessandro Barbero - Scrivere in mezz...** (youtube.com)
- Le grandi battaglie della Storia | Podc...** (audible.it)
- #135 Resistenze di ieri e di oggi - ...** (podcasts.podinstall.com)
- Il Podcast di Alessandro Barbero** (barberopodcast.it)
- Alessandro Barbero. La storia, le stori...** (open.spotify.com)
- Il podcast di Alessandro Bar...** (twitter.com)
- #132 L'Italia di Napoleone - ExtraB...** (podcasts.podinstall.com)



Direttori di Musei, ecc.

Chrome Archivio Modifica Visualizza Cronologia Preferiti Profili Scheda Finestra Guida 11% Dom 21 nov 16:11 Andrea Piccaluga

prof. betrè museo egizio - Rice Marilina Betrò nuovo presidente

lanazione.it/pisa/cultura/università-1.3106856

App ScholarOne Manu... Apple iCloud Wikipedia Google La Repubblica.it -... Facebook Twitter TripAdvisor Corriere della Ser... Elenco di lettura

Marilina Betrò nuovo presidente del Comitato scientifico del Museo Egizio di Torino

Publicato il 12 maggio 2017

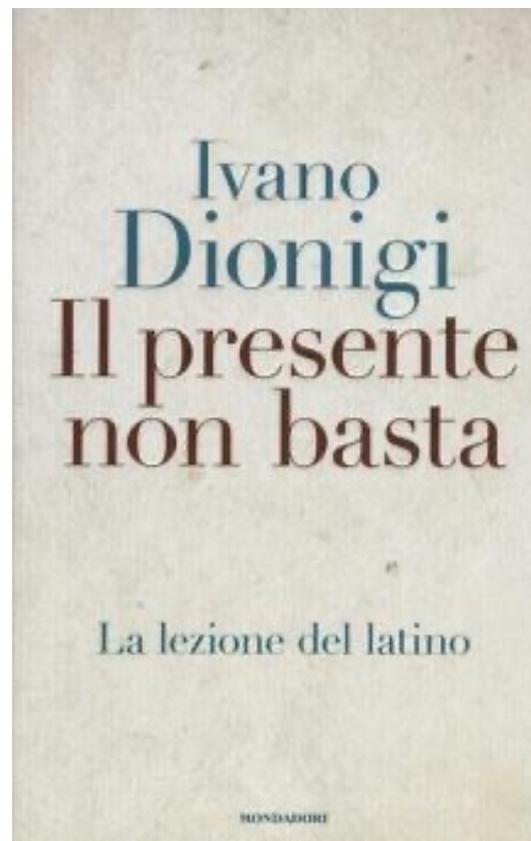
La nomina conferma e rafforza il prestigio della scuola egittologica pisana



Marilina Betrò



Il caso dei libri di testo per le scuole superiori



Chief Philosophy Officer: chi sono e perché le aziende li stanno assumendo

Home > [Innovazione](#)

Alcune società della Silicon Valley stanno reclutando laureati in filosofia come manager o per consulenze esterne. Così sono nati i "practical philosophers", che usano la loro conoscenza per le aziende. Nel 2019 il trend potrebbe arrivare anche in Italia. Ecco l'identikit di questa nuova figura manageriale

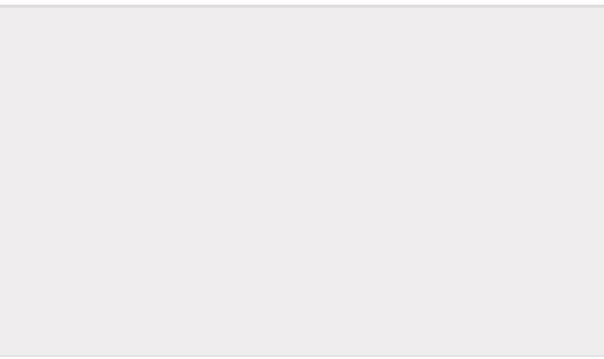
di [Luciana Maci](#)

24 Dic 2018



414 Condivisioni

L'Italia alla sfida del cloud nazionale



Inizia tra 21 gg 13 ore 42 min 55 sec [ISCRIVITI](#)

Quanto è eco-sostenibile e circolare la tua azienda?

Come e dove puoi migliorare?

Prova subito il C-Readiness Assessment tool

Prossimo Problem Framing, che cos'è: capire i problemi di innovazio



Terza Missione

La terza missione e le discipline umanistiche

Il mondo accademico svolge tradizionalmente le missioni di **Didattica** e di **Ricerca**; a queste si è aggiunta più recentemente una **terza missione**, ovvero quella che mira a generare impatto sulla società civile attraverso il dialogo e l'interscambio culturale e tecnologico.

L'obiettivo della Terza Missione è quello di attivare **scambi tra la comunità accademica e le varie parti sociali**, creando una fluidità in cui la ricerca non resti isolata nel solo ambito accademico, ma offra e tragga benefici dal contatto con la società. L'Università mette dunque a disposizione del territorio e della comunità il proprio patrimonio di cultura e competenze, oltre ai risultati della ricerca, con l'intento di migliorare il benessere della collettività e di rispondere alle sollecitazioni civili, sociali ed economiche provenienti dai soggetti esterni.

Le attività comprese nell'ambito di questa interazione sono spesso considerate lontane dalle materie umanistiche e ritenute

Dipartimento

[Presentazione](#)

[Organi](#)

[Uffici](#)

[Laboratori](#)

[Persone](#)

[Sedi](#)

[Bandi](#)

[Modulistica](#)

[Terza Missione](#)

risultati della ricerca, con l'intento di migliorare il benessere della collettività e di rispondere alle sollecitazioni civili, sociali ed economiche provenienti dai soggetti esterni.

Le attività comprese nell'ambito di questa interazione sono spesso considerate lontane dalle materie umanistiche e ritenute tipiche dei settori disciplinari scientifico-tecnologici o economico-sociali, per i risvolti più immediati in termini di applicazione e di valutazione dei risultati. Tuttavia, le **discipline umanistiche** possono fornire un contributo importante nel campo della produzione e della gestione dei beni culturali, del rapporto con la società civile, dell'educazione alla cittadinanza, della divulgazione del sapere, dell'aggiornamento delle competenze nel mondo dell'insegnamento e in generale possono offrire maggiori filtri interpretativi per affrontare realtà complesse.

Facendo riferimento alle categorie relative alla Terza Missione, individuate dall'**Anvur** (Nota integrativa al Manuale per la valutazione approvato dal Consiglio Direttivo nella seduta del 1° aprile 2015), riprese nel Piano Strategico di Ateneo (2020-2022), quelle che ricadono maggiormente nell'ambito delle discipline umanistiche sono:

[Job Placement e promozione dell'imprenditorialità](#)

[Rapporto tra comunità accademica e soggetti esterni](#)

[Produzione e gestione dei beni culturali](#)

[Formazione continua](#)

[Public engagement](#)

[Modulistica](#)

Terza Missione

[Dipartimento di eccellenza](#)



Notizie

[Ciclo di lezioni "Biblioteca filosofica" per le scuole superiori: La Fenomenologia dello Spirito di Hegel](#)

[Il "Contesto antropologico della donazione e del trapianto"](#)

[L'archivio fotografico e l'idea di nazione: metodologie della ricerca e prospettive critiche](#)



Job Placement e promozione dell'imprenditorialità

Rapporto tra comunità accademica e soggetti esterni

Produzione e gestione dei beni culturali

Formazione continua

Public engagement

La valorizzazione delle attività di terza missione sono affidate alla **Commissione Terza Missione**. Questa ha il compito di monitorare il numero e la tipologia degli eventi organizzati dal Dipartimento, la loro distribuzione nel territorio, i soggetti interessati e la quantità delle persone coinvolte, in modo da offrire la massima visibilità alle molteplici attività svolte.

Cliccando su **Inserisci una scheda di Terza Missione**, i responsabili delle attività accedono al sito in cui è possibile aprire una nuova scheda, **Nuova scheda +**, compilarla e inviarla alla pubblicazione e all'archiviazione; l'accesso avviene attraverso le credenziali di Ateneo.

[Inserisci una scheda di Terza Missione](#)

Notizie

Ciclo di lezioni
filosofica" p
superiori: L
dello Spirito

Il "Contesto
donazione

L'archivio fo
nazione: m
ricerca e pr

Meridiana e
intervista F

Collaborazi
giornalisti

valutazione approvato dal Consiglio Direttivo nella seduta del 1° aprile 2015), riprese nel Piano Strategico di Ateneo (2020-2022), quelle che ricadono maggiormente nell'ambito delle discipline umanistiche sono:

Job Placement e promozione dell'imprenditorialità

Attività di accompagnamento degli studenti e dei laureati al mondo del lavoro (attivazione di tirocini curriculari ed extracurriculari, realizzazione di iniziative con enti operanti nei settori culturali vicini alle discipline umanistiche e collegamento con le attività di Job Placement e del servizio di ateneo Career Service) e attività di formazione alla cultura imprenditoriale che possono portare alla creazione di imprese spin-off (es. la partecipazione alle attività di promozione del Contamination Lab di Ateneo e la creazione di imprese da parte di laureati dei nostri corsi).

Schede

Rapporto tra comunità accademica e soggetti esterni

Produzione e gestione dei beni culturali

Formazione continua



Notizie

Ciclo filosofico super dello

Il "Co dona

L'arch nazione ricerca

Meric intern

Call

Public engagement

Per public engagement si intende il contributo dell'università alla crescita sociale e culturale dei cittadini. Più precisamente, possono essere considerate all'interno di questa categoria:

- realizzazione di pubblicazioni divulgative e siti web dedicati al pubblico esterno
- organizzazione di manifestazioni culturali aperte alla cittadinanza (incontri, concerti, esposizioni, mostre, giornate commemorative, viaggi della memoria, ecc.)
- partecipazione attiva ad incontri pubblici (festival, caffè letterari, ecc.)
- attività di orientamento con le scuole secondarie di secondo grado
- iniziative divulgative rivolte ai bambini e ai giovani e contatti con le scuole
- lezioni presso enti, associazioni, università per adulti
- accoglienza dei giovani per lo svolgimento del servizio civile
- partecipazione a trasmissioni televisive a livello locale, nazionale e internazionale
- collaborazione con enti per progetti di sviluppo urbano e valorizzazione del territorio
- iniziative di democrazia partecipativa (panel e incontri con parti sociali, ecc.)
- partecipazione alla progettazione e ai comitati scientifici di strutture museali
- partecipazione a commissioni e comitati di esperti su tematiche afferenti alla Terza Missione

	Attività svolte in collaborazione con lo SMA Public Engagement Iniziative pubbliche/eventi/manifestazioni per il mondo della scuola, bambini, ragazzi e famiglie	Educazione museale per le scuole primarie e secondarie di primo grado	10/11/2021	Anna Anguissola	Pannocchia Chiara Tarantino
Presentazione dell'offerta educativa della Gipsoteca di arte antica 2021-2022	Produzione e gestione dei beni culturali Attività svolte in collaborazione con lo SMA Public Engagement Iniziative pubbliche/eventi/manifestazioni per il mondo della scuola, bambini, ragazzi e famiglie	Valorizzazione della Gipsoteca di arte antica	28/10/2021	Anna Anguissola	Chiara Tarantino
Lo scienziato comunicatore	Public Engagement Seminari, mostre, festival, caffè letterari, concerti aperti alla comunità	Attività singola	16/10/2021	Mauro Capocci	
Immaginare il mondo. Una rassegna cinematografica e videoludica sui futuri immaginati	Public Engagement Incontri pubblici/panel con la partecipazione del personale del D.CFS	Attività singola	09/10/2021	Chiara Tognolotti	

Public Engagement

Uno sguardo ad Oxford

Oxford University Innovation
Engaging with the **Humanities**





The Vice-Chancellor

I am delighted to see the entrepreneurial and innovative engagement taking place in the Humanities and the support being provided by Oxford University Innovation.

The fresh exciting ideas and creativity are evident from the case studies. Innovation in all its forms is to be prized and recognised, and it is important for the University to engage outwardly to support pathways to impact and also job creation, particularly for Humanities students.

I look forward to observing the developments still to come in future years.

*Professor Louise Richardson,
Vice-Chancellor, University of Oxford*



“Having recently taken up post as Head of the Humanities Division I was pleasantly surprised to see the innovative and creative work already taking place in the Division. While our focus is directed towards research and the pathways strengthening our impact for the Research Excellence Framework, I am very much aware of the important role the Humanities Division plays in creating wide-ranging impact; locally within Oxford, for the UK and on the international stage. To this end, and as an entrepreneurial and creative Division, we wish to utilise all the resources available to us at Oxford and are delighted to have the support services available from Oxford University Innovation. This brochure gives an overview, with some useful case studies, of the services available, from supporting start-up companies with students and innovation challenge competitions, through to supporting knowledge exchange fellows to continue their excellent collaborative work with organisations after their fellowships have ended.”

Karen O'Brien, Head of Humanities Division



Welcome

Having recently assumed the position of CEO at Oxford University Innovation, I am very conscious that OUI's role as an innovation enabler must support the rich and diverse research outcomes across all Divisions of the University.

The creative and entrepreneurial spirit present in the Humanities Division is fertile ground from which the green shoots of innovation are appearing.

OUI's function is to guide and nurture these green shoots as they grow. The case studies in this brochure showcase what can be achieved with OUI helping to create and support pathways to impact.

Feedback received from colleagues in the Humanities Division suggests OUI's empathetic approach to maximising potential impact through innovation, enterprise and entrepreneurship is proving successful.

We will strive to consolidate and strengthen the existing relationships between OUI and our Humanities Division colleagues. We look forward to working with the wider Humanities community to create further examples of successful innovation.

*Matt Perkins, Chief Executive Officer
Oxford University Innovation*

Oxford University Innovation sponsors the Humanities Innovation Challenge Competition



Oxford University Innovation is delighted to sponsor the Humanities Innovation Challenge Competition. We are doing this together with The Oxford Research Centre in the Humanities (TORCH), which seeks to stimulate and support research activity that transcends disciplinary and institutional boundaries. TORCH is a great advocate of innovation and creativity in the Humanities and its networks. Oxford University Innovation and TORCH are keen to encourage researchers, graduate students and staff to develop entrepreneurial ideas which can potentially enrich their own work, communicate to a wider audience, and develop new perspectives.

To this end, you are invited to propose innovative ideas which can lead to entrepreneurial activity, social impact or enterprise. Although the Challenge is open to individuals, we would also like to encourage cross-disciplinary team-work, in which case at least one member of the team should come from the Humanities Division.

Even if your idea doesn't win a prize, an expert from Oxford University Innovation will discuss the potential of your idea and give you useful feedback, so in any event it will be a great learning experience.

The challenge

The challenge is to develop your best ideas by summarising them in 200 words. Researchers whose entries are selected will be given mentoring to pitch their ideas to a panel of judges, in front of an audience, for a cash prize of £1,000 and for in-kind support worth over £5,000. The idea may come out of your academic work, or your other interests. Oxford University Innovation wants to support you in turning those ideas into opportunities. Perhaps you have a clever idea for a smart app such as the LIFE project (oxreach.hubbub.net/p/LIFEproject), or educational interventions to support learning and development, or an innovative way of mounting lights – anything that can help others and be sustainable at the same time.

Prize

The winner will receive a cash prize of £1,000. They will also receive in-kind support worth over £5,000, including:

- Invitation to a dinner hosted for the Innovation Challenge
- Invitation to the Oxford Innovation Society networking event and dinner
- Media support for a press release
- Mentoring for the next steps and throughout your project
- Support for funding opportunities, through the crowdfunding platform OxReach, or support through three other Oxford University Innovation funds
- Possible entry into the Oxford Startup Incubator with access to networking, funding, marketing, legal, and accounting services, or development of a University spin-out company and help with team building.

Judges

The judging panel will be made up of entrepreneurs, creative thinkers and experts in innovation.

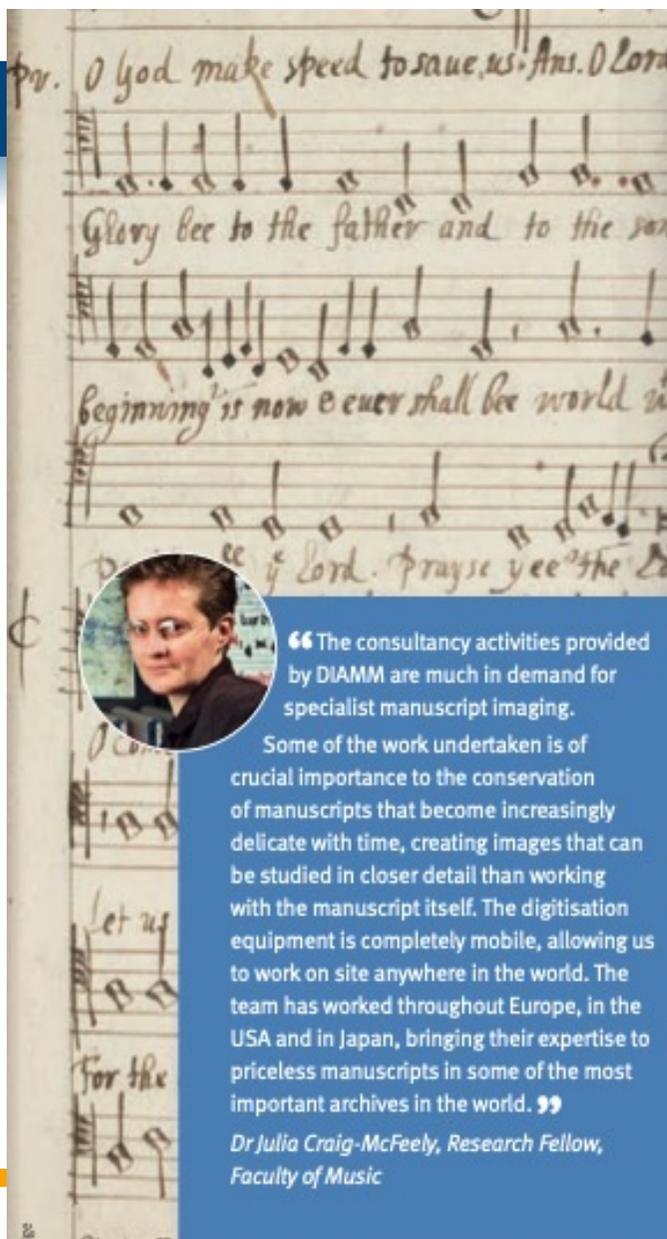
Eligibility and process

Teams or individuals can apply as long as at least one team member comes from the Humanities.

For more information

Please contact Susan Clark
susan.clark@innovation.ox.ac.uk





Striking the right note

The Digital Image Archive of Medieval Music (DIAMM), part of the Music Faculty, was set up in 1998 and is a leading resource for the study of medieval manuscripts. Archive-quality digitisation of rare and valuable manuscripts enables very high-quality, colour-accurate surrogates to be made without reference to the original, thus minimising damage and deterioration.

In 2012 Oxford University Innovation's Consulting Services were asked to assist DIAMM with contractual and administrative matters prior to any work being undertaken. Working with DIAMM, Oxford University Innovation formulated a contractual template designed to reduce the uncertainty and risk that can be associated with the complex projects that DIAMM takes on, as well as helping with pre-consulting negotiations on the fees and payment arrangements.

Managed by Dr Julia Craig-McFeely, who was the imaging consultant on the pilot project for the digitisation of the Dead Sea Scrolls, DIAMM's consulting expertise has over the years been used by organisations such as the Royal College of Music (for digitisation of the Anne Boleyn Book); King's College London (for digitisation of the Exon Domesday manuscript from Exeter Cathedral); Winchester Cathedral (for digitisation of the Winchester Bible); and the University of Newcastle upon Tyne (for work on Manuscript Partbook B.4.17 from Queens College Cambridge, a project sponsored by the Early English Church Music editorial series).

“The consultancy activities provided by DIAMM are much in demand for specialist manuscript imaging.

Some of the work undertaken is of crucial importance to the conservation of manuscripts that become increasingly delicate with time, creating images that can be studied in closer detail than working with the manuscript itself. The digitisation equipment is completely mobile, allowing us to work on site anywhere in the world. The team has worked throughout Europe, in the USA and in Japan, bringing their expertise to priceless manuscripts in some of the most important archives in the world.”

*Dr Julia Craig-McFeely, Research Fellow,
Faculty of Music*

History of Art in action

Involving an academic expert from a renowned institution in a TV documentary brings obvious benefits to producers in the form of increased credibility, prestige, and, potentially, higher viewing figures. But sound academic advice can benefit media productions in many other ways too.

In late 2015, Geraldine Johnson, Associate Professor in History of Art, was approached by Big Light Productions, a major television drama production company. At the time, Big Light and their Italian partner, Lux Vide Productions, were filming the first series of their co-production *Medici: Masters of Florence* starring Dustin Hoffman as the founder of the famous Renaissance dynasty. But they were already planning a second series focusing on Lorenzo de' Medici, known as the Magnificent, and his interactions with some of the most famous names in the history of art such as Sandro Botticelli, and later Leonardo da Vinci and Michelangelo. Although this was a drama series, both production companies were eager to get expert advice on the historical and artistic context in order to produce a more convincing and authentic-looking series.

Geraldine agreed to share her expertise by participating in workshops with the companies' writing teams and critically reviewed scripts for each of the eight episodes. Having worked with Oxford University Innovation in the past, she was aware of the benefits of "outsourcing" administrative and contractual matters in order to be able to concentrate on the most interesting aspects of the project.



“Oxford University Innovation provided excellent advice right from the start of the project and took the lead on negotiating the fee and the all-important terms and conditions. This meant that I didn't have to discuss any of these types of contractual issues with the client and instead could concentrate on defining the consulting brief and then simply get on with the job. It has made the experience of working with a major television production company much less stressful than it would have been had I tried to go it alone. And it was very reassuring to know that issues like insurance, indemnity and managing intellectual property were being looked after by the team at Oxford University Innovation, with access to legal advice as and when necessary as well. For academics thinking of working on television, radio or film projects, I would definitely recommend using Oxford University Innovation.”

Geraldine Johnson, Associate Professor of History of Art, History of Art Department

Chrome Archivio Modifica Visualizza Cronologia Preferiti Profili Scheda Finestra Guida 34% Lun 22 nov 21:48 Andrea Piccaluga

https://www.raiplayradio.it/ x The LEGO Foundation: Learning through play x

enterprise.cam.ac.uk/case-studies/lego-learning-through-play/

App ScholarOne Manu... Apple iCloud Wikipedia Google La Repubblica.it... Facebook Twitter TripAdvisor Corriere della Ser... Elenco di lettura

UNIVERSITY OF CAMBRIDGE STUDY AT CAMBRIDGE ABOUT THE UNIVERSITY RESEARCH AT CAMBRIDGE



COVID-19 Privacy Cookies Accessibility

About For the University For external organisations Latest Events Contact us



Netval

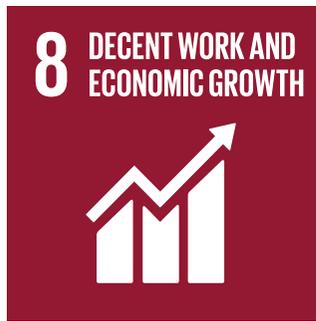
Mac OS taskbar with various application icons including Safari, Chrome, Mail, Calendar, Photos, Music, and others.

Una possibile cassetta degli attrezzi



- **Nelle HASS conoscono il TTO? E il TTO è pronto a interagire con le humanities?**
- **Quando offriremo servizi tipo Oxford?**
- **Forse, organizzare più incontri con studenti e docenti?**
- **Valorizzazione di più i casi di impatto. Enfatizzare la narrativa. Premiare. I casi di studio ANVUR aiutano, da questo punto di vista. Entusiasmo.**
- **Più impegno nel rappresentare l'impatto in modo meno «tradizionale» e riuscire a farselo «accreditare», sia in ateneo che fuori.**





Lavorare insieme, come KTO

- **Una cosa è la rappresentazione e la narrativa dell'impatto. Nell'ottica della reputazione, dell'accountability, della Terza Missione, Anvur, ecc.**
- **Altra cosa, ancorché collegata, è stimolare, accompagnare, generare impatto.**
- **Sia rispondendo a richieste di qualcuno, sia «creando» insieme.**



STEM e HASS



A. Piccaluga - Netval – 24 novembre 2021

STEM e HASS

- **STEM e HASS possono lavorare insieme.**
- **Es. linguistica computazionale, etica nella robotica e nella guida autonoma, tecnologie digitali ed arte, ecc.**



Fare cultura a livello di dipartimento

- **Creare dei «contenitori» per raccogliere le attività dei docenti, informarli bene, invitarli a riempirli, rendere facile la loro vita.**

Contact details

Netval

c/o Università degli Studi di Pavia - Servizio Ricerca e Terza Missione

Corso Strada Nuova, 65

27100 Pavia – Italy

Phone + 39 0382 984895

Email: segreteria@netval.it

Skype: [segreteria.netval](https://www.skype.com/name/segreteria.netval)

Twitter: [NetvalITA](https://twitter.com/NetvalITA)

Facebook: [associazionenetval](https://www.facebook.com/associazionenetval)

www.netval.it

