

# Servizi web per dati dei beni culturali

*Da una “Netflix della cultura” a un'architettura di approvvigionamento*

## Abstract

Il ministro Franceschini annuncia una piattaforma tipo “Netflix” per offrire a pagamento la cultura italiana. Un’offerta di contenuti passa attraverso un’architettura di dati e servizi web che agevoli i produttori e i fruitori di contenuti, il cui perno sono la qualità dei dati, le competenze delle persone e i modelli di business.

---

Il 17 aprile 2020 il ministro del MiBACT Franceschini ha dichiarato<sup>1</sup>, in riferimento alle iniziative dei vari enti #iorestoacasa La cultura non si ferma<sup>2</sup>

*stiamo ragionando sulla creazione di una piattaforma italiana che consenta di offrire a tutto il mondo la cultura italiana, non come adesso in modo volontario e gratuito, ma a pagamento. Una Netflix della cultura italiana.*

Mentre sale la fremente attesa per sdegnati editoriali e presentazioni di fattura, mi limito ad un paio di osservazioni di metodo e modello di business. Perché una cosa deve essere ben chiara: degli introiti devono essere urgentemente trovati, altrimenti si perdono persone e beni.

## Metodo

In Heritage in lockdown<sup>3</sup> parto dal presupposto che l'impossibilità di spostamenti obbliga l'uso di risorse digitali per creare prodotti e servizi. I dati non crescono da soli e nemmeno sono pollini che si diffondono con le stagioni. Il metodo usato finora è stato "gestionale + gallery", mentre la distribuzione è affidata a servizi basati su linked open data<sup>4</sup>. Altri dati sono accessibili attraverso Europeana<sup>5</sup>, altri ancora su Wikipedia<sup>6</sup>, ma oltre alla

---

<sup>1</sup> Aspettando le parole, puntata del 18-04-2020 (dal minuto 59:40)  
<https://www.raiplay.it/video/2020/04/aspettando-le-parole-269ce1f4-ca5f-48bb-8508-207ea89ba76e.html>

<sup>2</sup> #iorestoacasa La cultura non si ferma  
[https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza\\_asset.html\\_422536076.html](https://www.beniculturali.it/mibac/export/MiBAC/sito-MiBAC/Contenuti/MibacUnif/Comunicati/visualizza_asset.html_422536076.html)

<sup>3</sup> Luca Corsato. (2020, April 7). Heritage in lockdown - Gli asset digitali dei dati dei beni culturali nell'epoca di COVID-19 (Version 1.1). Zenodo. <http://doi.org/10.5281/zenodo.3743482>

<sup>4</sup> dati.beniculturali [http://dati.beniculturali.it/descrizione\\_dataset/](http://dati.beniculturali.it/descrizione_dataset/)

<sup>5</sup> Europeana <https://www.europeana.eu/it>

<sup>6</sup> Wikipedia progetto GLAM <https://it.wikipedia.org/wiki/Progetto:GLAM>

frammentazione è assente un'architettura di approvvigionamento che colleghi produzione, pubblicazione e selezione. La maggior parte dei servizi che siamo disposti a pagare sono di:

1. assistenza nella selezione,
2. disintermediazione per la fruizione,
3. velocità di accesso,
4. riduzione della complessità.

Se i servizi web dei dati dei beni culturali vengono costruiti su questi presupposti, allora non ci sarà solo Netflix, ma tante altre realtà con scale diverse.

## Contenuti e produzione

Con il lockdown la parte di biglietti è scomparsa con cifre che ormai si avvicinano ai 100 milioni di euro di perdita (stimati sulle statistiche del 2018<sup>7</sup>). Queste perdite riguardano solo i biglietti, a cui si aggiungono indotti da visite guidate, servizi di accoglienza e bookshop e altri turistici e ancillari. Il rallentamento di restauri, cantieri e campagne varie limita la produzione scientifica. Quindi: *come si tirano fuori questi soldi?* Siccome non ha senso dire "lo Stato!" perché non ci sono soldi manco per le casse integrazioni, i soldi non vengono di sicuro dai diritti delle immagini e d'uso. Su Netflix si pagano 7.99€, 11.99€ o 15.99€ al mese per contenuti originali e concessi temporaneamente. I (capo)lavori della (santa) famiglia Angela sono accessibili gratuitamente su Rai che li acquista dalle società di produzione e guadagna con la vendita di spazi pubblicitari all'interno delle trasmissioni e la vendita in altri paesi e canali. Con servizi web che rispondano ai quattro requisiti indicati sopra, molte società di produzione - soprattutto estere - avrebbero una riduzione di costi notevoli per l'acquisizione di materiale scientifico e descrittivo, e le spese di accesso ai luoghi di conservazione le possono destinare a servizi specialistici offerti dagli enti. Invece di vendere la foto, il professionista vende a 100€ all'ora le proprie competenze. Invece di vendere l'accesso alla registrazione di un'opera, si affitta un archivista o uno specialista che aiuti la produzione di contenuti derivati originali o montaggi o restauri.

## Modelli di business

---

<sup>7</sup> Heritage in lockdown pag. 5 <https://doi.org/10.5281/zenodo.3743482>

Ed eccomi al punto cruciale. Mi pare di essere Cacciari che sono<sup>8</sup> anni<sup>9</sup> che lo dico<sup>10</sup> invano<sup>11</sup>, eppure non è così difficile: la vendita di concessioni d'uso non porta da nessuna parte. Pagare l'ente per usare una riproduzione è decaduta pure a Parigi<sup>12</sup>, al Rijks vendevano le immagini ad altissima definizione, ma i costi di amministrazione superavano i ricavi, e il Museo di Cleveland<sup>13</sup> ha rilasciato proprio in questi giorni<sup>14</sup> in open access. Quindi: sono i servizi derivati che fanno guadagnare gli enti e le persone e le imprese! E, ancora: più patrimonio dati è accessibile e fruibile gratuitamente, più le persone sono stimolate a investire in lavori di selezione o consulenza. Siamo fase di sovraccarico informativo<sup>15</sup>, quindi è molto alto il valore di chiunque sappia gestire, valutare e selezionare<sup>16</sup> delle basi informative. I servizi dati dei beni culturali sono un bacino accessibile ed economicamente vantaggioso per stimolare produzioni, a cui legare servizi specializzati di consulenza e selezione a pagamento. Più i servizi a pagamento sono automatizzati, maggiori sono i guadagni. Il portale italiano "come Netflix" di Franceschini, diventa un \*broadcasting\* sia dal punto di vista multimediale<sup>17</sup>, di rete<sup>18</sup> e di computer<sup>19</sup>, in cui c'è compenetrazione tra produzione e offerta di prodotti derivati da dati di beni culturali. Come ho già scritto "la distribuzione dei dati è una negoziazione"<sup>20</sup> tra investimenti, ricavi, asset cognitivi e di dati.

---

<sup>8</sup> Perché non fanno tutti come il Rijks?

<https://blog.osd.tools/perch%C3%A9-non-fanno-tutti-come-il-rijks-2693f527b668>

<sup>9</sup> I servizi sui dati dei beni culturali

<https://blog.osd.tools/i-servizi-sui-dati-dei-beni-culturali-8a9356b4e3cc>

<sup>10</sup> Chiude l'archivio Alinari <https://blog.osd.tools/chiude-larchivio-alinari-fdfa23d58a18>

<sup>11</sup> Corsato Luca, Raimondi Andrea, & Cortesi Simone. (2017, July 6). Arte ed economica della conoscenza: il remix di Francesco Vezzoli e la produzione dagli archivi. Zenodo. <http://doi.org/10.5281/zenodo.2552807>

<sup>12</sup> Open content: 150,000 works from the museum collections of the city of paris, freely available <http://www.parismusees.paris.fr/en/actualite/open-content-150000-works-from-the-museum-collections-of-the-city-of-paris-freely>

<sup>13</sup> Cleveland Museum of Art <https://www.clevelandart.org/open-access>

<sup>14</sup> Introducing Open Access at the CMA: For the Benefit of All the People Forever <https://medium.com/cma-thinker/introducing-open-access-at-the-cma-for-the-benefit-of-all-the-people-forever-d3cd81964616>

<sup>15</sup> Sovraccarico informativo, *information overload*, su Wikipedia [https://it.wikipedia.org/wiki/Sovraccarico\\_cognitivo](https://it.wikipedia.org/wiki/Sovraccarico_cognitivo)

<sup>16</sup> Umberto Eco – La società della rete e i media (2014) <https://youtu.be/sG7e8hryvV0>

<sup>17</sup> Broadcasting su Wikipedia <https://it.wikipedia.org/wiki/Broadcasting>

<sup>18</sup> Broadcasting Informatica su Wikipedia [https://it.wikipedia.org/wiki/Broadcasting\\_\(informatica\)](https://it.wikipedia.org/wiki/Broadcasting_(informatica))

<sup>19</sup> Dominio di Broadcast su Wikipedia [https://it.wikipedia.org/wiki/Dominio\\_di\\_broadcast](https://it.wikipedia.org/wiki/Dominio_di_broadcast)

<sup>20</sup> Luca Corsato, Andrea Raimondi, & Simone Cortesi. (2017, November 28). La distribuzione dei dati è una negoziazione. Zenodo. <http://doi.org/10.5281/zenodo.1487945>

Netflix<sup>21</sup> e Airbnb<sup>22</sup> offrono strumenti opensource per creare servizi e prodotti derivati dalle loro piattaforme. Certamente la caccia ai margini e ai mercati si basa sull'ampiezza dei vari segmenti. Il revenue management deve bilanciare i costi di gestione e distribuzione con la domanda e la disponibilità di spesa. Il consumo di contenuti aumenta con la minore circolazione, mentre le produzioni devono lavorare sempre più da remoto. Una proposta a costi contenuti per i dati *mainstream* e gratuita per i dati di beni non accessibili o poco conosciuti, apre scenari su diversi macro e micro settori, non necessariamente legati ai beni culturali, all'intrattenimento o al marketing. Il patrimonio italiano ha un'offerta vastissima ed eterogenea ma parzialmente digitalizzata, non completamente sfruttata e scarsamente accessibile. Usiamo (non sfruttiamo!) i dati e i servizi web per aumentare le disponibilità digitali, semplificare l'accesso, l'arricchimento e l'uso. Sarà uno spasso.

---

<sup>21</sup> Netflix Open Source Software Center <https://netflix.github.io/>

<sup>22</sup> Open Source - Open source is at the heart of what we do at Airbnb  
<https://airbnb.io/projects/>