

RUBRICHE

LIBRI

Collaborare nell'economia dei bit

Negli ultimi 20 anni abbiamo assistito alla crescita irrefrenabile di nuove economie "emergenti", come Brasile, Russia, India e Cina. Sono in realtà ben più che emerse: la Cina è la seconda economia mondiale in attesa di sorpassare anche gli Stati Uniti, e il cambiamento è dovuto alla fine della guerra fredda ma soprattutto alla trasformazione radicale del campo da gioco planetario che Thomas Friedman, editorialista del «New York Times», aveva descritto nel suo *The World is Flat*, il mondo è piatto, cioè privato dalla globalizzazione delle tradizionali barriere che rendevano il commercio favorevole soprattutto ai paesi del cosiddetto "primo mondo".

Era solo l'inizio, però. Man a mano che la

tecnologia di rete si diffondeva nelle società, il campo da gioco si è livellato anche per i cittadini (e i sudditi) dei paesi del mondo, trasformando(c) tutti in personal-multinazionali, con una capacità di proiezione mondiale che nessun individuo aveva mai avuto prima nella storia.

È cambiata anche la percezione delle "cose", cioè i beni. Il merito (o colpa) va alle grandi aziende che, per via dei rendimenti decrescenti e della smaterializzazione, hanno pubblicizzato il modello dell'accesso anziché del possesso (come la musica digitale in streaming). La crisi economico-finan-

ziaria, il riscaldamento globale e l'ambientalismo diffuso hanno poi introdotto formule alternative all'acquisto (l'auto in affitto e il car-sharing, ad esempio) gettando le basi per un'economia nuova, basata sui bit anziché sugli atomi e con idee "sovversive" come quella della decrescita felice.

Intanto, mentre le proprietà degli atomi le abbiamo conosciute fin dall'antichità, metabolizzate e raffinate con due rivoluzioni industriali e un secolo di guerre tra ideologie economiche, l'economia dei bit è ancora tutta da capire. Soprattutto, è da comprendere e progettare l'aspetto della collaborazione, il ruolo che i social media (gli strumenti informatici di rete con cui le persone comunicano, interagiscono e si scambiano pensieri, idee e informazioni).

Marta Mainieri prova a disegnare per **Hoepli** una mappa destinata a chi vuole comprendere e operare in questo settore, descrivendo servizi collaborativi in ambito artigianale, turistico, per il baratto, per la finanza e con uno sguardo speciale alle realtà italiane. Il limite principale di *Collaboriamo! Come i social media ci aiutano a lavorare e a vivere bene in tempo di crisi* è la consistenza magmatica del mondo digitale, che rende obsoleti molti degli esempi fermati su carta; invece, il suo punto di forza principale è l'accessibilità su un piano pratico di temi troppo spesso lasciati a tecnici e sociologi.

A.D.

Collaboriamo!
Marta Mainieri
Hoepli, 2013
214 pagine, 18 euro

