

Bando “Open Data per la Cultura 2017”

Un progetto promosso da cheFare, Compagnia di San Paolo e Fondazione Cariplo

1) Cos'è

L'Associazione Culturale cheFare pubblica il presente bando, promosso assieme a Compagnia di San Paolo e Fondazione Cariplo, con la finalità di assegnare un riconoscimento in denaro a favore degli autori di 2 elaborati in formato digitale che utilizzino 9 data set in formato Open Data per rappresentare il fenomeno delle progettualità innovative in ambito culturale in Italia.

2) I data set

I data set oggetto dell'elaborazione riguardano i seguenti bandi:

- “Open, edizione 2015” (Compagnia di San Paolo);
- “Open, edizione 2016” (Compagnia di San Paolo);
- “ORA! Linguaggi contemporanei, produzioni innovative” (Compagnia di San Paolo);
- “iC-innovazioneCulturale prima edizione” (Fondazione Cariplo);
- “iC-innovazioneCulturale seconda edizione” (Fondazione Cariplo);
- “iC-innovazioneCulturale terza edizione” (Fondazione Cariplo);
- “cheFare1” (Associazione Culturale cheFare);
- “cheFare2” (Associazione Culturale cheFare);
- “cheFare3” (Associazione Culturale cheFare).

I data set, rigorosamente anonimizzati, sono rilasciati al pubblico secondo la licenza Italian Open Data (IODL) v1.0 e sono reperibili ai seguenti indirizzi:

<http://dx.doi.org/10.20366/UNIMIB/UNIDATA/SN174-1.0>

<http://dx.doi.org/10.20366/UNIMIB/UNIDATA/SN175-1.0>

<http://dx.doi.org/10.20366/UNIMIB/UNIDATA/SN176-1.0>

3) Contesto

Il punto di partenza è la costruzione di un archivio in formato Open Data su un ambito specifico: le nuove progettualità in ambito di innovazione culturale in Italia. Negli ultimi 5 anni i bandi promulgati dai 3 soggetti promotori hanno contribuito non solo a finanziare un numero crescente di nuove organizzazioni culturali, ma anche a far emergere un enorme patrimonio sotterraneo di pratiche che stanno ridefinendo su scala nazionale il modo di progettare, produrre e distribuire la cultura.

Il potenziale trasformativo dell'applicazione della filosofia open data al settore culturale è enorme. Una conoscenza dettagliata e accessibile delle informazioni relative alle progettualità esistenti e ai settori in cui si situano le pratiche può consentire una definizione più chiara delle potenzialità di governance, ricerca e mercato per una pluralità di soggetti (imprese, associazioni, erogatori, policy makers, università, società civile), sia nell'ottica di rendere efficienti le strategie, sia per l'identificazione e la messa in relazione di nuovi pubblici attraverso la strutturazione di connessioni tra mondi diversi finora non in contatto tra loro.

Un passo fondamentale per costruire una cultura pubblica degli Open Data è quello di non limitarsi al rilascio di dati di alta qualità e intraprendere invece una divulgazione dei dati attraverso percorsi di valorizzazione comunicabili che possano essere utili al massimo numero possibile di soggetti.

4) I promotori e i bandi

I promotori

cheFare è un'agenzia per la trasformazione culturale nata nel 2012 come bando per progetti culturali innovativi; dal 2014 è un'associazione culturale che si occupa di produrre, narrare e aggregare pratiche concrete e riflessioni teoriche sui mutamenti culturali in corso.

L'attività di cheFare si articola tra la produzione di bandi di finanziamento per organizzazioni culturali innovative, l'attività editoriale di approfondimento delle principali trasformazioni culturali, la conduzione di ricerche scientifiche, lo sviluppo di progetti territoriali e l'organizzazione su scala locale e nazionale di momenti di confronto, collaborazione, crescita e formazione per professionisti ed operatori dei mondi della cultura.

Fondazione Cariplo fa filantropia da 25 anni, con la passione per l'arte, la cultura, la ricerca scientifica, il sociale e l'ambiente. Oggi è concentrata sul sostegno ai giovani, al welfare di comunità e al benessere delle persone, realizzando progetti insieme alle organizzazioni non profit. Dal '91 ad oggi la fondazione ha sostenuto oltre 30 mila iniziative mettendo nell'attività filantropica più di due miliardi e mezzo di euro, risorse generate dagli investimenti oculati di un patrimonio che in questi anni si è rivalutato, che ha retto di fronte alla crisi, e che vale oggi oltre 8 miliardi di euro. In questi anni la Cariplo ha saputo innovare il modo di fare filantropia, come nel caso dell'housing sociale o dei distretti culturali. Non un semplice mecenate, ma il motore di idee.

La Compagnia di San Paolo è una fondazione di diritto privato che persegue finalità di utilità sociale, allo scopo di favorire lo sviluppo culturale, civile ed economico, con i redditi del proprio patrimonio. Da sempre attenta alle evoluzioni e alle nuove tendenze del panorama culturale, la Compagnia ha deciso di rilanciare il proprio impegno in tal senso con l'istituzione nel 2015 di una nuova area operativa – l'area Innovazione Culturale - che si pone oggi come interlocutore per progetti e soggetti attivi in campo culturale che presentino elementi innovativi. L'innovazione è da intendersi da diversi punti di vista e su differenti piani: la novità delle forme espressive e dei linguaggi utilizzati, una tematizzazione di nuovi approcci sul rapporto tra cultura e società, un'attenzione particolare alla dimensione economica e produttiva della cultura.

I bandi

I bandi di **cheFare** sono nati per cercare risposte dal basso alle nuove necessità della produzione culturale, rivolgendosi a tipologie estremamente diverse di organizzazioni alla ricerca di progetti innovativi in grado di dialogare con nuovi pubblici, costruire coesione sociale sui territori, favorire una cultura aperta e accessibile e sperimentare forme di sostenibilità economica.

A partire dal 2012, nell'arco di tre edizioni il bando cheFare ha mappato oltre 1800 progetti culturali innovativi, ricevuto oltre 170.000 voti dal pubblico nelle fasi di selezione on-line e finanziato 5 progetti per un totale di € 350.000.

Fondazione Cariplo con il progetto **iC-innovazioneCulturale** ha l'obiettivo di sviluppare e diffondere pratiche innovative per ripensare il modo di fare cultura. Queste pratiche devono essere utili, sostenibili e replicabili. Per raggiungere questi obiettivi è stato creato un percorso in grado di coinvolgere chi ha buone idee per la cultura e ha voglia di rischiare per realizzarle. Il percorso si divide in tre fasi separate da dei momenti di selezione:

- un bando d'idee aperto a tutti
- un periodo di accompagnamento allo sviluppo del progetto imprenditoriale
- un contributo a fondo perduto all'avviamento dell'impresa

Dal 2014 ad oggi sono state realizzate tre edizioni del programma iC, sono state raccolte 963 proposte e ne sono state selezionate 54 per il percorso di accompagnamento. I contributi nelle prime due edizioni sono stati complessivamente di € 2.400.000.

I Bandi “OPEN” e “ORA! Linguaggi contemporanei, produzioni innovative” - La Compagnia di San Paolo con il bando OPEN sostiene le iniziative che mirano ad ampliare e diversificare la domanda culturale da parte dei cittadini attraverso la sperimentazione di nuove forme di coinvolgimento attivo del pubblico. La call, dedicata alle regioni del Nord-Ovest, lavora su nuovi modelli di relazione tra istituzioni culturali e spettatori individuando nella centralità del pubblico una possibile leva di crescita individuale e territoriale. Alle due edizioni del Bando si sono candidati complessivamente 315 progetti e sono stati premiati 31 progetti, per un impegno complessivo di € 1.074.000.

Il Bando “ORA!” si propone di favorire a livello nazionale la produzione culturale attraverso il sostegno a progetti nelle arti visive, performative e negli altri linguaggi espressivi della cultura contemporanea, in un'ottica crossdisciplinare e con un'attenzione specifica alle nuove tecnologie. Il Bando mira inoltre ad arricchire l'offerta culturale contemporanea di Piemonte e Liguria, attraendo nuovi soggetti a produrre sul territorio, connettendoli e sistematizzandoli con le istituzioni locali, nonché a favorire lo sviluppo di realtà con prospettive strategiche per la propria proposta culturale e sostenibilità economica. Nella prima edizione, le candidature sono state 250 da tutta Italia e sono stati selezionati 20 progetti per un impegno complessivo di € 740.000

5) Destinatari

Professionisti, studenti, dottorandi, ricercatori di ogni grado presso strutture pubbliche e private nelle discipline che si occupano del rapporto tra dati e società, tra le quali: scienze politiche; scienze dell'informazione; sociologia; statistica; data sciences; economia; design; informatica; arti visive; media art; cinema; matematica; data journalism.

6) Caratteristiche richieste agli Elaborati

Gli Elaborati presentati per il Bando “Open Data per la Cultura 2017” devono essere connotati da una o più delle seguenti caratteristiche:

A) Innovatività.

Presenza di elementi di novità rispetto agli attuali modelli di visualizzazione dei dati.

Nel caso in cui si realizzino visualizzazioni interattive, verrà considerato anche il grado di interattività della visualizzazione.

B) Replicabilità.

Possibilità di replicare lo stesso tipo di analisi su nuovi data set compatibili con quelli analizzati.

C) Comunicabilità.

Facilità nel riutilizzo degli elaborati per altri canali e piattaforme.

D) Ibridazione.

Uso di altre fonti di dati e loro integrazione efficace nei termini dell'aumento del livello di informazione complessivo.

Premialità

Saranno valutate positivamente i seguenti aspetti:

- utilizzo di software free/open source e di licenze aperte (per il codice e i contenuti proposti);
- utilizzo di dati aperti provenienti da pubbliche amministrazioni italiane o da privati;
- messa in atto di collaborazioni tra individui, gruppi e istituzioni provenienti da diverse regioni italiane e/o Stati europei;
- capacità di affrontare problemi rilevanti dal punto di vista delle politiche culturali.

Tutti gli Elaborati dovranno necessariamente essere rilasciati sotto le licenze Creative Commons definite all'art. 10.

Gli Elaborati verranno valutati da una giuria di esperti, come descritto all' art. 8. Sarà data una valutazione migliore agli Elaborati che risponderanno al più alto numero di requisiti, fermo restando il principio della qualità generale.

7) Modalità di partecipazione

Gli Elaborati, con le caratteristiche di cui al precedente art. 6, potranno essere inviati a partire dal 15 maggio 2017 sul sito di cheFare, dove verrà predisposto un apposito form - da compilare in ogni sua parte – all'indirizzo: www.che-fare.com/ricerche/open-data-per-la-cultura-2017-bando

L'Elaborato principale - in formato .pdf e di peso non superiore ai 1,5 Mb - dovrà obbligatoriamente essere caricato attraverso il form.

Ogni eventuale materiale supplementare (immagini, video, file interattivi, etc.) dovrà essere caricato autonomamente dai proponenti su altre piattaforme digitali; i link relativi dovranno essere riportati correttamente negli appositi campi del form.

La scadenza per la presentazione è il 13 luglio, ore 12.00.

Eventuali richieste di chiarimento potranno essere inoltrate a cheFare esclusivamente inviando una mail a ricerca@che-fare.com a partire dalla data odierna. I quesiti pervenuti attraverso altri canali non verranno presi in considerazione.

8) Procedure e tempi di valutazione

Tra l'1 e il 27 settembre 2017, gli Elaborati ricevuti e ritenuti validi, saranno sottoposti alla valutazione di una giuria, che selezionerà i 2 Elaborati vincitori ("Elaborati Vincitori"), a suo insindacabile giudizio e sulla base delle linee guida sviluppate nel presente Bando.

La comunicazione di vincita sarà effettuata pubblicamente sul sito di "cheFare" il giorno 2 ottobre 2017 e sarà confermata al soggetto partecipante tramite raccomandata r.r.

La Giuria, che deciderà a suo insindacabile giudizio, sarà composta da personalità di spicco dei diversi settori tematici attinenti al presente Bando e, in particolare,:

- Paola Borrione - ricercatrice di economia della cultura del Centro Studi Silvia Santagata, Torino;
- Matteo Brunati - Community Manager presso SpazioDati (spaziodati.eu) e Civic Hacker (dagoneye.it);
- Paolo Canino - Osservatorio e Valutazione Fondazione Cariplo;
- Paolo Ciuccarelli - Professore Associato, Politecnico di Milano - DensityDesign Research Lab;
- Elisabetta Tola - giornalista scientifica, fondatrice di Formicablu e di datajournalism.it.

9) Manleve e Garanzie

Con la partecipazione al presente Bando, ogni soggetto proponente dichiara espressamente che l'Elaborato presentato è originale e non viola in alcun modo, né in tutto né in parte, diritti e/o private di terzi, manlevando sin d'ora i soggetti proponenti (l'associazione cheFare, la Fondazione Cariplo e la Compagnia di San Paolo) da ogni e qualsivoglia responsabilità, richiesta di risarcimento dei danni e/o sanzione avanzata da terzi al riguardo.

10) Liberatoria di utilizzo e Creative Commons

Con la partecipazione al presente Bando, i soggetti partecipanti si impegnano a registrare i propri Elaborati principali e gli eventuali altri materiali supplementari con una delle seguenti licenze:

- "Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Italia (CC BY-NC 3.0 IT)"
- "Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Condividi allo stesso modo 3.0 Italia" (CC BY-NC-SA 3.0 IT)".

Il rilascio degli Elaborati secondo le suddette licenze Creative Commons è in linea con lo spirito complessivo del bando, volto alla costruzione di un libero patrimonio comune di informazioni.

Informazioni dettagliate e modalità di registrazione delle licenze Creative Commons possono essere trovate a partire dagli indirizzi <http://www.creativecommons.it/> e

<http://www.creativecommons.it/Licenze>

Compatibilmente con il numero e le caratteristiche degli Elaborati che perverranno, i proponenti del bando si impegnano a dare adeguata visibilità pubblica agli Elaborati su uno o più canali digitali.

11) Privacy

Il trattamento dei dati personali relativi al legale rappresentante del soggetto proponente, sono espressamente regolamentati dalla privacy policy del Sito <http://www.che-fare.com> e dalle singole informative privacy a cui si rinvia specificatamente.

12) Riconoscimento in denaro

La giuria procederà ad attribuire un primo riconoscimento in denaro pari ad € 1.500,00 (euro millecinquecento/00) ed un secondo riconoscimento in denaro pari ad € 500,00 (cinquecento/00). Tali contributi verranno erogati in una sola tranche.

Le modalità di erogazione del riconoscimento in denaro, in ogni caso, verranno specificamente disciplinate tramite un apposito accordo tra i soggetti vincitori e l'Associazione Culturale cheFare, entro un mese dalla proclamazione dei vincitori.

Il presente bando non rientra tra i concorsi e le operazioni a premio ai sensi dell'art. 6 comma 1 del DPR 430/2011. Ai sensi della risoluzione n. 8/1251 del 28/10/1976 il riconoscimento in denaro non verrà assoggettato a ritenuta alla fonte. Resta quindi a carico dei vincitori l'obbligo di comprendere il valore del premio nella propria dichiarazione annuale ai fini della determinazione del reddito.

13) Esclusione

Ogni dichiarazione falsa o incompleta implica l'esclusione immediata del soggetto proponente dal Bando. Sono da considerarsi esclusi dalla selezione gli Elaborati non presentati entro il termine previsto, presentati in forma parziale o comunque in contrasto con una qualsiasi regola del presente Bando. I soggetti proponenti sono inoltre invitati a non prendere contatto con i membri della Giuria, pena l'esclusione dal Bando stesso.

The logo for cheFare, featuring the word "che" in a dark blue, lowercase sans-serif font, followed by "Fare" in a larger, bold, light blue uppercase sans-serif font.The logo for fondazione cariplo, consisting of a circular seal on the left and the text "fondazione cariplo" in a lowercase sans-serif font on the right.The logo for Compagnia di San Paolo, featuring a green grid of squares on the left and the text "Compagnia di San Paolo" in a sans-serif font on the right.The logo for ic innovazione culturale, with a red rounded rectangle containing the letters "ic" in white, followed by the text "innovazione culturale" in white.A composite logo featuring the Compagnia di San Paolo grid on the left, and the text "ORA!" in large, colorful letters, with "LINGUAGGI CONTEMPORANEI" and "PRODUZIONI INNOVATIVE" in smaller text below.The logo for OPEN 2016, with "OPEN" in large, colorful letters, "2016" in a smaller font to the right, and "Progetti innovativi di Audience Engagement" in a small font below.