

Perché il nostro crowdfunding è lo strumento adatto a formare i cittadini di domani

Guglielmo Apolloni

I.I.S. "G.Vallauri", Fossano

alberto.barbero@vallauri.edu

*"Everything should be built around students. All else is facilitation.
Not even necessarily teaching."
Conversazione su Twitter tra designer dei servizi*

Nuovi cittadini per una nuova cittadinanza

In tempi lontani mi sono trovato ad analizzare come il "fare politica" stesse cambiando forma grazie alla democratizzazione della tecnologia ed al cambiamento dei legami sociali (anche se all'epoca *Facebook* non era ancora diffuso in Italia, al contrario di *MySpace*). Erano i tempi in cui scrivevo la tesi di laurea magistrale, all'interno di una facoltà, quella di *Industrial Design*, che applicava a pieno la "didattica del fare" grazie a laboratori dove eravamo chiamati ad ideare, prototipare e presentare progetti.

Ricordo perfettamente quanto applicarsi allo studio di testi di sociologia e di *design* fosse risultato difficile dopo 5 anni di laboratori, nonostante un passato da liceale (classico) e una buona passione per la lettura di narrativa e saggi storici. Ma l'ipotesi che volevo validare me lo imponeva. Intravedevo infatti una relazione tra strumenti di *design* e la politica intesa come "fare assieme", e per dimostrarla dovevo analizzare il contesto e – come incitato dal mio relatore – applicarmi su un caso pratico di persone che si uniscono in una comunità informale ed utilizzano la propria creatività per risolvere una sfida a loro vicina.

Queste comunità, definite "comunità creative" da Ezio Manzini ed Anna Meroni, le ritroviamo oggi a fondare i *FabLab* o a lanciare startup; sono le comunità al centro di tutta la strategia inglese di rivoluzione del *welfare* che va sotto il nome di *Big Society*; sono le comunità che vengono incubate per dare alla loro creatività uno sbocco progettuale strutturato, sostenibile e misurabile. Le comunità creative rappresentano il futuro di una cittadinanza che vuole partecipare – ma a modo suo – investendo risorse e ricevendo indietro esperienze che arricchiscano la propria persona, con nuove conoscenze, strumenti e relazioni.

Nel 2007, anno in cui iniziai a scrivere la tesi e lavorare con il caso pratico assegnatomi – **Crossmode**, la comunità creativa con la quale ho collaborato con un approccio di ricerca-azione – la condivisione era un approccio portato avanti da pochi pionieri (come i fondatori di *Crossmode*) privi degli strumenti di oggi: non esistevano dei gruppi Facebook all'interno dei quali lavorare insieme, nessun *FabLab* dove prototipare o costruirsi gli oggetti di cui si aveva bisogno, nessun CMS aperto con cui costruire in maniera veloce e semplice la propria piattaforma web di comunicazione, nessun *toolkit* per conoscere il bisogno dei propri utenti attorno ai quali sviluppare insieme soluzioni di reale impatto.

Al contrario oggi questi strumenti non solo ci sono, ma sono anche sotto gli occhi di tutti. Sono così abbondanti che ci inciampiamo tutti i giorni. Si diffondono con la viralità del più forte dei virus. Vengono fatti propri dagli infettati, per essere modificati ed applicati a diversi settori. Il cittadino infettato subisce uno switch interiore: scopre che può essere, insieme ad altri, attore protagonista del cambiamento, con un reale impatto per sé e soprattutto per il contesto in cui si muove. Lo *switch* è da una cittadinanza passiva di consumatore ad una cittadinanza attiva di *prosumer* (produttore + consumatore).

Alla scuola oggi viene chiesto di trattare i propri studenti non più come

consumatori, ma come *prosumer* di conoscenza. Questo passaggio obbliga ad un approccio collaborativo – orizzontalità tra insegnanti, studenti, genitori, cittadini – che ha bisogno di nuovi strumenti di facilitazione. A distanza di anni dal 2007, ho la fortuna di lavorare con le scuole con uno di questi strumenti: *School Raising*, la prima piattaforma di *crowdfunding* per finanziare i progetti scolastici.

Crowdfunding come strumento di abilitazione alla collaborazione

Follow the money. Come nel fortunato film “*All the President’s men*”, quando abbiamo iniziato a dare vita a *School Raising*, avevamo l’obiettivo di contrastare un problema legato ai continui tagli all’istruzione portati avanti dai vari Governi Italiani. Tagli che altro non fanno che aggravare i già bassi investimenti nella scuola: l’Italia investe il 4,7% del PIL in istruzione contro la media Europea del 6,7%.

Per questo abbiamo prototipato una piattaforma – www.schoolraising.it – dove da una parte raccogliamo i progetti in cerca di finanziamento promossi da studenti, professori, genitori e/o associazioni, dall’altra permettiamo alla *crowd* (la gente) di indicare quelli che ritengono importanti per il futuro della scuola. Il meccanismo è quello del *crowdfunding reward based* (*reward* significa “ricompensa”): si sceglie il progetto da finanziare, lo si finanzia con una quota anche minima e si riceve in cambio una ricompensa proporzionata al finanziamento effettuato.

L’endorsement da parte della *crowd* e la ricompensa data ai finanziatori sono i primi due elementi di innovazione che, grazie al *crowdfunding*, abbiamo portato nella scuola. Entrambi ribaltano le logiche progettuali tipiche del mondo dell’istruzione che hanno sempre visto come interlocutore primo le istituzioni e la loro necessità di essere interloquite con un linguaggio burocratese. Con il *crowdfunding* l’interlocutore primo è invece il cittadino: il vicino di casa, l’edicolante, il nonno, l’imprenditore con il capannone fuori città o il ragazzo che vive dall’altra parte del paese che non avete mai conosciuto. Con il *crowdfunding* deve cambiare quindi la modalità del racconto: avete mai chiesto 10 euro a vostro nonno mostrandogli 10 pagine di Quadro Logico?

I promotori dell’ITIS Faraday di Ostia sono riusciti a spiegare proprio ad uno dei nonni degli studenti cos’è un FabLab e l’importanza di averne

uno all'interno della scuola aperto all'esterno. Nonno Teodoro infatti, alla domanda sul perché avesse finanziato quel progetto, risponde:

Come nonno ho potuto constatare l'interesse da parte di mio nipote per la robotica. In questo istituto dopo la scuola i ragazzi una volta a settimana possono accedere ad una sala aperta fuori dell'orario scolastico. Dato che serve un proiettore per le spiegazioni, chi è più sensibile di un nonno quando da ragazzo ha potuto frequentare corsi di pilotaggio a costo zero grazie all' Aeroclub d'Italia/Aeronautica Militare?

Sempre l'ITIS Faraday da come ricompensa ai propri finanziatori dei workshop formativi sulla Robotica e sull'utilizzo di Arduino. Dopo i primi 15 giorni di campagna ci sono già 11 ricompense di questo tipo e quindi altrettanti pre-iscritti ai workshop. Queste come altre ricompense diventano quindi un'occasione per redistribuire il valore prodotto dal progetto stesso, per scalare l'impatto anche al di fuori delle mura scolastica. Ad Ostia, se il progetto raggiungerà il finanziamento minimo richiesto, avremo 11 persone in più con una conoscenza avanzata di robotica e di programmazione.

Abilitare per impattare: gli impatti generati da School Raising

«Spero che il 2014 sia l'anno del "fare innovazione" e non "dell'essere innovatori"» questo l'augurio di Alfonso Fuggetta – che da CEO e Direttore Scientifico di CEFRIEL si occupa di innovazione e di raccordo tra mondo accademico, istituzioni e imprese – ad inizio 2014. Quando si parla di fare innovazione, Fuggetta sottolinea l'importanza di avere un impatto concreto e benefico. Ed anche a *School Raising*, dopo aver supportato il finanziamento dei primi progetti, abbiamo iniziato a misurarci in base all'impatto generato.

Impatto numero uno. Luca Talarico, l'attuale cofondatore di *School Raising*, arrivò a Berlino nell'Aprile del 2013, semi-fresco di università. Ci incontriamo grazie a contatti comuni, e durante il nostro incontro Luca mi dice che vuole fare esperienza, vuole imparare facendo. Da lì a breve Luca inizia presso di me un Erasmus per giovani imprenditori, che ci permette di lavorare assieme su *School Raising*. Meno di due anni dopo, con Luca abbiamo portato quello che era un progetto lasciato nel cassetto a permettere il finanziamento di 13 progetti da parte di più di 450 finanziatori (il numero è ancora maggiore se si considerano i finanziamenti raccolti

offline riportata in piattaforma ed indicati come un unico finanziatore), per un totale di 16.000 Euro.

Impatto numero due. Il Liceo Roiti è stato il primo Liceo d'Italia ad avere una propria stampante 3D. E' stato anche il primo ad averla acquistata grazie alla sinergia tra insegnanti, studenti e genitori, che insieme hanno scelto la stampante migliore – fase progettuale – e sempre insieme si sono occupati della campagna di *crowdfunding*. Tra le ricompense, donando almeno 80 € potevi partecipare al corso di formazione sull'utilizzo della stampante assieme ai ragazzi. Il risultato è stato il 130% del budget raccolto in 45 giorni.

Alessandra Vaccari, madre di uno degli studenti, CEO di Indica s.r.l., racconta l'esperienza della campagna di *crowdfunding* come una nuova via per Partnership Pubblico Private Aperte. In base alla propria esperienza sintetizza alcuni impatti raggiunti dalla campagna:

- Il preside e i professori: qualità della attività didattica, attenzione da parte degli studenti.
- Gli studenti: strumentazione innovativa e programma evoluto e in linea con i loro interessi.
- I genitori: qualità della scuola e insegnamento, motivazione dei figli alla vita della scuola.
- Il sistema scolastico: minori costi e minore abbandono allo studio, formazione più adeguata alle richieste dell'economia locale.

Impatto numero tre. L'I.T.T. "G. Chilesotti" di Vicenza ha raccolto il 127% del budget necessario a costruire il proprio Robot per il concorso nazionale RoboCup Jr Italia. Tra i 10 finanziatori ci sono stati due imprenditori: il primo ha invitato il team che lavorava sullo sviluppo del Robot a fare una visita nella propria azienda, il secondo ha invece chiesto di poter vedere il robot una volta ultimato. Grazie alla campagna di *crowdfunding* si è avviata un'opportunità di collaborazione tra imprese e scuola basata sulla messa in condivisione e accrescimento delle reciproche conoscenze.

Impatto numero quattro. Abbiamo già parlato dell'ITIS Faraday e dell'impatto che il loro progetto si appresta a portare sul territorio che si troverà ad avere 11 persone con un'aumentata formazione. E sempre il territorio è al centro del progetto in quanto il FabLab, pur essendo aperto all'interno della scuola, permette ad esterni il proprio utilizzo come sotto-

lineato dal racconto del progetto pubblicato su www.schoolraising.it: “*Il Fab Lab sarà aperto in orario pomeridiano extrascolastico e direttamente accessibile dal cortile, pur essendo necessariamente regolato e controllato, il Fab Lab dovrà essere percepito come uno spazio a disposizione dei ragazzi del territorio per realizzare i propri progetti.*”

Impatto numero cinque. A novembre siamo andati al Liceo Percoto di Udine per testare “A scuola di Crowdfunding”, un workshop che porta studenti, genitori e professori a progettare insieme una campagna di *crowdfunding* per finanziare un loro progetto (in questo caso di acquisto di attrezzatura sportiva). Il processo di co-progettazione testato riprende l’*holdup* di *MakeSense* che si rifà a sua volta al *Design Thinking*, una disciplina di coprogettazione “sintetizzata” nelle aule della Stanford University e che oggi è utilizzata da istituzioni e imprese di qualsiasi dimensione.

Ad Udine abbiamo passato la conoscenza di questo strumento a 60 studenti e due professori, lavorando insieme per tre ore sul loro progetto e portando a casa una lista di ricompense che portavano la scuola ad interagire con la cittadinanza e una lista di azioni che comunicassero la campagna di *crowdfunding* anche all’esterno della scuola, un video recitato lo stesso giorno. La mancata sublimazione dei risultati da parte del team di *School Raising* non ha permesso un loro utilizzo a pieno nella campagna che è poi stata lanciata. Ma un impatto sicuro e registrato è stata l’esperienza dei 60 alunni alle prese con strumenti di co-progettazione.

Quello di Udine era il prototipo di quello che ci immaginiamo sarà il prodotto finale, e cioè uno strumento facile da imparare e replicabile nel più alto numero possibile di scuole anche da non-professionisti, esattamente come gli *holdup*. Per migliorarlo lo abbiamo testato anche in altri contesti (Madrid SenseCamp) e ci apprestiamo a testarlo in altre scuole e durante la fiera “Fa la Cosa Giusta”.

La prossima sfida di School Raising? Misurare per scalare

Il lavoro fatto nei primi 14 mesi di attività di *School Raising* ci lanciano verso un ulteriore obiettivo per il 2015: riuscire a misurare questi impatti su una matrice comune per tutti i progetti. Tale misurazione è necessaria anche per raccogliere l’interesse di investitori sociali e filantropi che credano insieme a noi nella necessità di rendere il più alto numero di studenti possibili in grado di co-progettare soluzioni ai problemi e bisogni della propria comunità.