

Ready for commons

L'arte della gestione e distribuzione dei dati

LUCA CORSATO, *OSD opensensorsdata, luca@osd.tools*

ANDREA RAIMONDI, *OSD opensensorsdata, University of Exeter, andrea@osd.tools*

LORENZO CATALDI, *OSD opensensorsdata, lorenzo@cataldi.design*

SIMONE CORTESI, *OSD opensensorsdata, simone@cortesi.com*

ALESSIO BIANCALANA, *OSD opensensorsdata, alessio@biancalana.me*

Sommario

Presentiamo Ready For Commons, un modello per la gestione e la distribuzione dei dati negli ambiti scientifici, amministrativi, creativi e industriali. Nella sezione (1) vengono descritti l'obiettivo e i principi alla base del modello e come questo consenta di comprendere la gestione del valore attorno all'informazione. Nella sezione (2) vengono esposti gli elementi operativi del modello.

1. L'obiettivo di Ready for commons

Ready for Commons è un modello strategico per la gestione e la distribuzione al pubblico di elementi informativi (dati, documenti, immagini, database), competenze e relazioni umane, ovvero del patrimonio cognitivo di una collettività. Trasformare un patrimonio cognitivo destinato a uso interno in beni comuni cognitivi, ovvero una risorsa disponibile per tutti, richiede un'attenta valutazione dei vantaggi e dei costi associati, oltre che un'analisi degli interessi esterni al patrimonio cognitivo in possesso. Il modello Ready for Commons permette di individuare quali e quante parti del patrimonio possono essere trasformate in un'occasione di crescita economica e sociale, semplicemente rendendole

© Luca Corsato, Andrea Raimondi, Lorenzo Cataldi, Simone Cortesi, Alessio Biancalana 2019

DOI 10.5281/zenodo.3232970

Published by OSD opensensorsdata srl | <https://osd.tools> | contact@osd.tools

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

accessibili a tutti. In particolare, Ready for Commons permette una migliore gestione qualitativa del suddetto patrimonio. Vediamo come.

Le strategie finora adottate per l'accesso aperto alle informazioni hanno come obiettivo primario l'esposizione del patrimonio, poiché l'assunto è quello che si migliori la qualità dei beni comuni cognitivi tramite l'iniezione di maggiori quantità di informazione. Il valore del patrimonio informativo immesso viene dunque considerato costante e valutato in base a quanto contribuisca ad "ingrandire" i beni comuni cognitivi a disposizione. Ready for Commons non è dissimile dalle comuni strategie nel suo intento di contribuire a tali beni¹. La formulazione del modello Ready for Commons, infatti, è il risultato di anni di osservazione delle dinamiche delle comunità di sviluppo di progetti collaborativi aperti. Tuttavia si differenzia da queste nella metodologia adottata per il raggiungimento dello scopo: l'aspetto qualitativo del modello, cioè il valore dell'informazione, si fonda su due assunzioni di base:

- (a) la prima, che il valore di un patrimonio informativo non è costante, ma è sempre frutto di una negoziazione tra interessi esterni e capacità produttive interne;
- (b) la seconda, che l'andamento del valore di un patrimonio è strettamente correlato al ruolo che la produzione di questo svolge all'interno delle dinamiche sociali e degli interessi pubblici.

Sebbene l'ambito di applicazione del modello, per la sua natura tecnica – come sarà esposto a breve –, è quello dello studio dei processi di gestione e produzione di elementi informativi (dati, documenti, database ecc ecc), (a) può essere comunque intesa sia in riferimento al valore di un patrimonio privato che al valore del patrimonio comune. È infatti diretta conseguenza di (a) che anche il valore del

¹ Inserire citazione di Ostrom governare i beni comuni

patrimonio comune non sia fisso², e che dunque aumentarne semplicemente la quantità non sia la metodologia migliore per incrementare il valore. Le metodologie comuni tendono – più o meno consapevolmente – a compensare questo aspetto ricorrendo alle “comunità di riuso” composte variabilmente da attivisti, rappresentanti di categorie e lavoratori della conoscenza in genere (*knowledge worker*)³. Sono queste che devono, sulla carta, svolgere il ruolo di qualificatori dell’informazione, e tuttavia, come l’evoluzione dei processi open-data dimostra⁴, questa metodologia ha portato a un’attenzione pubblica sull’esistenza di tali patrimoni, con scarsi risultati in termini di impatto sociale, scientifico e produttivo. Il problema alla base, a nostro parere, è che molte di queste comunità non siano state capaci di mostrare quei benefici qualitativi che spingono le forze produttive verso l’integrazione dei beni comuni cognitivi come asset di sviluppo. Essere “pronti per i commons” significa, sì, avere un interesse al patrimonio comune ma anche e soprattutto avere una comprensione di tale patrimonio come risorsa per l’aumento di valore del proprio.

D’altro canto, l’attenzione delle comunità all’ingrandimento del bacino dei beni comuni cognitivi, alla sola dimensione quantitativa piuttosto che alla loro gestione, ha lasciato in secondo piano come il valore di un bene informativo comune possa determinare un aumento di valore dei beni cognitivi

² Il valore e la cura di un patrimonio comune varia a seconda degli effetti di EVO (Extrinsic Valuation Orientation) di un individuo in quanto riconoscimento delle proprie qualità e azioni da parte di un gruppo. Sheldon, K. M., & McGregor, H. A. (2000). *Extrinsic Value Orientation and “The Tragedy of the Commons.”* *Journal of Personality*, 68(2), 383–411. doi:10.1111/1467-6494.00101

³ Luca Corsato, Andrea Raimondi, & Simone Cortesi. (2017, November 28). La distribuzione dei dati è una negoziazione. Zenodo. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1487945>

⁴ Per un esempio sull’evoluzione di “aperto” e “open-washing” si veda Wiley D. *The Consensus Around “Open”* <https://opencontent.org/blog/archives/4397> (tradotto da Marconato E., Brunati in *Il consenso attorno all’open* <https://medium.com/civichackingit/il-consenso-attorno-a-open-8ed60ec49a2>)

privati⁵, ipoteticamente disponibili alla distribuzione. Questo trend non ha permesso di comprendere i beni comuni cognitivi come un mercato, ma ha favorito una loro interpretazione – più o meno consapevole – in termini museali, cioè come beni da preservare invece che da negoziare.

L'assunto (b)⁶ di Ready for Commons è ciò che – a nostro parere – permette di superare questo scoglio concettuale. Lo scarso impatto dei trend menzionati sopra risiede nell'aver assunto che il valore di un bene sia predeterminato, cioè venga prima del suo riconoscimento in quanto bene; al contrario, l'assunto del modello Ready for Commons è che il valore di un bene è sempre negoziato tra diversi soggetti – cioè *intersoggettivamente* negoziato – e che dunque abbia un mercato; cioè che il valore reale – e non nominale – di un bene sia determinato nel momento del riconoscimento da parte di qualcuno. Sebbene infatti si discuta sempre di informazioni come *patrimonio*, questa pratica nasconde il fatto fondamentale che è possibile parlare di *patrimonio* solo a posteriori, cioè solo dopo che il valore di tali informazioni è stato riconosciuto, e il loro ruolo come beni comuni cognitivi venga accettato.

Analizzare il ruolo che la produzione del patrimonio cognitivo, e le capacità professionali ad esso associato, svolgono all'interno delle dinamiche sociali e degli interessi pubblici, permette di

⁵ Dallo scambio e accesso di beni concreti (beni informativi) corrisponde anche un aumento di beni intangibili (beni cognitivi). “Le società hanno progredito nella misura in cui esse stesse, i loro sottogruppi e, infine, i loro individui, hanno saputo rendere stabili i loro rapporti, donare, ricevere e, infine, ricambiare. Per potere commerciare, è stato necessario, innanzitutto, deporre le lance. Solo allora è stato possibile scambiare i beni e le persone, non più soltanto da clan a clan, ma anche fra tribù e tribù, fra nazione e nazione e – soprattutto – fra individui e individui. Solo in seguito i popoli hanno saputo crearsi degli interessi, soddisfarli reciprocamente e, infine, difenderli, senza dovere ricorrere alle armi.”. Mauss M. *Saggio sul dono: Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, 3 ed., Giulio Einaudi, Torino 2002

⁶ rif pag. 2 “l'andamento del valore di un patrimonio è strettamente correlato al ruolo che la produzione di questo svolge all'interno delle dinamiche sociali e degli interessi pubblici”

approssimare il valore nominale di un bene a quello reale, cioè a quello stimabile dal mercato. Di conseguenza, il modello permette di individuare i *benefici* legati alla distribuzione:

- 1) preservare una fonte riutilizzabile di informazioni abbattendo i costi di gestione interna;
- 2) individuare quali informazioni risultino di così alto interesse per cui qualcuno è disposto a pagarne l'accesso, e dunque studiare nuove direzioni di sviluppo per la produzione;
- 3) basare le strategie reputazionali sul contributo alla cultura pubblica che il patrimonio cognitivo privato può offrire, cioè sul tipo di lascito (*legacy*) che la produzione privata può creare per la preservazione a lungo termine del valore del proprio patrimonio.

2. I componenti di Ready for Commons

Il modello ha due principali componenti, uno tattico e uno strategico, legati rispettivamente all'aspetto di *readyness* e a quelli di *commons* – nel senso descritto sopra.

2.1 Componente tattico di RfC: la produzione e i principi FAIR

Il primo, quello tattico, è legato alla produzione del patrimonio cognitivo ed è basato sull'applicazione dei principi FAIR⁷, l'acronimo di *findability*, *accessibility*, *interoperability* e *reusability*. Lo scopo dei principi FAIR è quello di rendere i dati reperibili, accessibili, interoperabili e riusabili.

⁷ “The elements of the FAIR Principles are related, but independent and separable. The Principles define characteristics that contemporary data resources, tools, vocabularies and infrastructures should exhibit to assist discovery and reuse by third-parties. By minimally defining each guiding principle, the barrier-to-entry for data producers, publishers and stewards who wish to make their data holdings FAIR is purposely maintained as low as possible.” Wilkinson, M. D. et al. *The FAIR Guiding Principles for scientific data management and stewardship*. doi: 10.1038/sdata.2016.18 (2016) pag.4

L'implementazione dei principi, originariamente formulati per i dati della ricerca scientifica, può facilmente essere esportata oltre i confini dell'accademia e ne può ereditare i benefici. I principi FAIR sono principi di *preparazione al riconoscimento* dell'informazione.

I principi FAIR consentono di rendere l'informazione intellegibile, ma permettono anche una valutazione del valore dell'informazione che include l'impatto sul tessuto sociale e professionale responsabile della sua produzione e distribuzione. Non solo; l'uso dei DOI (*digital objects identifier*) individua le risorse in maniera unica o univoca, e garantisce che le parti in causa nel riconoscimento del valore abbiano come oggetto di valutazione *la stessa informazione*. Ciò consente di migliorare la fiducia nei processi di preparazione, o di *readiness*, delle informazioni, poiché le informazioni così prodotte consentono a tutti gli attori coinvolti di comprendere i propri interessi in relazione a queste, e dunque partecipare al processo intersoggettivo di determinazione del valore. Questa concezione delle informazioni come *veicolo* è quindi in linea, e consente, l'attribuzione di valore a posteriori, lasciando distinto il valore nominale, quello generalmente determinato dai tempi e i modi di produzione del bene informativo.

2.2 Componente strategico di RfC: l'open business model

Il secondo, quello strategico, è legato, a tutte quelle strategie di distribuzione che permettono di implementare le idee ed i benefici che derivano da (a) e (b)⁸, e che sono modellati come parte del

⁸ rif. pag. 2

business landscape di un produttore pubblico e/o privato, e dunque contenute nel relativo *business model*. La cosiddetta *gestione* del patrimonio non è altro che l'uso congiunto di entrambi gli elementi.

Un business model costruito a partire dalle assunzioni (a) e (b) viene definito come *Open Business Model* (OBM)⁹. Nei suoi tratti comuni un OBM non è diverso da un normale *Business Model* (BM). Include infatti le maggiori categorie di analisi: *revenue mechanisms*, *customer segments*, *key partners*, *infrastructure costs*, e così via. Include tuttavia alcuni elementi di riorientamento del business in termini di distribuzione e qualificazione del patrimonio. Il primo e più classico è la presenza di licenze aperte¹⁰. Tuttavia nell'OBM le licenze di uso aperto – strumenti classici dei trend open-data discussi in precedenza – acquisiscono importanza solo a partire dalle relazioni di riconoscimento che permettono di costruire il valore dei beni informativi:

- 1) L'analisi dei segmenti rappresentati dagli stakeholder in base agli interessi;
- 2) lo studio dell'impatto della distribuzione aperta sui costi di gestione;
- 3) la rivalutazione dei meccanismi di revenue;
- 4) lo studio di valore sociale.

Questi elementi permettono di inserire tali licenze in un contesto operativo più ampio, piuttosto che in uno puramente legale o di protezione, e dunque di stimolare il valore produttivo della distribuzione aperta.

⁹ L'open business model viene introdotto nel 2006 da Chesbrough in *Open - modelli di business per l'innovazione*. Qui ci si riferisce alla sintesi del modello attuata da Paul Stacey per la Creative Commons Foundation nell'articolo *What is an Open Business Model and How Can You Generate Revenue?* <https://medium.com/made-with-creative-commons/what-is-an-open-business-model-and-how-can-you-generate-revenue-5854d2659b15>

¹⁰ Per una panoramica sulle licenze aperte ci si riferisce al progetto Opendefinition di Open Knowledge Foundation <https://opendefinition.org/licenses/>. Utile anche l'iniziativa Choose a license di Github inc. <https://choosealicense.com/>

L'*Open Business Model*, dunque, è uno strumento di studio delle condizioni di riusabilità e qualificazione del proprio patrimonio a partire dall'equilibrio tra costi/benefici (sia di tipo economico che sociale) costruito per mezzo delle relazioni di riconoscimento, quelle tramite le quali il mercato determina il valore delle informazioni in quanto beni cognitivi.

Limiti di Ready for Commons

Le componenti di Ready for Commons sono i principi FAIR e l'*Open Business Model*. Questi elementi non sono esenti da limiti che vediamo rapidamente.

Limiti dei principi FAIR

I principi nascono all'interno dell'iniziativa Open Access accolta nel programma di finanziamento alla ricerca Horizon 2020¹¹. Tali principi riguardano sia la gestione dei dati (*data management*) sia le licenze d'uso consentite; questi elementi sono familiari nella pubblica amministrazione (le licenze) e negli istituti di ricerca (*data management*), ma nel settore privato possono avere una diffusione parziale o incompleta. Il limite delle licenze aperte nel settore privato è rappresentato dalle esigenze di protezione della proprietà intellettuale, mentre il *data management* è principalmente rivolto all'uso interno; i modelli più produttivi - in tutti i settori - sono "a cascata", ovvero il modello *waterfall* che presuppone una filiera organizzata e fissa. L'adozione dei principi FAIR quindi trova ostacoli nei

¹¹ Open access & Data management

http://ec.europa.eu/research/participants/docs/h2020-funding-guide/cross-cutting-issues/open-access-dissemination_en.htm

modelli produttivi per quanto riguarda lo scambio e la gestione dei dati, mentre le licenze aperte possono costituire un limite per le restrizioni imposte dalla tutela della proprietà intellettuale.

Limiti dell'Open Business Model

La letteratura evidenzia che l'apertura dei modelli di business da parte di aziende OTT (*Over The Top*) ha rappresentato un incremento di utili e di quote di mercato. A prescindere dell'applicazione di OBM in prodotti o servizi, si è riscontrato che l'apertura dei modelli di business è più facile o per chi già detiene grandi quote di mercato o per chi agisce in un nuovo mercato. In entrambi i casi si assume che un soggetto (*sponsor*)¹² si faccia promotore di un'apertura dei modelli per svariati motivi: riduzione delle barriere d'ingresso al mercato, riduzione dei costi d'interoperabilità, abbassamento della “tassa di conoscenza” per i consumatori e gli stessi competitor. In sostanza lo *sponsor* cede parte della propria proprietà intellettuale per espandere il proprio modello, facilitandone l'adozione, in cui la competizione si trasferisce dalla “concorrenza tra sistemi” alla “concorrenza tra prodotti (e/o servizi)”¹³. Questo scenario pone però il rischio di monopolio, dal momento che la facilità di adesione ad un modello può portare all'esclusione di modelli concorrenti, e può aumentare i costi di produzione e

¹² Un'approfondita analisi sull'OBM di Wizard of the Coast e la licenza di rilascio di Dungeons&Dragons condotta nel 2014 ha mostrato come l'adozione e la promozione di un modello aperto non comporti rischi, costi e costanti revisioni. Il paper è del 2014 e conclude con la quarta edizione di D&D (2008) con una licenza Game System License (GSL) più restrittiva Open Game License (OGL). Nel giugno 2014 WotC ha rilasciato la 5 edizione con una licenza OGL per il nucleo delle regole, mentre la concessione di terze parti è inserita in un programma che contratta le concessioni direttamente con gli sviluppatori (DM Guild <https://support.dmsguild.com/hc/en-us/articles/217520927-Ownership-and-License-OGL-Questions>)
Benoît Demil et Xavier Lecocq, « *The Rise and Fall of an Open Business Model* », *Revue d'économie industrielle* [En ligne], 146 | 2e trimestre 2014, mis en ligne le 15 mai 2016, consulté le 26 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rei/5803> ; DOI : 10.4000/rei.5803

¹³ “the cumulative effect of all those bubbles has proven to be a massive downsizing of the marketplace. I have to note, highlight, and reiterate: The problem is not competitive product, the problem is competitive systems”
Dancey, 2012 *ibidem*

creazione di valore per gli aderenti al modello. Se i costi di ricerca e sviluppo sono ridotti dalla disponibilità di informazioni e di un sistema di produzione uniforme, aumentano i costi di sviluppo del prodotto e/o servizio per differenziarsi dai concorrenti. Inoltre per lo *sponsor* del modello aperto si creano dei costi di gestione, controllo e contrattazione degli usi di ciò che ha reso disponibile, che se non bilanciati possono generare perdite.

Conclusioni e valutazione di Ready for Commons

Il modello Ready for commons si propone di armonizzare la distribuzione dei beni informativi di un soggetto e/o di un gruppo verso l'esterno. Ready for commons bilancia la cessione di beni informativi con l'acquisizione di relazioni e dipendenze di soggetti esterni attraverso un *Open Business Model*: gli effetti benefici sono definiti dall'aumento reciproco dei patrimoni cognitivi, grazie alla relazione diretta o indiretta con chi riutilizza attraverso i principi FAIR. Si è osservato che le due componenti di Ready for Commons, principi FAIR e *Open Business Model*, possono avere dei limiti sia nell'economia di gestione che di relazione. Il modello Ready for Commons supera questi limiti dal momento che non propone un'iniziativa di *sponsorship*, bensì una *predisposizione* dei propri patrimoni informativi ad essere *pronti* per essere distribuiti e riusati liberamente.

Il modello Ready for Commons si propone come una *contrattazione a priori* tra il soggetto rilasciante e il soggetto riutilizzatore, in cui nessuno dei due soggetti corre i rischi evidenziati nei limiti. Ready for Commons presuppone un'analisi strategica e tattica della messa a disposizione dei beni informativi sia per chi distribuisce che per chi riceve, in cui l'elemento *commons* presuppone un vantaggio collettivo comune, che non esclude né mercati né attori.

In conclusione si può sostenere che i costi di adozione del modello Ready for Commons sono compensati da vantaggi sia in termini strategici di posizionamento ed esplorazione dei mercati, sia economici in quanto trasforma la produzione di conoscenza interna in vettore di promozione, responsabilità sociale e riduzione dei costi di terze parti.

Bibliografia

- Ostrom E., *Governare i beni collettivi*, 1^a ed., Marsilio, Venezia, 2006
- Hess C., Ostrom E. (a cura di), *La conoscenza come bene comune*, 1^a ed., Pearson Paravia Bruno Mondadori, Milano, 2009
- Boldrin M. e Levine D., *Abolire la proprietà intellettuale*, 1^a ed., Laterza, Roma - Bari, 2012
- Mauss M. *Saggio sul dono: Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, 3 ed., Giulio Einaudi, Torino 2002
- Osterwalder A., Pigneur Y., *Creare modelli di business*, 1^a ed., Edizioni FAG, Milano
- Chesbrough, H. (2010). *Business Model Innovation: Opportunities and Barriers*. Long Range Planning, 43(2-3), 354–363. doi:10.1016/j.lrp.2009.07.010
- Chesbrough H., *Open - modelli di business per l'innovazione*, 2^a ed., EGEA, Milano, 2013
- Morin E., *La conoscenza della conoscenza (il metodo 3)*, 1^a ed., Milano, Raffaello Cortina Editore, 2007
- Benoît Demil et Xavier Lecocq, « *The Rise and Fall of an Open Business Model* », Revue d'économie industrielle [En ligne], 146 | 2e trimestre 2014, mis en ligne le 15 mai 2016, consulté le 26 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rei/5803> ; DOI : 10.4000/rei.5803

- Andrea Raimondi, Luca Corsato, & Simone Cortesi. (2018, November 26). *Il modello Ready for commons nella pratica della ricerca*. Zenodo. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1544011>
- Luca Corsato, Andrea Raimondi, & Simone Cortesi. (2017, November 28). *La distribuzione dei dati è una negoziazione*. Zenodo. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1487945>