

# Crowdfunding civico: finanziamento collettivo come strategia di innovazione sociale

di Elena Giannola \* e Francesco Paolo Riotta\*\*

## 1. Non solo crisi: svolta culturale e opportunità per il futuro

Le città italiane da qualche anno stanno attraversando un momento difficile non solo in termini economici ma anche sociali e culturali in senso ampio. "Difficile" non è il termine più appropriato, in quanto implica soltanto un'accezione negativa: in realtà la crisi che investe il globo in diversi campi e settori conserva degli aspetti positivi, rintracciabili nelle profonde trasformazioni che la crisi stessa produce e che si spera possano migliorare l'esistenza dell'essere umano. Queste in parte sono conseguenti ad una situazione di crollo finanziario internazionale ma in realtà costituiscono solo la punta di un *iceberg* costituito da questioni molto più profonde e complesse (Rossi e Vanolo, 2010). Si tratta di un vero e proprio *cultural turn* (de Spuches, 2011), che coinvolge lo stile di vita degli abitanti della città, i quali più o meno consapevolmente trovano modi e strumenti sempre diversi per adattarsi ai cambiamenti, nella ricerca di un "benessere" sempre maggiore. La crisi economica, che riempie le pagine dei giornali e dei mass media, ha influito pesantemente sulla vita quotidiana e soprattutto sulla sua dimensione pubblica. Tagli ai Comuni, ai finanziamenti pubblici ai servizi, ma anche forme di reazione civica a tutto questo che fino a poco tempo fa erano impensabili. Ne sono un esempio le reti di solidarietà cittadina che hanno supportato importanti movimenti di protesta contro l'aumento delle tasse e la corruzione del sistema politico e finanziario dal 2008 ad oggi, coadiuvate dall'uso di internet e dei *social network* (Castells, 2012).

Riassumendo le complesse dinamiche politiche che stanno dietro alla gestione della crisi internazionale di questi anni, possiamo affermare che nella situazione attuale gli stati non possono effettuare grandi investimenti poiché la priorità d'obbligo sta nella copertura del debito pubblico, con il risultato di mettere a rischio il *welfare* dei popoli europei (Chiesa, 2013). Di conseguenza si rendono necessarie strategie alternative che garantiscano il mantenimento di un livello di vita accettabile e che rispondano ad un nuovo senso di comunità, in cui, rispetto al passato, si riscontra meno individualismo e più cooperazione.

Nuove sono anche le iniziative per una gestione più socialmente partecipata dello spazio pubblico e dei progetti locali e territoriali connessi al miglioramento della qualità della vita urbana: una di queste è il *crowdfunding*.

## 2. Finanziamento collettivo: origine e modalità di applicazione

Il termine "*crowdfunding*" è un neologismo che indica una «raccolta collettiva e collaborativa di fondi, effettuata attraverso la rete, aperta a tutti coloro che decidono di finanziare progetti innovativi e imprese appena costituite» (Treccani, 2013); è correlato ad una impossibilità di reperire le risorse necessarie per far crescere un'idea o un progetto e si configura, quindi, come una maniera di resistere alla dittatura dei mercati e di promuovere le idee dal basso (Stancanelli, 2013).

Esistono piattaforme di *crowdfunding* dedicate alla produzione creativa, come ad esempio <http://www.kickstarter.com>. Questa piattaforma dà spazio a chi ha un'idea e vuole concretizzarla. Il funzionamento del meccanismo, che passa attraverso la rete web, è semplice: l'autore propone l'idea sul sito evidenziandone il valore artistico e l'importanza sociale, dichiara la cifra necessaria per la sua realizzazione e il tempo a disposizione per raggiungerla e spiega in che modo gratificherà chi vorrà partecipare con una donazione. La piattaforma *Kickstarters* «trattiene il denaro fino a quando la somma richiesta viene raggiunta mentre se non viene raggiunta restituisce tutto ai finanziatori» (Treccani, 2013).

Il *crowdfunding* è molto utilizzato nei diversi ambiti culturali e artistici della società, tra cui musica, cinematografia, tecnologia, design, editoria. Uno dei progetti meglio riusciti su *Kickstarters* è infatti costituito da una versione a fumetti di Amleto, "To be or not to be", di Ryan North. L'autore pubblicò il progetto il 21 novembre 2012 e in una settimana raggiunse la cifra richiesta, pari a 20.000 dollari. Visto il successo continuò a tenere aperto il *crowdfunding* e a dicembre raggiunse, grazie ai suoi *fans*, la cifra di 60.000 dollari. Nel *crowdfunding* l'aspetto della comunicazione ha una rilevanza notevole e il web è senza dubbio il mezzo più adatto per coordinare la campagna di pubblicizzazione del progetto, effettuare la raccolta dei fondi e dare la possibilità di verificare la cifra raggiunta e il modo in cui è stata utilizzata.

Il tema è stato affrontato anche dall'architetto Alessio Barollo il quale è coautore con Daniela Castrataro del saggio "Il *crowdfunding* civico: una proposta". In questo studio emergono diverse pratiche europee, ma anche alcune questioni basilari per comprendere il meccanismo concreto delle donazioni e delle eventuali ricompense per i volontari protagonisti dell'iniziativa. Ad esempio, se ad essere finanziato è il progetto di una biblioteca pubblica o di uno spazio espositivo, il meccanismo del finanziamento collettivo può prevedere dei biglietti di ingresso omaggio oppure offrire l'opportunità a ciascun finanziatore di scrivere una citazione o il proprio nome su una parte della struttura visibile a tutti. Proprio quest'ultimo, definito "*reward-based*", è il meccanismo che egli individua come più adatto per il contesto italiano: corrispondere ai partecipanti un segno tangibile del loro gesto può costituire un incentivo importante nella sensibilizzazione nei confronti dell'opera da realizzare e un modo per rendere pubblico l'impegno di ciascuno (Barollo, 2013).

Il *crowdfunding* civico potrebbe contrastare la disaffezione dei cittadini nei confronti della cosa pubblica e favorire la loro capacità di identificarsi nel luogo in cui vivono.

### **3. Senso di appartenenza e coscienza civica: una svolta etica**

Lo sviluppo del senso di appartenenza alla città, intesa come "casa della società" (Salzano, 1998) è l'elemento fondamentale della pratica del *crowdfunding*: Essa non avrebbe validità, né possibilità di durata nel tempo, senza una forte spinta culturale consapevole e volontaria da parte dei cittadini stessi. Il *crowdfunding* civico affonda le sue radici in una grande speranza di cambiamento: in un'epoca storica come quella attuale, che potremmo definire segnata dal pessimismo, questa forma di finanziamento "dal basso" sembra essere l'espressione materiale di un nuovo modo di pensare.

Da tempo i temi della responsabilizzazione civica e dell'attuazione di pratiche partecipative consapevoli sono al centro del dibattito disciplinare nel campo dell'urbanistica, come una delle possibili vie da percorrere per superare non solo le conseguenze invalidanti della crisi economica, ma anche e soprattutto la crisi di valori, di identità, di ruolo, che gli attori coinvolti nella pianificazione del territorio si trovano oggi ad affrontare (Bonafede e Lo Piccolo, 2010a, 2010b, 2011; Lo Piccolo e Thomas, 2009).

Nella stessa direzione vanno anche i più recenti studi sulla dimensione del quartiere, elemento costitutivo della struttura urbana, mediazione tra dimensione privata e pubblica (de Certeau, 1994).

Il quartiere, in questa prospettiva, è inteso come luogo fisico che si contrappone al mondo virtuale indifferenziato del web, nonché «luogo della resistenza [...] ai processi di perdita della città. Resistenza all'individualismo e al neoliberismo imperanti. Resistenza alle derive pseudo-pubbliche. Il luogo in cui celebrare la rinascita della città, a partire dal vicinato e dai suoi rapporti a volte conflittuali ma comunque, inevitabilmente, umani» (Picone e Schilleci, 2012, p. 28).

Il legame tra quartiere e senso di appartenenza è stato analizzato sotto diversi aspetti; uno di questi studi è stato condotto attraverso indagini sulla città di Palermo, in relazione alla sua divisione amministrativa prima in quartieri, poi in circoscrizioni. Il testo riporta una serie di analisi effettuate attraverso metodi quantitativi (indagini statistiche) e qualitativi (interviste), dalle quali emerge la percezione dei confini dei quartieri di appartenenza da parte degli abitanti, spesso non coincidente con i confini amministrativi. Una diversa configurazione di questi ultimi, conforme a quanto rilevato dalle analisi effettuate, potrebbe favorire lo sviluppo di un senso identitario più forte e consapevole (Picone e Schilleci, 2012).

In quest'ottica la dimensione del quartiere sembra la più idonea per portare avanti iniziative di *crowdfunding*. Nel caso di Palermo si potrebbe individuare un tema comune a diversi quartieri, sulla base del quale proporre iniziative concrete (per esempio, se il tema fosse "gli spazi pubblici", si potrebbero avviare diversi interventi di riqualificazione di piazze o altri luoghi particolarmente significativi per ciascun quartiere). La pubblica amministrazione dovrebbe mantenere un ruolo di primo piano nel coordinamento delle iniziative, permettendo ai singoli cittadini di dare il proprio contributo non solo come singoli, ma anche come collettività. In tal modo, forse, gli abitanti riuscirebbero ad identificarsi meglio nell'opera realizzata e si potrebbero aumentare le possibilità di successo dei processi decisionali partecipati, per un miglioramento reale e tangibile della qualità della vita urbana.

### **4. Conclusioni**

L'applicazione del *crowdfunding*, potrebbe essere effettuata attraverso una strategia di integrazione delle azioni finalizzate a far emergere il senso di appartenenza e di identità; la dimensione amministrativa più appropriata per questa prassi di finanziamento dal basso potrebbe essere proprio il quartiere (Picone e Schilleci, 2012; Barollo, 2013).

Il web in tale contesto potrebbe essere utilizzato come strumento di comunicazione e di interscambio di informazioni e contatti in tempo reale, affiancato però sempre da incontri organizzati con i partecipanti, e da un riscontro concreto delle fasi di avanzamento del progetto. Questo permetterebbe di sfruttare i vantaggi delle tecnologie informatiche evitandone le conseguenze negative, tra cui il senso di dispersione e di anonimato che caratterizzano lo spazio virtuale, e superando il cosiddetto *digital divide*, ovvero le eventuali difficoltà di utilizzo del computer da parte di determinate fasce di utenti non esperti. La rete *online* quindi verrebbe utilizzata solo come supporto a quella *offline*, che dovrebbe essere la vera base solida del meccanismo (Barollo, 2013; Grella, 2010).

Infine la pubblica amministrazione, in qualità di soggetto coordinatore, potrebbe certamente riconquistare la fiducia dei cittadini appoggiandone le iniziative e garantendo la trasparenza delle operazioni. Si potrebbe così attivare un processo di riavvicinamento dei cittadini alle istituzioni.

Questo approccio speriamo possa rappresentare, per noi autori di questo breve contributo, l'inizio di un ragionamento più vasto e necessariamente più complesso; uno stimolo per riflettere in modo concreto sulle criticità e le opportunità del *crowdfunding* civico e sulle sue possibili applicazioni in un contesto economico, sociale, politico e culturale come quello della città di Palermo.

## Note

\* Dipartimento di Architettura, Università di Palermo, [elena.giannola@unipa.it](mailto:elena.giannola@unipa.it)

\*\* Corso di laurea magistrale in Pianificazione Territoriale, Urbanistica, Ambientale, Facoltà di Architettura, Università di Palermo, [fp.riotta@yahoo.it](mailto:fp.riotta@yahoo.it)

Sebbene il presente contributo sia il frutto di un comune lavoro degli autori, i paragrafi 1 e 3 sono stati curati da Francesco Paolo Riotta e i paragrafi 2 e 4 sono stati curati da Elena Giannola.

## Bibliografia

- Barollo A., Castrataro D., (2013), *Il crowdfunding civico: una proposta*, pubblicazione online disponibile all'indirizzo <http://issuu.com/alessioarollo/docs/civic-crowdfunding>
- Bonafede, G., Lo Piccolo, F., (2010a), Participative planning processes in the absence of the (public) space of democracy, in *Planning, Practice & Research*, 25(3), pp. 353-375
- Bonafede, G., Lo Piccolo, F., (2010b), Re-Building Public (Plural) Spaces Through Inclusionary Participative Processes in 'Thresholds' Places, paper presentato al Convegno *Space is luxury: 24th AESOP Annual Conference*, YTK – Aalto University, Helsinki, 7-10 July 2010
- Bonafede, G., Lo Piccolo, F. (2011), (Co)Abitare luoghi plurali per la costruzione dello spazio (pubblico) della democrazia, paper presentato al Convegno *Abitare l'Italia. Territori, economie, diseguaglianze*, Torino
- Castells, M., (2012), *Reti di indignazione e speranza. Movimenti sociali nell'era di internet*, Università Bocconi Editore, Milano (ed. orig. *Networks of Outrage and Hope*, Polity Press, Cambridge, 2012)
- Chiesa G.,(2013), *Invece della catastrofe. Perché costruire un'alternativa è ormai indispensabile*, Edizioni Piemme, Milano
- de Certau M., Giard L., Mayol P., (1994), *L'invention du quotidien, II: Habiter, cuisiner*, Gallimard, Paris
- de Spuches G. (2011), La città contemporanea di fronte al cultural turn, in Governa F., Memoli M. (a cura di), *Geografie dell'urbano*, Carocci editore, Roma (pag. 147-166)
- Grella A., (2010), *Sistemi condivisi per la cognizione, la comunicazione e lo sviluppo territoriale*, tesi di dottorato, Politecnico di Torino
- Lo Piccolo, F. (2009) Multiple Roles in Multiple Dramas: Ethical Challenges in Undertaking Participatory Planning Research, in F. Lo Piccolo and H. Thomas (Eds), *Ethics and Planning Research*, pp. 233-254 (Farnham: Ashgate)
- Picone M., Schilleci F., (2012), *Qu Id, Quartiere e Identità*, Alinea, Firenze
- Rossi U., Vanolo A., (2010), *Geografia politica urbana*, Laterza, Bari
- Salzano E., (1998), *Fondamenti di urbanistica*, Laterza, Bari
- Stancanelli E., (2013), *L'arte di chiedere*, in La Repubblica, ed. del 25/08/2013, sez.RCULT, Palermo

## Sitografia

[www.kickstarter.com](http://www.kickstarter.com) (consultato il 19/09/2013)

[www.treccani.it](http://www.treccani.it) (consultato il 19/09/2013)

