

SCENARI ECONOMICI

Sharing economy: non è tutto condivisione

■ Emanuela Mora e Ivana Pais

C'è la tendenza a giudicare positivamente la portata innovativa di queste pratiche di produzione e scambio. Il rischio è la sostituzione dei tradizionali soggetti economici di intermediazione con attori che hanno il pieno controllo delle piattaforme.

Da almeno un anno e mezzo a questa parte si sente parlare sempre più spesso di *sharing economy*. L'etichetta è utilizzata per identificare un insieme molto ampio e diversificato di esperienze e attività di consumo, produzione e scambio, talvolta anche di partecipazione sociale. È un'etichetta che esplicitamente viene ricollegata alle pratiche di consumo basato sull'accesso (invece del possesso) e a quelle modalità di interazione e partecipazione abilitate dalle diverse forme di tecnologie digitali. Le attività che con essa di solito vengono identificate suscitano interesse e aspettative come possibili percorsi per superare le strettoie della crisi economica e l'implosione di socialità e legami che caratterizzano le contemporanee società tardocapitalistiche. È per questo motivo che abbiamo cominciato a studiare tale fenomeno nell'ambito di un progetto di ricerca nazionale (Prin 2010-2011) – finanziato dal *Miur* e coordinato da Laura Bovone, professore ordinario di Sociologia e direttore del Centro di ricerca ModaCult dell'Università Cattolica del Sacro Cuore – che coinvolge un network di studiosi di diverse università italiane. Originariamente il progetto prevedeva di indagare esperienze e pratiche tramite cui le persone cercano di far fronte agli effetti disgreganti della

Emanuela Mora è professore ordinario di Sociologia della produzione culturale e insegna presso la Facoltà di Scienze politiche e sociali dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. Tra i suoi lavori, *Fare moda. Esperienze di produzione e consumo* (2009).

Ivana Pais è professore associato di Sociologia economica e insegna presso la Facoltà di Economia dell'Università Cattolica del Sacro Cuore. Tra i suoi lavori, *Crowdfunding. La via collaborativa all'imprenditorialità* (2014, con P. Peretti e C. Spinelli).

crisi, promuovendo attività produttive, partecipative e di consumo, in cui, oltre a dare risposte, piccole ma concrete, ai propri bisogni materiali, producono anche addensamenti di senso esistenziale, sociale e politico, occasioni di ricostruzione e intensificazione dei legami sociali percepiti come sempre più deboli. Pensavamo per esempio ad attività come i gruppi di acquisto solidale, le riemergenti pratiche di *do it yourself*, esperimenti di *coworking* e di *cobousing*, attività insieme produttive e politiche come le imprese agricole sui terreni confiscati alla mafia, nuove forme di artigianato favorite dalle tecnologie digitali, l'espansione delle aggregazioni locali per la produzione e il consumo di energie alternative ecc. Nel progetto, presentato nel febbraio del 2012, non utilizzavamo l'etichetta *sharing economy*, poiché non era ancora entrata nell'uso comune. E, pur avendo incominciato allora a mappare una serie di fenomeni e di piattaforme digitali, come Airbnb o Blablacar, non eravamo in grado di prevedere l'improvvisa quadratica esplosione del fenomeno, né di fare le necessarie distinzioni tra i diversi potenziali d'impatto delle molte esperienze che andavamo individuando. In tutte quelle attività ci sembrava di vedere all'opera interessanti tentativi da parte delle persone di costruire dal basso forme di aggregazione in cui ritrovare il proprio protagonismo di cittadini, al di là della segmentazione dell'esistenza in sfere separate – lavoro, consumo, partecipazione – e spesso contrapposte; segmentazione di cui la crisi stava mostrando le drammatiche conseguenze sul piano della tenuta economica, sociale e politica.

Nel frattempo, come abbiamo detto, il fenomeno è esploso, e tra l'inizio del 2012 e la fine del 2013 – quando con Collaboriamo.org e Fondazione Eni Enrico Mattei abbiamo organizzato in Università Cattolica la prima edizione della conferenza «Sharitaly» – sembrano passati decenni, invece che mesi. Alcune delle piattaforme digitali avevano incrementato in modo esponenziale il volume dei loro contatti e delle loro interazioni e come sempre accade in questi casi, da quel momento ha cominciato a delinarsi una differenziazione interna alla galassia di quella che sempre più spesso veniva identificata come *sharing economy*. La differenziazione, oggi ben documentabile, riguarda non solo dimensioni quantitative, ma anche qualitative. È diventato chiaro che, utilizzando l'espressione *sharing economy*, ci si riferisce volta a volta a esperienze con caratteristiche molto differenti.

■ La galassia della *sharing economy*

Per orientarsi nella composita galassia della *sharing economy* può essere utile partire da una provvisoria tipologia delle esperienze mappabili. Le categorie che proponiamo hanno una funzione euristica, più che descrittiva, ma sono utili per comprendere quali sono i modelli principali secondo cui le persone provano a interagire in modo collaborativo per far fronte alle difficoltà che la realtà oppone loro. La prima categoria è lo *sharing* inteso, in senso stretto, come l'utilizzo in comune di risorse (beni fisici, prodotti digitali, spazio, tempo o competenze). È il caso di couchsurfing.org, piattaforma che consente di ospitare turisti a casa propria, di Blablacar, per offrire passaggi in auto o di Insegnalo, per la condivisione di conoscenze. La seconda è il *bartering*, lo scambio multilaterale di beni e servizi tra individui (*swapping*) – grazie a piattaforme come Reoose – o aziende, come il circuito di credito commerciale Sardex. La terza è il *crowding*, un'azione connettiva di idee – grazie a piattaforme di *crowdsourcing* come Zooppa – o risorse economiche, con piattaforme di *crowdfunding* come Kickstarter o Produzioni dal Basso. L'ultima è il *making* e include tutte le forme di produzione in rete, dai gruppi informali di appassionati che si dedicano alla costruzione o riparazione di oggetti senza l'aiuto di esperti (Do It Yourself With Others) fino alle forme più organizzate di fabbricazione digitale (Hackerspaces e FabLab). Nonostante ci sia una letteratura che descrive le varie manifestazioni della *sharing economy*, quello che finora è carente è un'analisi delle interconnessioni tra queste pratiche.

Una delle questioni che più spesso vengono sollevate quando si riflette sulla portata innovativa della *sharing economy* è l'effettiva novità rispetto a pratiche più tradizionali sia di tipo commerciale sia più radicate nella vita quotidiana o espressione di una critica radicale al modello dominante, utilitaristico e spersonalizzante, del capitalismo. La risposta a interrogativi di questo tipo non è né semplice, né scontata. Ci sono numerosi elementi di sovrapposizione, ma anche qualche carattere distintivo che va segnalato. Il dato più evidente è che le tecnologie digitali permettono interazioni tra sconosciuti, laddove in precedenza le forme di collaborazione e scambio come quelle che vengono incluse sotto l'ombrello della *sharing economy* potevano avvenire solo tra persone che si conoscevano. Eppure, sono numerose le pratiche che, pur utilizzando le risorse digitali come strumento di

facilitazione dei processi comunicativi e del coordinamento tra i partecipanti, derivano una parte significativa del loro valore sociale dalle relazioni personali e dirette tra questi ultimi. E qui il tema della novità rispetto al passato acquista ancora ulteriori sfumature, come proviamo a suggerire grazie all'analisi di due esperienze che, pur essendo radicate in una tradizione consolidata, possono essere considerate esempi di innovazione sociale: le *social street* e le banche del tempo digitali.

■ Dal buon vicinato alla *social street*

Social street è il nome che viene attribuito a un modo di vivere una socialità conviviale e di vicinato nelle strade e nei quartieri delle città e delle metropoli. È un fenomeno che nasce con un gruppo chiuso su Facebook (un gruppo, cioè, cui puoi aderire solo se invitato o se accettato dall'amministratore e le cui attività sono visibili solo ai membri). Il caso più noto, il primo a essere definito con questa etichetta, vale a dire il gruppo di via Fondazza a Bologna, conta a oggi più di mille membri. Gli obiettivi dichiarati di una *social street* sono: socializzare con i vicini, scambiarsi informazioni, e favori, riscoprire il mondo in una strada. In breve, l'esperienza – e il suo successo – nascono dalla ricerca di relazioni e dall'esigenza di trovare soluzioni a bisogni semplici e legati alla vita quotidiana. Che cosa c'è di nuovo in tutto questo rispetto a normali relazioni di buon vicinato?

Nelle interviste rilasciate dal fondatore della prima *social street* bolognese, Federico Bastiani, si legge sempre l'insistenza sul desiderio originario di creare delle relazioni di conoscenza con le persone che abitano nella stessa strada in cui lui si è trasferito solo pochi anni fa. Le attività, gli aiuti, le informazioni sono una conseguenza, ma non l'obiettivo principale della *social street*. Il tentativo di innescare relazioni personali fini a se stesse è l'obiettivo che guida la nascita di questi gruppi, l'identificazione e la soddisfazione dei bisogni sono solo un effetto secondario.

La spinta, dunque, è verso l'uscita dall'anonimato in cui la vita urbana e l'organizzazione moderna del lavoro per loro natura ci costringono: ciascuno di noi può trascorrere molte giornate parlando con gli altri solo per motivi pratici e logistici, può abitare in un palazzo e in una strada senza incontrare o sapere nulla dei suoi vicini; può fare la spesa online, e procurarsi l'aiuto di professionisti esperti per ogni tipo di necessità, persone che non rivedrà mai più.

Non appare dunque strana l'esigenza di intaccare la solitudine che l'anonimato urbano porta con sé, ristabilendo, appunto, buone relazioni di vicinato. Ma il vicinato, di casa o di strada, è sempre stato anche fonte di controllo e di meccanismi di subordinazione, mentre la solitudine del cittadino moderno è accompagnata anche da standard elevati di libertà, che rendono le persone autonome rispetto a legami, forme di subordinazione, dominazioni simboliche. Nel *rischio* che i partecipanti si assumono quando decidono di aderire alla *social street* possiamo dunque vedere un primo elemento di novità rispetto alle tradizionali forme di buon vicinato, che non veniva scelto ma subito come inevitabile: è come se il desiderio di conoscere i propri vicini, senza alcun fine di ordine pratico, nascesse dal bisogno di riscoprire le radici della socievolezza, senza calcolare rischi e difficoltà, ma mossi dalla necessità di dare voce a quell'impulso verso l'incontro con gli altri da cui possono anche nascere tensioni e scontri, ma che è comunque alla base di ogni possibile creatività sociale.

Il secondo indizio di novità è rinvenibile nella funzione pubblica che questi gruppi si trovano a svolgere, attraverso la cura e l'attenzione che mostrano per le relazioni e per il comune territorio urbano che vivono. Tale elemento di novità è ancora più rilevante, considerando l'impegno con cui – almeno fino a oggi – le *social street* resistono a tutte le pressioni di imprese, istituzioni, soggetti politici che le vorrebbero partner in azioni e progetti di marketing territoriale, attivazione della cittadinanza ecc. I gruppi rivendicano la propria autonomia e si muovono in uno spazio non incluso nelle normali dinamiche di negoziazione e di contrattazione proprie delle pratiche di mercificazione e istituzionalizzazione. Tutto ciò, senza però avanzare prospettive antagoniste rispetto alle dominanti logiche economiche e politiche, preferendo invece rivendicare modi e tempi di vita negli spazi pubblici e comuni, che possano venire gestiti secondo logiche non riconducibili all'efficienza o all'efficacia misurate da risultati quantificabili.

■ Dalle banche del tempo locali alla banca del tempo digitale

Le prime esperienze di banca del tempo risalgono all'inizio degli anni Novanta, con una riflessione nata proprio in Italia sui "tempi sociali" e con le iniziative Lets (Local Exchange Trade Sistem) in Inghilterra. Da queste prime iniziative pionieristiche sono poi gemmate numerose

forme di scambio, che nella loro varietà possono essere ricondotte a reti di persone che scambiano servizi secondo lo schema un'ora-per-un'ora: gli utenti usano il tempo come sostituto del denaro e il valore di ogni attività è legato esclusivamente al tempo dedicato a realizzarla. Le banche del tempo valorizzano le competenze delle persone, a prescindere dalla loro qualifica a esercitare una determinata attività. Generalmente, gli scambi presentano un'importante componente emotiva e relazionale e sono orientati all'idea di (ri)costruzione di una comunità in un territorio specifico. Dopo due decenni di crescita lenta e discontinua, a partire dal 2008 le banche del tempo hanno mostrato un picco improvviso e, fenomeno ancora più interessante, sono nate banche del tempo digitali come hOur world, Ominui, Comunitats, Cronobank, Timebank.cc e TimeRepublik.

Ci sono numerosi elementi che portano a considerare le banche del tempo digitali differenti dalle tradizionali. Innanzitutto il profilo dei soci. Se le banche del tempo sono frequentate prevalentemente da donne e da persone in pensione, alle banche del tempo digitali si avvicinano soprattutto giovani-adulti e c'è un sostanziale equilibrio di genere. In secondo luogo, cambia la natura delle attività scambiate. Nelle banche del tempo tradizionali prevalgono le attività di socializzazione, legate al tempo libero (lettura, cucina, lezioni di danza, accompagnamento, attività di cura, attività ludiche ecc.), mentre nelle banche del tempo digitali si scambiano soprattutto servizi di tipo professionale (grafica, design, supporto nell'utilizzo del pc, traduzioni, data-entry ecc.). Inoltre, le banche del tempo digitali automatizzano tutte le attività amministrative di gestione delle attività della banca stessa, che altrimenti impegnano molte ore delle attività dei soci. La terza specificità riguarda la scelta del "partner" che non avviene, come nelle banche del tempo tradizionali, grazie alla mediazione di un *broker* (l'organizzatore della BdT), ma attraverso il sistema reputazionale della piattaforma, costruito a partire dalle valutazioni fornite da chi ha già avuto scambi con l'utente. Lo scambio può poi avvenire in ambiente digitale oppure in presenza, laddove la distanza tra i soci lo consenta. Cambia anche la durata degli scambi: le banche del tempo digitali permettono anche prestazioni di breve durata che l'incontro in presenza rende poco praticabili. Inoltre, le banche del tempo digitali abilitano la partecipazione contemporanea di un numero molto elevato di persone, mentre nelle banche del tempo tradi-

| VITA E PENSIERO

zionali comunità troppo grandi sono considerate di difficile gestione. Infine, a differenza delle banche del tempo tradizionali, quelle digitali proibiscono il debito. Questo rappresenta forse l'elemento più evidente di un'attenzione più stringente alla "contabilità" delle dinamiche di reciprocità. Le banche del tempo digitali promuovono dunque una sorta di "vicinato globale" in cui si ripropongono le dinamiche legate alla creazione e al mantenimento di legame sociale tipiche delle banche del tempo tradizionali che vengono contaminate con logiche più vicine allo scambio di mercato.

■ Luci e ombre della *sharing economy*

La ricostruzione di queste pratiche apre riflessioni che interessano, in senso lato, la *sharing economy*. Sono particolarmente interessanti perché mettono in discussione il binomio tradizione/innovazione e online/offline e ne mettono in luce gli elementi di continuità e di ambiguità. Quando parliamo di *sharing economy*, l'accento sulla parola condivisione porta spesso a enfatizzare un giudizio genericamente positivo su tali fenomeni, qualificandoli come germe di un cambiamento di paradigma nei modelli di organizzazione economica, produttiva e sociale. Queste esperienze vengono considerate innovative in quanto facilitano la saturazione dell'uso di beni durevoli, la riduzione dei costi marginali di produzione dei beni o dei servizi, la disintermediazione delle relazioni tra produttori e consumatori, una maggior collaborazione tra i soggetti coinvolti nelle attività. Non tutto però pare così lineare. Spesso la retorica della *sharing economy* mette sotto lo stesso cappello pratiche che rinviano all'alone semantico della condivisione senza mettere in campo le relative esperienze di socialità e reciprocità. È il caso delle piattaforme della *on-demand economy* dove il rapporto *peer-to-peer* mediato in forma digitale si muove nelle tradizionali logiche di mercato e, a volte, le porta alle estreme conseguenze in ottica neoliberale. Anche la retorica della disintermediazione può oscurare la sostituzione dei tradizionali soggetti di intermediazione con l'azione dei soggetti che controllano le piattaforme. Queste nuove forme di re-intermediazione sono evidenti nelle piattaforme che non rendono pubblico l'algoritmo grazie al quale sintetizzano i giudizi utili a costruire e diffondere la reputazione degli utenti.

C'è un'ulteriore retorica che va smontata per comprendere bene le

potenzialità del fenomeno. La *sharing economy* potrebbe anche costituire un fattore di dinamicizzazione del mercato, poiché favorisce la fluidità dei confini tra dentro e fuori il mercato, consentendo a persone marginali nel mercato ed economicamente fragili di affacciarsi con basse barriere di ingresso al mondo dell'attività economica. In questo modo potrebbe ridurre le situazioni di passività e di completa dipendenza dai servizi pubblici o da catene private di sostentamento e rappresentare un'opportunità di *empowerment* economico e sociale. Il rischio, però, è che la potenziale soggettivazione degli attori economici individuali marginali, che offrono beni, competenze e servizi sulle piattaforme sia in realtà solo apparente. Il vero potere, infatti, sembra rimanere saldamente nelle mani dei promotori delle piattaforme. Rimane così aperto un interrogativo: la distribuzione di denaro, che circola nella nuvola dei tanti microscambi economici abilitati dalle piattaforme, corrisponde anche a una effettiva distribuzione di potere?