

# I mecenati del fai-da-te

## Come diventare sponsor per dare fiato alla cultura

**Si chiama «crowdfunding» e permette ai nuovi artisti di emergere. Con il supporto di un piccolo finanziamento che arriva dal basso**

FEDERICA FANTOZZI  
ffantozzi@unita.it

**DUE EURO A TESTA PER RENDERE POSSIBILE L'EDIZIONE 2012 DEL LAMPEDUSA INFESTIVAL, IL CONCORSO CINEMATOGRAFICO PIÙ A SUD D'EUROPA.** Dieci per varare il progetto di fotogiornalismo dell'agenzia Molo 7: documentare, attraverso due mostre, la vita della minoranza Bedoon, gli «invisibili» del Kuwait. Cinque euro per far nascere il terzo disco dei Cobol Pongide «Musica per colonie extrasolari» suonata con giocattoli.

L'economia non gira e la crisi azzanna i polpacci? Le banche sono oculate o miopi a seconda dei punti di vista? Comuni, municipi, enti pubblici & company non hanno soldi e marciano sul sentiero stretto della spending review? Ebbene arte, cultura, cinema e sociale si organizzano. Con il fai-da-te.

È boom del crowdfunding: il finanziamento dal basso. Un modello d'impresa popolare importato dal mondo anglosassone: si mettono online, su apposite piattaforme, idee e iniziative e si chiede il sostegno popolare. L'obiettivo è raccogliere, attraverso un congruo numero di mini-donazioni, il capitale necessario a far decollare l'impresa. È una sorta di web-mecenatismo che riguarda progetti di valore artistico o civile ritenuti poco appetibili dalla finanza classica o, più raramente, «colpi di genio» di cui le multinazionali non si sono accorte.

In Italia il crowdfunding esiste dal 2005 quando è nata la piattaforma gratuita Produzioni dal Basso. È salito alla ribalta nel 2008, quando Barack Obama lo ha usato per coprire i costi dell'intera campagna elettorale verso la Casa Bianca. E l'anno scorso, complice la morsa creditizia, ha cominciato a girare davvero. Anche se numeri precisi non esistono. «Nel 2011 ci hanno contattato 800 progettisti - ha raccontato a Linkiesta Chiara Spinelli, 33enne project manager di Eppela, una

delle più importanti piattaforme del settore - Noi ne abbiamo ospitati 130. Di questi solo 11 alla fine hanno raccolto il capitale prefissato». I motivi sono anche culturali: «La mentalità anglosassone è più altruista, più pronta a credere al sogno di un'altra persona e dargli fiducia». Per coprire il margine di rischio bisogna essere sognatori e avventurosi, bandito il cinismo. Ma è anche una tecnica tutta da imparare: reclamizzarsi sui social network, cercare sponsor, convincere del valore e della fattibilità dell'idea, inventarsi gadget (spillette, cartoline firmate) e premi per i sostenitori più forti. Fondamentale è la community di amici reali e virtuali che vale, metaforicamente, come garanzia di solvibilità. C'è un universo da scoprire e maneggiare. Da quest'anno, infatti, la scuola di scrittura Holden di Alessandro Baricco insegna agli studenti a finanziarsi proprio con il crowdfunding.

Alla «rivoluzione umana» dell'industria cinematografica credono i ragazzi dell'associazione Askavusa, cullando il sogno di piccoli film d'eccellenza pagati pro quota da spettatori gratificati dall'apparire dei loro nomi nei titoli di coda. C'è tempo fino al 12 giugno perché il festival di Lampedusa «possa ancora essere un baule metaforico di storie e memorie del Mediterraneo». Temi: la migrazione, l'accoglienza, le primavere arabe.

Ilenia Piccioni e Antonio Tiso sono due fotografi indipendenti: come Molo 7 hanno firmato reportage sugli ultimi della società come i desplazados colombiani in fuga dai narcotrafficienti e gli internati degli Opg che languono in Italia. Se entro il 30 giugno raccoglieranno 5mila euro, partirà il progetto «Vivere senza diritti in Kuwait: i Bedoon». Due mostre, Roma e New York, sulla comunità apolide di 180mila persone che non ha certificati di nascita, morte, matrimonio, senza accesso alle cure mediche né tutela legale dai crimini. «Nell'era digitale molti media hanno deciso che investire sul fotogiornalismo non è più una priorità. Su un tema così delicato e urgente, speriamo in un folto appoggio popolare». Ai sostenitori andranno, oltre alla riconoscenza, «stampe da collezione e la prima visione esclusiva». Del resto, la blogger Tigella grazie all'aiuto dei suoi supporter ha potuto volare negli Usa per raccontare «Occupy Chicago»: esaurite in pochi giorni le mini-azioni da 10 euro. Missione: «Osservare e raccontare su mandato di chi mi segue in Rete».

### COUCH SURFERS

#### Sì, viaggiare: ma sul divano degli amici trovati in Rete

Un tempo per viaggiare «on the road» era sufficiente uno zaino capiente il giusto per contenere un sacco a pelo. Oggi serve molto meno. Basta trovare un «amico» virtuale in grado di ospitarvi, in ogni punto del globo, sul proprio divano. Si chiama «Couch surfing» ed è la geniale idea di un ragazzo statunitense di 30 anni, Casey Fenton. Fenton ha creato una comunità che attualmente vanta oltre 60mila iscritti, couchsurfing.com. È sufficiente creare un proprio profilo, fissare il luogo dove si vorrebbe andare ed eventualmente offrire la disponibilità ad ospitare altri «surfers». Tutto molto semplice: scambio, condivisione e voglia di conoscere. C'è chi, di divano in divano, ha girato il mondo. Chi, saltando da un sofà a una poltrona, ha scritto libri, si è sposato e ha messo al mondo un esercito di baby surfers. L'importante è rispondere a generosità con generosità: per esempio portando un dono all'ospite, lavando i piatti o facendo la spesa. Chi l'ha provato non ha dubbi: la casa di un amico è il miglior albergo del mondo.

### I FONEROS

#### Fon, la più grande comunità del wi-fi condiviso

Oltre un milione di utenti, l'interessamento di Google e Skype, la presenza in 150 Paesi. Si chiama Fon. È un progetto nato in Spagna e l'obiettivo è la condivisione della Rete Wi-fi. Chiunque sia interessato e disponga del servizio, può entrare nella community dei «foneros» comprando un router apposito (si chiama la «fonera») che costa circa 30 euro ma permette di connettersi con quasi sei milioni hotspot sparsi in tutto il mondo. L'idea è molto semplice: tu offri il tuo wi-fi a me, e io a te, e così via in una catena planetaria. Attraverso il motore di ricerca online del progetto, ogni utente ha la possibilità di identificare la posizione geografica dell'hotspot a lui più vicino, rimanendo così connesso alla Rete anche in mobilità. Un sito aggiornatissimo (corp.fon.co) con tanto di blog permette di confrontarsi, richiedere assistenza, attivare la «fonera» e perfino guadagnare qualche euro affittando ad ore la propria rete. In Giappone i «foneros» sono quasi ovunque, disponibili anche a darvi un aiuto in caso di necessità.

