

Una società più solidale? Si può

“Dono, dunque siamo”: un libro spiega perché l’egoismo ha fallito anche nel lavoro e nei mercati. Dall’economista Zamagni a sociologi e antropologi di fama otto buone ragioni per cambiare

ANDREA POLLASTRI

Parlare di dono nella società contemporanea, dominata dall’utile e dall’economico, potrebbe risultare, per molti versi, anacronistico e stravagante.

Non tanto perché oggi non si dona più, quanto perché il dono ha perso le sue caratteristiche originarie, assumendo tratti che rimandano, nella maggior parte dei casi, a semplici questioni di reciprocità. Quando si effettua un dono, pensiamo subito all’azione di ritorno, al gesto di contraccambio che il ricevente sembra costretto ad eseguire.

Il dono è sempre stato al centro di stimolanti riflessioni sull’essenza profonda della società, dell’economia, della natura stessa dell’uomo.

Ma cosa spinge gli uomini a donare e a contraccambiare il dono ricevuto? Quali sono le sue caratteristiche essenziali e qual è il suo valore storico e antropologico?

Otto acuti osservatori del mondo contemporaneo – il sociologo Zygmunt Bauman e l’economista Stefano Zamagni, antropologi quali Marco Aime e Marino Niola, lo psicoanalista Luigi Zoja, i filosofi Laura Boella e Salvatore Natoli e il

“giocosamente umanista” Stefano Bartezzaghi, si sono interrogati su questo e su altri temi che circolano intorno ad esso, dando vita ad un minuzioso lavoro interpretativo, in cui si incrociano diverse chiavi di lettura per decifrare la realtà contemporanea, “senza perdere la speranza di poterla cambiare”. (“Dono, dunque siamo. Otto buone ragioni per credere in una società più solidale”, **Utet**).

Un cambio di mentalità

Sono sempre più frequenti le esortazioni verso un cambiamento di mentalità, soprattutto in questi anni di crisi del modello capitalistico-finanziario. Già agli inizi degli anni Venti del secolo scorso l’etnologo francese Marcel Mauss, nel suo esemplare “Saggio sul dono”, rivendicava l’idea di una società basata non solo sull’utilitarismo. Mauss condusse una ricerca molto approfondita per capire le origini ed il significato del dono, del suo valore in ambito sociale e relazionale.

«Ciò che spinge a donare – scrive Marco Aime, riprendendo il saggio di Mauss – è la volontà degli uomini di creare rapporti sociali, perché l’uomo non si accontenta di vivere nella società e replicarla come gli altri animali sociali, ma deve produrla per vivere».

Lo spiegava già Aristotele nel IV secolo a.C., definendo l’uomo “animale politico”, in quanto la sua essenza raggiungeva la bellezza completa, il divino, solo in relazione e in funzione della Polis, estendendo il bene del singolo dalla dimensione del privato a quella del sociale.

L’importanza delle relazioni

Donare è importante per instaurare relazioni. Un concetto interessante che va a collidere essenzialmente con il pensiero dominante della nostra economia occidentale in cui ci si ostina a sostenere la teoria smithiana secondo la quale, affinché la società funzioni bene, ciascuno deve egoisticamente perseguire il proprio interesse.

Tant’è che non è considerato normale fare regali senza un motivo che lo giustifichi. Il dono è «un’eccezione alla regola, dove la regola è invece tenere le proprie cose per sé e ottenerne altre tramite l’acquisto o lo scambio».

Si dona per soddisfare il piacere di veder felice un’altra persona, ma non si tratta, il più delle volte, di un atto gratuito.

Avviene quel processo che Aime definisce «economia della gratitudine», quello stato di debito reciproco, nutrito da surplus, che fa sì che cia-

scuno possa dire all’altro che gli deve tanto. Viene in mente il motto dannunziano inciso sul frontone all’ingresso del Vittoriale: “To ho quel che ho donato”, ricordando che ogni cosa che il poeta ebbe in vita proveniva essenzialmente dal suo lavoro letterario. Tutto ciò che egli percepì economicamente erano solo i proventi di ciò che egli aveva in precedenza “donato” artisticamente all’umanità. Dare per avere.

Il concetto del dono ha però un’origine molto differente e quello che noi conosciamo è solo il prodotto di un’idealizzazione frutto di duemila anni di cristianesimo, in cui lo si definisce tale solo quando è uno scambio gratuito, unilaterale e disinteressato.

E’ l’espressione della legge morale kantiana, dell’imperativo categorico. Devi perché devi. Il filosofo tedesco esprime molto bene il concetto del dono disinteressato.

Kant, elaborando l’essenza dell’imperativo categorico, non fa altro che assumere il principio evangelico secondo cui «non è morale ciò che si fa, ma l’intenzione con cui lo si fa».

Ecco quindi, in questo volume, otto buone ragioni per credere in una società più solidale. Otto buone ragioni per cercare una via d’uscita alle strettoie del presente. ■

Quale ruolo per la gratuità, per la solidarietà, per il perdono, dono all’ennesima potenza che ristabilisce il rispetto tra gli uomini?



*Nel libro
chiavi
di lettura
diverse
per decifrare
la realtà*

