



## **I fan nella rete di Coulton**

*Come diventare un 'cantante mito' (su internet) senza stampare neppure un CD*

*di Livia Manera – tratto da: Ventiquattro-Il Sole24Ore*

Jonathan Coulton ha trentasei anni, una barba rossiccia e un cervello capace di trovare soluzioni a problemi difficili. Due anni fa ha lasciato il suo lavoro di programmatore informatico e da allora si guadagna da vivere come cantautore su internet. Il suo obiettivo iniziale era questo: per un anno avrebbe scritto e registrato una canzone alla settimana, e l'avrebbe messa sul suo blog ([www.jonathancoulton.com](http://www.jonathancoulton.com)). "Una marcia forzata nella creatività", l'ha definita in un'intervista. Ma anche un'idea che ha portato in superficie un nuovo modo di guadagnarsi da vivere con la musica. Le sta del rock saranno pure inneggiate dai ragazzi che scaricano musica senza pagare. Ma per gli artisti di livello inferiore come Coulton Internet può rivelarsi una manna. Nell'arco di pochi mesi questo ragazzo di Brooklyn si è costruito un pubblico di tremila contatti al giorno: tutta gente interessata ai progressi della sua maratona musicale. E subito dopo ha scoperto che i fan non vogliono soltanto ascoltare i suoi brani, che in parte sono scaricabili gratis e in parte sono a pagamento. Vogliono diventare suoi amici, discutere i suoi pezzi e magari anche partecipare al progresso creativo. In questo modo il rapporto di Jonathan Coulton e il suo pubblico è diventato così simbiotico che quando il cantautore s'incaglia su un passaggio musicale difficile, chiede ai suoi fan di suggerirgli una soluzione e poi inserisce il risultato migliore nel suo pezzo. Di qui la collaborazione si è estesa: ci sono grafici che hanno lavorato gratuitamente alle copertine dei suoi cd, tecnici che l'hanno consigliato su come rendere le melodie compatibili con il Karaoke, manager virtuali che gli hanno offerto consulenze amichevoli per far funzionare meglio il suo business. Risultato: mentre i fan di Madonna, se possono, rubano la sua musica, i fan di Jonathan Coulton, se possono, la pagano per sentirsi utili alla sua impresa. Coulton ha inventato anche un nuovo approccio ai concerti live. Invece di costruirsi un pubblico a poco a poco, come fanno tutti, si esibisce in qualunque città dove il suo blog gli dica di avere più di cento fan, con la sicurezza di mettersi in tasca almeno mille dollari a concerto (un paio di mesi fa è stato anche a Londra). Tutto questo in cambio di un lavoro nel quale la parte creativa prende meno tempo di quella di relazione con il pubblico, che richiede almeno sei ore al giorno di scambi e-mail. Insomma, si sta verificando una mutazione. A differenza del passato, nell'era di internet essere un timido solitario può essere un vantaggio per un musicista medio. Tant'è vero che Coulton si è più volte rifiutato di firmare contratti con le etichette musicali. "Ci ho preso troppo gusto - dice - a fare tutto da solo".