



*Continuare a usare una terminologia che fa apparire tutto più roseo di quello che è in realtà vuol dire minimizzare il problema di un Paese che si sta paralizzando*

sfruttando le nostre relazioni interpersonali e trasformando qualsiasi tentativo di generosità in un atto di consumo. Un giudizio così critico su quella che per molti è una delle risposte più efficaci alla crisi non è per niente infondato, se andiamo a vedere come, al di là del risparmio per gli utenti, la maggior parte delle piattaforme che consentono la condivisione generi grandissimi giri di affari, spesso annullando qualsiasi forma di garanzia nei confronti dell'indotto che creano. Ne sono un esempio le piattaforme di crowdsourcing, tipo 'Mechanical Turk', che 'impiegano' centinaia di migliaia di persone a condividere il proprio lavoro in forma di cottimo (immissione dei dati, raccolta pacchetti, fare commissioni). Lavoro che viene pagato in media dai 2 ai 3 dollari all'ora.

Eppure, se andiamo ad analizzare, il risalto mediatico dato a questo comparto continua a diffondersi come un'idea di apertura verso un qualcosa di politicamente corretto. Termini come collaborazione e condivisione sono i 'peace and love' di una nuova era. Ma se da una parte è vero che il principio di condivisione potrebbe aprire la strada a una società più giusta e sostenibile (quella in cui si consuma meno e si collabora di più), dall'altra, a meno che i nuovi modelli economici non siano perseguiti creativamente e in modo convinto, quello aziendale vincerà per impostazione predefinita. In realtà, ha già vinto: il settore dell'economia convenzionale di condivisione costruito sul capitale di rischio e del lavoro sfruttato è un business multimiliardario, mentre l'idea di un'economia reale di condivisione basata sulle cooperative, la solidarietà dei lavoratori e la 'governance' democratica rimane un'ideale inattuabile.

Ciò che invece viene detto meno è che, in realtà, lo 'sharing' è un modo per risparmiare denaro in una economia 'tiepida', che non risolve affatto il problema dell'assenza di potere di acquisto.

## Consumo collaborativo e low cost

La verità, in termini pratici, è che l'ipotesi di risparmio spesso riguarda beni e servizi che, già di per sé, appartengono a un paniere da ceto medio. Per essere più diretti: a cosa può mai servirvi una guida sui ristoranti italiani dove si mangia con meno di 30 euro, se il mio budget mensile non mi consente di andare neanche una volta al mese in pizzeria, dove il costo medio è di 10 euro a persona?

Insomma, l'input di base è sempre una spinta consumistica, anche se contenuta. Lo potete verificare andando a visitare alcuni siti dai nomi suggestivi: [www.voglioiviverelowcost.it](http://www.voglioiviverelowcost.it), [www.vitalowcost.it](http://www.vitalowcost.it), [www.vivalowcost.com](http://www.vivalowcost.com), [guidalowcost.blogspot.com](http://guidalowcost.blogspot.com). In poco meno di dieci minuti di navigazione, vi renderete conto che per avere un determinato sconto dovete acquistare un bene o un servizio che, secondo i 'dictat' della crisi, rientra nella categoria 'superfluo'.



