

### 1. *I luoghi di circolazione del dono*

Il paradigma del dono è stato da sempre terreno di investigazione da parte di tante discipline (soprattutto da parte dell'Antropologia e, più tardivamente, da parte della Sociologia, della Filosofia, e della Psicologia). L'Economia neoclassica,<sup>1</sup> salvo i recenti spunti di investigazione diretti allo studio delle motivazioni alla base della misteriosa nascita degli enti non profit che sono stati interpretati come una "eccezione" rispetto alle regole di funzionamento del mercato, ha sempre tenuto la gratuità (così come la felicità) al di fuori del suo terreno privilegiato di indagine, non potendo concepire, all'interno del suo paradigma fondativo (l'archetipo antropologico dell'*homo oeconomicus*), tutti quei comportamenti che non siano indotti da motivazioni esclusivamente auto-interessate.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> L'economia "neoclassica" è un approccio, tuttora prevalente nell'orizzonte della teoria economica, composto da diverse scuole di pensiero, basato sulla determinazione di prezzi, output e reddito attraverso il modello della offerta e della domanda di mercato. Secondo questo approccio gli individui, dipinti come *agenti razionali, individualisti, egoisti* (il cosiddetto *homo oeconomicus*) massimizzano una funzione di utilità sotto il vincolo del reddito a loro disposizione, mentre le imprese massimizzano i profitti sotto il vincolo dei costi dei fattori di produzione che esse impiegano. La scuola neoclassica, pur se con molte differenziazioni al suo interno, è anche chiamata scuola "marginalista". Convenzionalmente nasce nel periodo 1871-1874, gli anni di pubblicazione delle prime opere sistematiche di William Stanley Jevons, Carl Menger e Leon Walras. Il "marginalismo" era nato per combattere sia lo sviluppo del pensiero degli economisti "classici" inglesi (A. Smith, D. Ricardo, J. S. Mill e soprattutto C. Marx) sia della scuola "storica" tedesca. Vedi E. SCREPANTI – S. ZAMAGNI, *Profili di Storia del pensiero economico. Dalle origini a Keynes*, Carocci, Roma 2004.

<sup>2</sup> Per una critica all'*homo oeconomicus* vedi L. BECCHETTI, *Oltre l'homo oeconomicus. Felicità, responsabilità, economia delle relazioni*, Città Nuova, Roma 2009; L. PENNACCHI, *Il soggetto dell'economia. Dalla crisi un nuovo modello di sviluppo*, Ediesse, Roma 2015; C. MONTESI, *Lo strano caso del Dr. Jekyll e di Mr. Hyde in Economia*, in

In realtà il dono permea tanti momenti di vita delle persone (dalla nascita alla morte) e non è affatto relegato nei tradizionali ambiti in cui siamo abituati a vederlo all'opera.<sup>3</sup> Attraverso il dono circolano, in via più o meno manifesta, tanti beni e servizi in vari luoghi di vita e di attività delle persone:<sup>4</sup> in famiglia, nelle amicizie, nei rapporti sentimentali, all'interno di una comunità, nell'apparato dello Stato, nelle organizzazioni non profit e perfino nel mercato.<sup>5</sup>

È sicuramente più facile intravedere il dono in azione all'interno della *socialità primaria* (ovvero nella sfera di tutti quei legami sociali, come la famiglia, l'amicizia, l'amore, caratterizzati da relazioni personali, intense, affettive, di predilezione, tutte condotte all'insegna del principio di "loyalty"), piuttosto che andare a scovarlo nell'ambito della *socialità secondaria*, ovvero all'interno di rapporti sociali deboli, impersonali, anaffettivi. La socialità secondaria include la sfera della *politica* che è guidata dal principio di "voice" e la sfera del *mercato* che è governata dal principio di "exit".<sup>6</sup>

Il dono alberga anche nella dimensione della socialità secondaria, pur se in maniera meno appariscente rispetto a come si manifesta nella sfera della socialità primaria, a causa del predominio, instauratosi sul mercato, dello *scambio di equivalenti* rispetto al dono e della supremazia dell'*imposta* rispetto al dono affermatasi nel regime statale.

«Quaderni di Economia Sociale» III (2013), pp. 17-22; C. MONTESI, *La saggezza delle emozioni*, in *Le emozioni nei contesti individuali e sociali*, C.A. Bollino – M. Cerulo – V. Ghiglieri – C. Mazzeschi – M.G. Pacilli – L. Parnetti – P. Polinori – V. Santangelo – A. Tortorella (cur.), Morlacchi Editore University Press, Perugia 2019, pp. 43-70.

<sup>3</sup> J. GODBOUT, *Lo spirito del dono*, in collaborazione con A. CAILLÈ, Bollati Boringhieri, Torino 1993, nuova ed. 1998.

<sup>4</sup> J. GODBOUT, *Ce qui circule entre nous. Donner, Recevoir, Render*, Seuil, Paris 2007.

<sup>5</sup> Per un'analisi più dettagliata del ruolo del dono nell'economia e nel mercato vedi C. MONTESI, *Per dare un cuore all'economia*, «Il Pensiero Economico Moderno» II (2000), pp.31-39; C. MONTESI, *I paradossi della gratuità in economia*, in *Economia e concezioni dell'uomo*, P. Grasselli (cur.), FrancoAngeli, Milano 2007, pp.80-87; C. MONTESI, *Dare, ricevere, ricambiare: il paradigma del dono come alternativa antropologica ed economica*, in *L'interpretazione dello spirito del dono*, P. Grasselli – C. Montesi (cur.), FrancoAngeli, Milano 2008, pp. 81-107; C. MONTESI, *Gift Enigma in Economic Theory*, in *Humanities and Social Sciences Today. Classical and Contemporary Issues-Economics*. Atti della Conferenza Scientifica Internazionale (Accademia Rumena, sede di Iasi, Romania, 7-10 maggio 2015), A.P. Haller – M. Galea (cur.), Pro Universitaria, Bucarest 2015, pp. 197-216.

<sup>6</sup> A.O. HIRSCHMAN, *Lealtà, defezione e protesta*, Bompiani, Milano 1982.

## 2. Il rapporto tra il dono e lo Stato

Lo Stato ha gradualmente rimpiazzato, nel corso della Storia e nel corso della sua evoluzione, all'interno del perimetro della sua azione, il dono in tre modalità: attraverso *trasferimenti monetari* diretti o indiretti alle famiglie che hanno attenuato l'importanza della effettuazione dei doni in famiglia; attraverso la *previdenza sociale* che ha relativizzato l'importanza degli interventi caritatevoli da parte degli individui nei confronti dei più bisognosi; attraverso la *fornitura diretta di servizi pubblici* alle persone che hanno depotenziato il lavoro gratuito di cura svolto in famiglia soprattutto dalle donne, il lavoro gratuito di cura effettuato per la manutenzione dei beni comuni dai membri di una comunità, il lavoro gratuito di cura profuso a favore di altre "giuste cause" dai cittadini.<sup>7</sup> Questa sostituzione del dono da parte dello Stato ha avuto il pregio di ridurre le ingiustizie e di restituire dignità alle persone attraverso una *redistribuzione* effettuata in nome di una solidarietà più estesa di quella basata sui doni in circolo nelle reti primarie e meno discrezionale di quella fondata sulla carità privata.

Tutti gli interventi di Welfare State ricordati sono finanziati generalmente attraverso le *imposte* che sono differenti dal dono sotto diversi aspetti. Le imposte sono prelievi obbligatori (ancorché stabiliti democraticamente per legge), mentre il dono è un atto volontario; le imposte sono amministrate per conto dello Stato da un apparato burocratico (agenzia delle entrate), mentre il dono non ha bisogno di altre intermediazioni tra i suoi protagonisti; le imposte sono dirette all'affermazione del principio di uguaglianza tra i cittadini, mentre il dono si fonda su di un bisogno di individuazione da parte del donatore e del donatario; le imposte prescindono dai rapporti che intercorrono tra i cittadini, mentre il dono è immanente ad un legame tra persone.

L'entità dello spiazzamento del dono da parte del Welfare State è disposta dai differenti modelli di Welfare State vigenti: essa è stata più marcata nel Welfare nordico e continentale rispetto a quello mediterraneo

<sup>7</sup> S. ZAMAGNI, *Beni Comuni e Economia Civile*, in *Beni comuni e cooperazione*, L. Sacconi – S. Ottone (cur.), Il Mulino, Bologna 2015, pp. 51-80; C. MONTESI, *I beni comuni al crocevia tra simpatia per il prossimo ed interesse personale*, in *Tempo di beni comuni. Studi multidisciplinari*, «Annali della Fondazione Basso» VII (2010-2012), Ediesse Roma 2013, pp. 217-255; C. MONTESI, *Vecchie e nuove espressioni di beni comuni urbani collaborativi*, «Quaderni di Economia Sociale» I (2016), pp. 25-35.

ed anglosassone.<sup>8</sup> Nel modello mediterraneo l'intervento "inadeguato" in quantità e qualità dello Stato è ancora oggi surrogato dalla famiglia attraverso doni anche intergenerazionali, mentre nel modello anglosassone l'intervento "residuale" dello Stato, previsto soltanto per le frange socialmente più marginali, è integrato dal consistente intervento del settore non profit effettuato attraverso donazioni di Fondazioni private e dagli interventi filantropici messi in atto dalle grandi imprese statunitensi unitamente a generosi interventi di welfare aziendale. Si noti però che il limite maggiore del *welfare capitalism* statunitense, per il quale le imprese fanno ritornare alla comunità (comunità dei dipendenti, delle famiglie dei dipendenti, dei residenti nel territorio in cui l'impresa opera), secondo il principio di *restituzione*, parte dei profitti generati grazie al contributo della stessa comunità, risiede nel fatto che esso non soddisfa il requisito dell'universalismo e nel fatto che la sua adozione rimane una scelta privata e discrezionale dell'impresa (scelta che, tra l'altro, diventa sempre più complicata nel passaggio da una *private* ad una *public company*, ovvero da un'azienda la cui proprietà è concentrata in un numero ridotto di azionisti ad un'azienda la cui proprietà è frammentata in una grande massa di finanziatori).<sup>9</sup>

Il dono ha però recentemente riconquistato terreno nell'ambito della sfera statale in molti paesi della Unione Europea a causa della crisi del Welfare State per la quale le risorse pubbliche (tecnologiche, finanziarie ed umane) a disposizione sono sempre più insufficienti ed a causa della scarsa qualità dei suoi servizi che soffrono di burocratizzazione, di ritardi nella erogazione delle prestazioni, di eccessiva standardizzazione, di carenza di progresso tecnico. Questi limiti riscontrati sia nell'intervento del Welfare State assistenziale che in quello di promozione delle capacità delle persone sono stati in parte compensati dal graduale *passaggio dal Welfare State al Welfare Mix*. Il Welfare Mix consiste nella erogazione di servizi da parte di enti del Terzo Settore (cooperative sociali, organizzazioni del volontariato, associazioni, fondazioni, organizzazioni non governative, etc.) al posto dello Stato, a cui spetta la funzione di *regolamentazione dei servizi* (più o meno ferrea a seconda dei modelli di "sussidiarietà orizzontale" in vigore nei paesi). Nei contesti più evoluti

<sup>8</sup> C. MONTESI – S. MENEGON, *Partecipazione femminile al mercato del lavoro, modelli europei di welfare e politiche amichevoli per le famiglie*, in *Transizione università-lavoro e occupazione giovanile*, P. Grasselli – M. Signorelli (cur.), FrancoAngeli, Milano 2010, pp. 235-270.

<sup>9</sup> S. ZAMAGNI, *L'evoluzione dell'idea di welfare: verso il welfare civile*, «Ubimino» V (2016), pp. 2-3.

di *Welfare civile*, lo Stato *co-progetta i servizi* insieme alle diverse organizzazioni del Terzo Settore ed alle imprese private (si parla in questo caso di “sussidiarietà circolare”). Ma al di là di tutte le possibili forme di collaborazione tra Stato, imprese private e Terzo Settore (che possono aprirsi anche al contributo dei cittadini/utenti) per la pianificazione/progettazione/erogazione/valutazione di servizi, si può assistere anche a forme più semplici di collaborazione tra associazioni di famiglie, associazioni di cittadini e/o organizzazioni di volontariato e il servizio pubblico, che si esplicano attraverso una funzione di critica, di pungolo, di proposta nei confronti di quest’ultimo.<sup>10</sup> Parallelamente alla crescita del *Welfare civile* si stanno anche sviluppando gruppi *informali* di mutuo-aiuto tra persone e/o di condivisione *gratuita* di beni e/o servizi in cui i cittadini, sempre illuminati dallo spirito del dono, si trasformano in ideatori e realizzatori attivi di soluzioni condivise a problemi comuni (*Welfare relazionale generativo*).

Infine non si può non rilevare che valori ed atteggiamenti altruistici sono strettamente necessari al funzionamento di qualsiasi organizzazione (e, a maggior ragione, sono indispensabili anche al funzionamento delle organizzazioni pubbliche) ed alla erogazione dei servizi pubblici. Questi, proprio per la loro natura di “servizi” e per la loro strategicità per la vita delle persone, per la legalità di un paese e per la prosperità di una nazione, richiedono da parte dei *civil servants* la messa in gioco di un surplus di dono e di etica rispetto alla mera “cultura dell’adempimento”.<sup>11</sup>

### 3. Il rapporto tra il dono ed il mercato

**A**nalizzato, entro la socialità secondaria, il binomio Stato/dono nella sua stimolante dialettica, non rimane che affrontare, in questo stesso ambito, la questione della *pacifica coesistenza tra dono e mercato*, due polarità che, seppur siano guidate da principi differenti (rispettivamente *reciprocità* e *scambio di mercato*), intessono tra loro una relazione di *fertilizzazione incrociata*.<sup>12</sup> Anche in questo caso, confutan-

<sup>10</sup> P. GRASSELLI – C. MONTESI (cur.), *L'associazionismo familiare in Umbria. Cura dono ed economia del bene comune*, FrancoAngeli, Milano 2013; C. MONTESI, *Associazionismo familiare e welfare delle relazioni*, in «Quaderni di Economia Sociale», I (2014), pp. 16-21.

<sup>11</sup> C. MONTESI, *Le sorgenti della legalità*, «Rassegna Economica» I (2019), pp. 143-163.

<sup>12</sup> C. MONTESI, *Dono ed economia: inconciliabilità o fertilizzazione incrociata?*, in *Il Dono. Valore di legame e valori umani. Un dialogo interdisciplinare*, G. Faldetta – S. Labate (cur.), Di Girolamo Editore, Trapani 2014, pp. 207-230.

do criticamente l'impostazione dell'economia neoclassica che ipotizza la netta cesura tra economia e società, si può dimostrare la non estraneità del dono al mercato, ma anzi la sua conciliabilità con esso.<sup>13</sup>

Il dono, secondo la prospettiva dell'Economia Civile, è addirittura il presupposto del mercato in quanto le pratiche donative favoriscono la coesione sociale e la "buona società" rende più facile la nascita al suo interno del mercato che, proprio in virtù di questo sostrato, assume un volto più umano ed inclusivo.<sup>14</sup> Le relazioni di mercato, in questo nuovo orizzonte ermeneutico, si configurano come rapporti di mutuo vantaggio che cementano comunità piuttosto che come interazioni tra individui isolati tese al mero perseguimento dell'interesse personale.<sup>15</sup>

I mercati non sono allora quelle entità autonome ed astratte, totalmente avulse dai contesti storici, sociali, culturali e territoriali, tramandate dagli economisti neoclassici;<sup>16</sup> non sono quelle entità così facilmente prevedibili in quanto regolate da leggi universali ed eterne simili a quelle della meccanica newtoniana magnificate dagli economisti neoclassici; non sono quelle entità infallibili sempre in grado, se-

<sup>13</sup> L. BRUNI, *Reciprocità. Dinamiche di cooperazione economia e società civile*, Bruno Mondadori, Milano 2006; L. BRUNI, *Il prezzo della gratuità*, Città Nuova, Roma 2006; L. BRUNI, *Gratuità e relazioni umane nella tradizione della scienza economica*, in *Oltre la società degli individui. Teoria ed etica del dono*, F. Brezzi – M.T. Russo (cur.), Bollati Boringhieri, Torino 2011, pp. 131-161; S. ZAMAGNI, *Gratuità e agire economico: il senso del volontariato*, «Working Paper» IX (2005), pp. 1-19; S. ZAMAGNI, *Dono gratuito e vita economica*, in *Oltre la società degli individui. Teoria ed etica del dono*, F. Brezzi – M.T. Russo (cur.), Bollati Boringhieri, Torino 2011, pp. 111-130; S. ZAMAGNI, *Economia del Dono*, in *Del cooperare. Manifesto per una nuova economia*, Feltrinelli, Milano 2012, pp. 51-72; S. ZAMAGNI, *Il dono come gratuità in economia*, in *Dono, dunque siamo*, G. Cogoli (cur.), Utet, Torino 2013, pp. 99-129.

<sup>14</sup> Senza un'apertura incondizionata all'Altro, fatta con la speranza che l'Altro possa ricambiare, senza un dono originario di fiducia, nessun contratto potrebbe essere siglato perché la mutua diffidenza paralizzerebbe le transazioni tra le parti ed i mercati non potrebbero nemmeno nascere. L. BRUNI – S. ZAMAGNI, *Economia Civile. Efficienza, Equità, Felicità pubblica*, Il Mulino, Bologna 2004; EAD., *Dizionario di Economia Civile*, Città Nuova, Roma 2009; EAD., *L'Economia Civile. Un'Altra idea del mercato*, Il Mulino, Bologna 2015; L. BECCHETTI, *Wikieconomia. Manifesto dell'Economia Civile*, Il Mulino, Bologna 2014; L. BECCHETTI – L. BRUNI – S. ZAMAGNI, *Microeconomia. Un testo di Economia Civile*, il Mulino, Bologna 2014; C. MONTESI, *Il Paradigma dell'Economia Civile. Radici storiche e nuovi orizzonti*, Umbria Volontariato Edizioni, Terni 2016.

<sup>15</sup> R. SUDGEN, *The Community of Advantage*, Oxford University Press, Oxford 2018.

<sup>16</sup> F. MARZANO, *Economia, politica, etica nel dispiegarsi del pensiero occidentale*, Marcianum Press, Venezia 2019.

condo gli economisti neoclassici, di funzionare perfettamente e capaci di auto-riequilibrarsi a fronte di forti shock economici o, a maggior ragione, a fronte di perturbazioni più lievi.<sup>17</sup>

I mercati sono al contrario realtà complesse e sistemiche, sono realtà incastonate nelle società e in “luoghi” precisi;<sup>18</sup> sono realtà condizionate dalla “dipendenza di sentiero” segnata dalla Storia pregressa; sono realtà regolate non solo dalle leggi di mercato, ma anche dalle norme legali, sociali, morali; sono realtà disciplinate pure da altre istituzioni (Stato, Autorità indipendenti, Organizzazioni sovranazionali, etc.) che intervengono a prevenire/curare i loro fallimenti; sono realtà che risentono perfino degli influssi dettati dalla religione e dalla spiritualità.<sup>19</sup> A tal proposito l'Economia Civile individua nella spiritualità del monachesimo benedettino e francescano, oltretutto nell'Umanesimo Civile italiano e nell'Illuminismo napoletano e milanese, le sue radici storiche.<sup>20</sup> Alle figure ormai “classiche” appartenenti alla matrice spirituale cristiana della Economia Civile si è recentemente aggiunta quella di Santa Teresa di Gesù.<sup>21</sup>

<sup>17</sup> C. MONTESI, *Pubblico, privato, comune. Lezioni dalla crisi globale*, «La Rivista delle Politiche Sociali» IV (2010), pp. 137-160.

<sup>18</sup> M. AUGÈ, *Nonluoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano 2009; C. MONTESI, *Luoghi o non luoghi? Città, relazioni sociali e risvolti economici*, «Studi Economici e Sociali» IV (2013), pp. 37-56.

<sup>19</sup> C. MONTESI, *La prospettiva spirituale nell'evoluzione dei sistemi economico-sociali*, «Studi Economici e Sociali» III (2011), pp. 25-44; C. MONTESI, *Religioni ambiente e sviluppo economico*, «Economia e Ambiente» III (1998), pp. 27-33; B.S. ZORZI – N. BRESCIANINI, *Politica ed Economia. Uno sguardo spirituale*, San Paolo, Cinisello Balsamo 2014. Per quanto riguarda l'influenza della religione islamica sull'economia islamica e per i punti di contatto esistenti tra Economia Civile ed Economia Islamica vedi C. MONTESI, *Economia islamica ed Economia civile: le due metà del mito platonico del Simposio*, «Quaderni di Economia Sociale» II (2017), pp. 8-17.

<sup>20</sup> L. BRUNI – A. SMERILLI, *Benedetta Economia*, Città Nuova, Milano 2008.

<sup>21</sup> Santa Teresa d'Avila è stata non solo una grande mistica, una maestra di preghiera e di vita spirituale, Dottore della Chiesa, ma anche una donna forte, anticonformista ed attiva che, proprio grazie al connubio tra contemplazione ed azione, è stata riformatrice sociale, fondatrice di un nuovo ordine religioso (quello delle Carmelitane e dei Carmelitani Scalzi) con i relativi conventi (la cui *governance* aveva un marcato connotato di genere), manager, sapiente negoziatrice, grande amante dei libri, scrittrice. Vedi C. MONTESI, *Teresa “economista civile”*, in *Teresa tra azione e contemplazione. Festival della spiritualità teresiana* (Terni, gennaio-ottobre 2015), C. Montesi – B.G. Velassery (cur.), Edizioni OCD, Roma 2017, pp. 315-356; C. MONTESI – A. CORSI – R.M.C. MASTRACCHIO CROCELLI, *Le fondazioni di Teresa di Gesù*, in *Teresa tra azione e contemplazione. Festival della spiritualità teresiana* (Terni, gennaio-ottobre

Il dono non è però soltanto prezioso per la nascita del mercato, ma è anche utile al suo funzionamento in quanto funge da fluidificatore degli scambi. Infatti il dono nel creare/rafforzare i legami sociali attraverso la produzione di beni relazionali, genera relazioni fiduciarie tra persone (il cosiddetto *capitale sociale*) che abbassano i costi di transazione del mercato. La fiducia serve inoltre a prevenire i fallimenti del mercato dovuti ad asimmetrie informative, incompletezza contrattuale, incertezza, opportunismo. La società civile può quindi svolgere, secondo l'Economia Civile italiana, un benefico ruolo per il mercato grazie alla concatenazione di cause/effetti già illustrata: dono relazionale → creazione di beni relazionali → formazione di capitale sociale → avvento del mercato "civile" ed eliminazione/riduzione dei suoi attriti grazie al capitale sociale che si è già accumulato o che è in corso di formazione tramite le pratiche donative. Ma la fertilizzazione tra mercato e società può avvenire, secondo l'Economia Politica inglese (Adam Smith), anche in senso inverso: procedendo dal mercato alla società. Il mercato consente infatti agli individui di potersi liberare, per il soddisfacimento dei propri bisogni, dalla ferrea dipendenza da legami sociali (di famiglia, di clan, di villaggio/comunità) che non sono stati scelti e che possono talvolta risultare oppressivi. In questa prospettiva è il mercato che fertilizza la società perché permette di affrancare gli individui dalle vischiosità del *comunitarismo* che esige l'effettuazione di doni obbligati e che impone sacrifici soltanto a determinati soggetti sociali (il più delle volte alle donne).

Il disvelamento delle virtù del dono all'interno del mercato, vera

2015), C. Montesi – B.G. Velassery (cur.), Edizioni OCD, Roma 2017, pp. 357-381; C. MONTESI, *Teresa e le fragilità umane e sociali*, in *Teresa tra azione e contemplazione. Festival della spiritualità teresiana* (Terni, gennaio-ottobre 2015), C. Montesi – B.G. Velassery (cur.), Edizioni OCD, Roma 2017, pp. 443-450; C. MONTESI, *A Lesson of Civil Economy by Saint Teresa of Avila in crisis time*, in *Santa Teresa de Jesus Maestra de Vida*. Atti del Congresso Internazionale (Centro de Congresos Lienzo Norte, Avila, Spain, 1-3 agosto 2015), I. Perez Cuenca – I. Abradelo de Usera – T. Cid Vazquez (cur.), Servicio de Publicaciones Universidad Catolica de Avila, Avila 2015, pp. 793-809; C. MONTESI, *La sobrietà al tempo della crisi: la lezione di Teresa d'Avila*, «Rivista di Vita Spirituale» III (2014), pp. 285-313; C. MONTESI, *Teresa manager illuminata*, in *El Libro de Las Fundaciones de Santa Teresa de Jesus*. Atti del III Congresso Internazionale Teresiano (Avila, Spagna, 27 agosto-2 settembre 2012), F.J. Fermin – R. Londono Cuartas (cur.), Universidad de la Mistica-CITeS, Avila 2012, pp. 345-370; C. MONTESI – M. ANDREANI, *S. Teresa d'Avila: grandezza spirituale ed influenza sulla Chiesa e sulla società*, «Nuova Economia e Storia» III (2011), pp. 37-62.



conquista teorica dell'Economia Civile, e la scoperta della fertilizzazione incrociata tra mercato e società, che getta un ponte tra Economia Civile ed Economia Politica nel segno della complementarità, deve avvenire nella consapevolezza che si tratta di abbattere un vero e proprio tabù che vige nel capitalismo, quello della gratuità:

*La gratuità è il principale tabù del capitalismo.* La teme come il pericolo più grande, perché se la lasciasse correre liberamente nei suoi territori ne verrebbe contagiato e il suo veleno ne decreterebbe la morte, oppure – ed è la stessa cosa – lo trasformerebbe in qualcosa di sostanzialmente diverso [...] il dono è trasgressivo e libero ovunque, ma *nell'ambito economico i suoi effetti sarebbero particolarmente devastanti. Perché spezzerebbe le regole dei contratti, minerebbe la gerarchia.* Se le imprese accettassero e accogliessero il registro del dono-gratuità, si ritroverebbero con persone ingestibili, imprevedibili, capaci di azioni non controllabili dalle gerarchie e dagli incentivi, perché libere veramente. Avrebbero a che fare con lavoratori che seguirebbero le proprie motivazioni intrinseche, che travalicherebbero i limiti del contratto – che sono troppo stretti e piccoli per contenere la forza eccedente del dono [...] E se poi i responsabili delle imprese riconoscessero questo dono come tale, se quindi diventassero riconoscenti nei confronti dei loro colleghi e dipendenti, si creerebbero nelle imprese quei legami forti che sono i tipici frutti dei doni riconosciuti, accettati, ricambiati. E così la gerarchia cambierebbe, diventerebbe fraterna [...].<sup>22</sup>

Dato il potenziale eversivo della gratuità, i doni “ufficiali”, ovvero quei doni di varia natura che vengono agiti *pubblicamente* nell'impresa e/o che vengono effettuati dall'impresa capitalistica alla comunità, sono “dosati” e sono “governati” con prudenza o, in alternativa, sono ricondotti nell'alveo del contratto (prevedendo ad esempio incentivi al posto dei premi).<sup>23</sup> Ma oltre ai doni “ufficiali”, molti altri doni informali sono rintracciabili nell'impresa, anche se operano più tacitamente al suo interno, con ricadute positive sul capitale umano, sul capitale organizzativo, sul capitale relazionale e sulla capacità competitiva dell'azienda.<sup>24</sup>

<sup>22</sup> L. BRUNI, *Capitalismo infelice. Vita umana e religione del profitto*, Giunti, Firenze 2018, p. 95 e pp. 99-100 (corsivo mio).

<sup>23</sup> C. MONTESI, *The importance of Awards*, in *Youth Employment and Innovation*, M. Pagliacci – C. Montesi (cur.), Umbria Volontariato Edizioni, Terni 2018, pp. 17-27.

<sup>24</sup> C. MONTESI, *Dare, ricevere, ricambiare: il paradigma del dono come alternativa antropologica ed economica*, in *L'interpretazione dello spirito del dono*, P. Grasselli – C. Montesi (cur.), FrancoAngeli, Milano 2008, pp. 95-99.

Il passaggio dall'impresa irresponsabile (*shareholder model*) a quella socialmente responsabile (*stakeholder model*) e la transizione dalla impresa socialmente responsabile all'impresa "civile",<sup>25</sup> che trova il suo archetipo ideale nel modello aziendale di Adriano Olivetti,<sup>26</sup> non è comunque automatico né scontato,<sup>27</sup> ma tortuoso a causa dei contraddittori segnali che provengono dal settore delle imprese.<sup>28</sup> La presenza del dono a livello microeconomico non è però riscontrabile soltanto nelle imprese capitalistiche che hanno adottato la corporate *social responsibility* o nelle imprese "civili" o negli "ibridi organizzativi" (*benefit corporation*, impresa sociale) o nella impresa "cooperativa", perché il dono è alla radice anche del variegato mondo delle organizzazioni non profit, alcune delle quali operano sul mercato in modo efficiente al pari di altre forme di impresa.

#### 4. *Le diverse tipologie di dono*

Come dimostrato dai teorici del Mauss,<sup>29</sup> dagli esponenti della Economia Civile, dagli studiosi dei distretti industriali e dei sistemi produttivi locali, nel processo di "costruzione sociale del mercato", che avviene all'insegna del dono *relazionale*, si generano/consolidano relazioni umane e si costruiscono/rafforzano identità soggettive grazie al mutuo riconoscimento dei doni ed alla loro libera restituzione all'interno del "sistema" del dono che è costituito da tre momenti: dare-rice-

<sup>25</sup> L. BRUNI, *L'impresa civile. Una via italiana all'economia di mercato*, Università Bocconi, Milano 2009; C. MONTESI, *Il Paradigma dell'Economia Civile. Radici storiche e nuovi orizzonti*, Umbria Volontariato Edizioni, Terni 2016, pp. 90-93.

<sup>26</sup> C. MONTESI, *Adriano Olivetti: an Italian Story of successful university-industry symbiosis*, in *Management and Governance of The University of The Future. Research on Competitiveness, Globalisation and Development*. Atti della XXIV Conference Scientifique Internazionale du Réseau PGV (Cracovia, Polonia, 20-21 settembre 2018), C. Martin – L. Sulkowski (cur.), Mazowieckie Centrum Poligrafii, Spoleczna Akademia Nauk-University of Social Science 2018, pp. 189-208.

<sup>27</sup> C. MONTESI, *Un confronto comparato tra differenti business ethics nella prospettiva del bene comune*, in *Idee e metodi per il bene comune*, P. Grasselli (cur.), FrancoAngeli, Milano 2009, pp. 112-131; C. MONTESI, *Impresa civile, bene comune, tempi di vita e di lavoro*, in *L'impresa e la sfida del bene comune*, P. Grasselli (cur.), FrancoAngeli, Milano 2011, pp. 123-146.

<sup>28</sup> S. ZAMAGNI, *Impresa responsabile e mercato civile*, Il Mulino, Bologna 2013, pp. 57-83; S. ZAMAGNI, *Responsabili. Come civilizzare il mercato*, Il Mulino, Bologna 2019, pp. 73-114.

<sup>29</sup> Movimento Antiutilitarista delle Scienze Sociali.

vere-ricambiare.<sup>30</sup> Di qui l'importanza di investigare il contributo che il dono, nelle sue *diverse tipologie*, può arrecare alla vita economica ed associativa nelle sue varie forme organizzative, tenendo conto, nella elaborazione di questa tassonomia, che non tutte le tipologie di dono riescono a sprigionare benefici effetti sul mercato e che alcune tipologie di dono sono invece fin troppo complici con le logiche del mercato.<sup>31</sup> Le diverse tipologie di dono sono schematicamente riassumibili in:  *dono rivalistico, dono convenzionale, dono puro, dono strumentale, dono relazionale*.

### *Il dono rivalistico*

Il dono è stato originariamente ricondotto dagli antropologi a strumento di competizione posizionale tra individui nelle società *arcaiche* caratterizzate dal triplice *obbligo* di dare, ricevere, restituire.<sup>32</sup> Nelle società arcaiche si compete in generosità per dimostrare il proprio valore ed il proprio prestigio al fine di accedere egoisticamente al *potere*. Il dono diventa uno strumento alternativo alla guerra per dirimere i conflitti ed assoggettare i nemici. Il dono crea alleanze ed è il modo meno cruento per suggellare dei legami. Il dono in questo caso costruisce relazioni sociali che però sono relazioni di *potere*, perché istituiscono una gerarchia.<sup>33</sup> Tre sono le dimensioni del dono rivalistico arcaico:  *dono sincronico* tra pari che consiste nel donare le donne in sposo ai nemici per costruire alleanze;  *dono diacronico* che consiste nel dono dei figli da parte delle donne date in sposo ai nemici che proietta nel futuro l'alleanza tra comunità diverse rinsaldando il

<sup>30</sup> A. CAILLÉ, *La Quête de reconnaissance – Nouveau phénomène social*, Éditions La Découverte, Paris 2007.

<sup>31</sup> C. MONTESI, *L'interpretazione dello spirito del dono: le diverse concezioni*, in *I beni relazionali negli scambi sociali ed economici. Il dono tra interesse egoistico ed altruismo puro*, A. Lombardi (cur.), FrancoAngeli, Milano 2010, pp. 23-36; S. LABATE, *La verità buona. Senso e figure del dono nel pensiero contemporaneo*, Cittadella Editrice, Assisi 2004.

<sup>32</sup> M. MAUSS, *Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Einaudi, Torino 2002, ed. or. 1923; P. BOURDIEU, *Selections from The Logic of Practise*, in *The Logic of Gift. Toward and Ethic of Generosity*, A.D. Schrifft (cur.), Routledge, New York 1997, pp. 190-230.

<sup>33</sup> C. LÉVI-STRAUSS, *Introduzione all'opera di Marcel Mauss* in *Teoria generale della magia e altri saggi*, M. Mauss, Einaudi, Torino 1965, XV-LIV, ed. or. 1950; B. MALINOWSKI, *Argonauti del Pacifico occidentale*, Newton Compton, Roma 1978, ed. or. 1922.

patto tra generazioni;  *dono alle divinità* che consiste in una forma di riconoscimento della comune appartenenza ad uno stesso ordine cosmico ed in una forma di ringraziamento alle divinità.

### *Il dono convenzionale*

Una variante più moderna del dono arcaico obbligato è il dono convenzionale o rituale, detto anche  *regalo*. In questo caso il dono non è una libera scelta, ma è imposto dalle norme/convenzioni sociali, anche se la cogenza del dono è meno pressante che nella società arcaiche. I doni vengono fatti per rispettare i valori dettati dalla società (culturalismo), per osservare delle regole prescritte dalla società (strutturalismo), per assolvere a delle funzioni previste dalla società (funzionalismo). Questa è la concezione di dono più organica al consumismo delle società contemporanee che impone la corsa all'acquisto di doni in occasione di determinate ricorrenze (vedi i doni di Natale), asserendo il dono al mercato.

### *Il dono puro*

Nelle società  *moderne* il dono diventa, a differenza di quanto accade nelle società arcaiche, un gesto  *libero*, ma si avverte la necessità di differenziarlo nettamente dalla scambio di mercato, finendo così per farlo diventare una intransigente espressione di altruismo "puro".<sup>34</sup> Per questo motivo il dono puro deve possedere requisiti stringenti: deve essere un atto  *disinteressato* (non mosso dalla ragione calcolatrice),  *gratuito* (eseguito senza aspettative di restituzione),  *unilaterale* (che procede a senso unico dal donatore al donatario),  *discontinuo* (isolato nel senso che si incentra solo sul momento del dare). Tutte queste caratteristiche del dono puro, che devono essere soddisfatte simultaneamente, ribadiscono la non circolarità del dono, ma sono requisiti talmente "eroici" da dover essere rispettati da rendere impossibile la sua esistenza nel mondo reale. Questa è la paradossale conclusione a cui sono giunti due filosofi francesi J.Derrida e J.L.Marion.<sup>35</sup> Tuttavia

<sup>34</sup> S. ZANARDO,  *Il legame del dono*, Vita e Pensiero, Milano 2007.

<sup>35</sup> J. DERRIDA,  *Donare il tempo e la moneta falsa*, Bollati Boringhieri, Torino 1996; J.L. MARION,  *Dato che. Saggio per una fenomenologia della donazione*, Sei, Torino 2001, ed. or. 1997.

la concezione del dono puro ha avuto maggior fortuna di quella del dono relazionale, che è basato sulla aspettativa di restituzione, per tre motivi.

Il primo motivo è che il dono puro, per il fatto di essere così adamantino, è più attraente al senso comune rispetto al dono relazionale che è invece intriso di ambiguità. Il dono relazionale presuppone infatti reciprocità e questa esigenza può infastidire per due ragioni: la prima è che il dono crea dipendenza, ovvero il dono che ci fa piacere ricevere ci mette però nello stesso tempo in balia dell'altro<sup>36</sup> e, se non si è nella condizione di poter reciprocare, ci può anche umiliare<sup>37</sup> alimentando risentimento (in diverse lingue la parola dono è la stessa che veleno); la seconda ragione è che la reciprocità può essere facilmente confusa con lo scambio di mercato ed il dono essere quindi percepito come "inquinato". In realtà ci sono molti elementi di differenziazione tra scambio di mercato e reciprocità. Nel caso della reciprocità sussiste la libertà di poter non contraccambiare, vige il non rispetto dell'equivalenza nella restituzione, vale l'assunto che la restituzione possa essere differita nel tempo e non debba essere necessariamente istantanea come avviene nello scambio di mercato.

Il secondo motivo per cui il dono puro è preferito al dono relazionale è che esso è stato abbracciato da tutte le grandi religioni monoteistiche occidentali (cristianesimo, islamismo, ebraismo), fatto questo che ha contribuito alla sua più ampia diffusione e legittimazione. Queste tre religioni hanno avuto il pregio di aver *universalizzato* il dono nel senso che hanno teorizzato la necessità di fare doni anche agli sconosciuti, agli stranieri e perfino ai nemici (con un passaggio dal dono al perdono); di aver *radicalizzato* il dono ammettendo anche il sacrificio estremo di sé per la propria fede (il martirio); di aver *sentimentalizzato* il dono nel senso di aver teorizzato il dono come frutto di Amore per il prossimo e di aver sancito il primato dell'ἀγάπη (l'amore sublime incondizionato ed unilaterale) su ἔρωσ (l'amore tra

<sup>36</sup> A. CAILLÉ, *Note sul paradigma del dono*, in *L'interpretazione dello spirito del dono*, P. Grasselli – C. Montesi (cur.), FrancoAngeli, Milano 2008, pp. 32-33; A. CAILLÉ, *Lo spirito del dono e del contro-dono: un nuovo tipo di pensiero*, in *I beni relazionali negli scambi sociali ed economici. Il dono tra interesse egoistico ed altruismo puro*, A. Lombardi (cur.), FrancoAngeli, Milano 2010, pp. 50-51.

<sup>37</sup> S. ZAMAGNI, *L'economia delle relazioni umane: verso il superamento dell'individualismo assiologico*, in *Complessità relazionale e comportamento economico*, P.L. Sacco – S. Zamagni (cur.), Il Mulino, Bologna 2002, p. 115.

partner) e su φιλία (l'amore amicale), che sono invece forme di amore fondate sulla reciprocità e sulla predilezione.

Il terzo motivo per cui il dono puro è preferito al dono relazionale è che esso sembra il punto di approdo finale della storia *sociale* del dono, che ha visto storicamente il passaggio dal *dono arcaico* al *dono di classe* al *dono moderno*, quest'ultimo caratterizzato, rispetto ai precedenti, da maggiore libertà, da maggiore estensione (la cerchia dei donatari si allarga passando dai parenti agli sconosciuti), da più marcata unilateralità.<sup>38</sup>

### *Il dono strumentale*

Sempre nell'ambito delle concezioni di dono che non sono in grado di creare una relazione sociale autentica tra persone inscriviamo il dono strumentale che si tinge di utilitarismo. Il dono strumentale è quel dono che viene fatto, con ottica di calcolo, per conseguire un secondo fine. In questo caso il dono serve solo per mascherare il perseguimento dell'interesse personale. Il dono strumentale si ammanta dunque di ipocrisia dato che vi è un interesse egoistico a comportarsi altruisticamente.

### *Il dono relazionale*

Alternativamente alle visioni strumentali, convenzionali, puriste, il dono è stato interpretato da altri studiosi come un costruttore *universale* di legami sociali, acquisendo in questo compito anche un valore simbolico.<sup>39</sup> Si tratta del dono *relazionale*, ovvero di quel dono che al momento della sua effettuazione auspica reciprocità e che, il più delle volte, la comporta anche di fatto. La reciprocità, a differenza di

<sup>38</sup> Nell'epoca contemporanea, ribattezzata dalla filosofa della politica Elena Pulcini come "era dell'individualismo illimitato", non deve stupire la crescita di importanza di doni che vengono effettuati non più a soggetti collettivi, ma a singoli individui e che non instaurano relazioni tra individui come ad esempio la filantropia, l'elemosina, l'invio di denaro tramite messaggio telefonico in occasione di calamità naturali. Vedi E. PULCINI, *L'individuo senza passioni. Individualismo moderno e perdita del legame sociale*, Bollati Boringhieri, Torino 2001. Sulla storia sociale del dono vedi C. MONTESI, *Dono ed economia: inconciliabilità o fertilizzazione incrociata?* in *Il Dono. Valore di legame e valori umani. Un dialogo interdisciplinare*, G. Faldetta – S. Labate (cur.), Di Girolamo Editore, Trapani 2014, pp. 216-219.

<sup>39</sup> A. CAILLÉ, *Il terzo paradigma. Antropologia filosofica del dono*, Bollati Boringhieri, Torino 1998.

quanto accade nel dono arcaico, è però *libera* ed è cosa diversa dallo scambio di mercato.<sup>40</sup> Il dono relazionale edifica quindi la comunità. La parola comunità deriva, secondo il filosofo Roberto Esposito, da *cum* (l'essere in comune) e da *munus* che significa dono (non è però il dono che si riceve, ma è il dono che si dà per contraccambiare, è il dono relazionale).<sup>41</sup> La comunità inizia proprio là dove finisce il "proprio". Ciò che la *communitas* condivide non è allora una proprietà o una appartenenza (di sangue o di suolo). Non è un "avere", ma al contrario un "dono-da-dare". Il soggetto per entrare a far parte nella comunità deve quindi uscire da sé, deve donarsi. La comunità si fonda *sull'essere in una relazione di dono reciproco*, che può esprimersi anche nel prendersi cura delle persone e dei luoghi, tanto più che come esseri umani siamo tutti accumulati, secondo lo psichiatra E. Borgna, da una stessa condizione di fragilità universale (che investe anche il pianeta).<sup>42</sup> La parola *munus* aveva in Latino anche il significato di servizio, impegno, dovere. La comunità è quindi un insieme di persone tutte unite da una responsabilità di cura.<sup>43</sup>

Dilatando questa concezione relazionale di dono da un orizzonte sociale ad un orizzonte filosofico, il dono è stato pensato da alcuni filosofi non soltanto come il fondamento della vita associativa, ma anche della stessa esistenza-essenza umana, ovvero come il sostrato della *persona*, le cui caratteristiche essenziali sono la relazionalità e l'apertura empatica all'Altro.<sup>44</sup> In questa accezione il dono diventa,

<sup>40</sup> Per le differenze tra scambio di mercato e reciprocità vedi C. MONTESI, *Per dare un cuore all'economia*, «Il Pensiero Economico Moderno» II (2000), pp. 37-38. Oltre alla classica reciprocità diadica o simmetrica, gli studiosi inquadrano i doni apparentemente unilaterali nella reciprocità generalizzata che può essere, a sua volta, a rete o a catena aperta. Vedi C. MONTESI (2007), *I paradossi della gratuità in economia*, in *Economia e concezioni dell'uomo*, P. Grasselli (cur.), FrancoAngeli, Milano 2007, pp. 75-76.

<sup>41</sup> R. ESPOSITO, *Communitas. Origine e destino della comunità*, Einaudi, Torino 2006, pp. X-XIV.

<sup>42</sup> E. BORGNA, *La fragilità che è in noi*, Einaudi, Torino 2014.

<sup>43</sup> E. PULCINI, *La cura del mondo. Paura e responsabilità nell'età globale*, Bollati Boringhieri, Torino 2009.

<sup>44</sup> Il filosofo P. Ricœur intende la persona come un individuo caratterizzato da stima di sé, sollecitudine verso l'Altro, vita compiuta, con e per gli altri, all'interno di istituzioni giuste. P. RICŒUR, *La persona*, Morcelliana, Brescia 1993; M. MOSCHINI, *La persona recuperata: visione, progetto, profezia e concretezza*, in *Economia e Persona*, P. Grasselli – M. Moschini (cur.), Vita e Pensiero, Milano 2007, pp. 63-82; M. MOSCHINI, *Il dono testimone della relazione personale e societaria. Suggestioni e riflessioni*, in *L'interpretazione dello spirito del dono*, P. Grasselli – C. Montesi (cur.), FrancoAngeli, Milano 2008, pp. 47-58.

attraverso i meccanismi del riconoscimento/riconoscenza mediante i quali opera nel mondo, possibilità esistenziale di pensare e rapportarsi al prossimo in termini di Alterità ai fini della costruzione della propria identità e della costruzione di una società più fraterna.<sup>45</sup>

### 5. *Le quattro dimensioni del dono*

Dalla esistenza di una pluralità di doni, con caratteristiche così diverse gli uni dagli altri, si evince che il dono è un *mix di obbligo e libertà*. Infatti da un lato si fanno doni per rispettare i valori, le regole, le funzioni assegnate a ciascuno dalla società, ma fortunatamente non esiste solo la dimensione dei *doni convenzionali*, altrimenti si scadrebbe nella ritualità; dall'altro lato si fanno doni anche spontaneamente, essendo il dono il regno della creatività, della sorpresa, dell'imprevedibile.<sup>46</sup> Va però precisato che se i doni fossero lasciati solamente al registro della libertà, ovvero se non fossero almeno per una quota parte codificati da norme sociali, essi sarebbero condannati all'insignificanza sociale.

Il dono è anche un *mix di interesse e disinteresse*, di interesse per sé e di interesse per l'Altro, di egoismo e di amorevolezza per gli altri. Questo può desumersi dal fatto che se il dono fosse solamente auto-interessato rientrerebbe nella categoria del *dono strumentale* che non potrebbe creare una relazione autentica tra persone (come invece è in grado di generare il *dono relazionale*); se d'altro canto il dono fosse unicamente disinteressato (come accade nel caso del *dono puro*) esso potrebbe sfociare nella dimensione sacrificale che è infeconda da un punto di vista sociale perché eccessivamente oblativa (comportando addirittura l'annullamento del sé per gli altri).

Le diverse tipologie di dono consentono di validare empiricamente la bontà di una teoria anti-utilitarista dell'azione umana, che rappresenta l'agire umano in modo assai più realistico e meno unidimensionale

<sup>45</sup> I donatori possono da un lato affermare la propria identità nel personalizzare secondo il loro gusto il dono che fanno al donatario e, dall'altro, possono riconoscere l'identità del donatario facendogli appunto un dono. I donatori sono a loro volta riconosciuti dal donatario al momento della accettazione del loro dono. P. RICŒUR, *Percorsi del riconoscimento*, Raffaello Cortina Editore, Milano 2005.

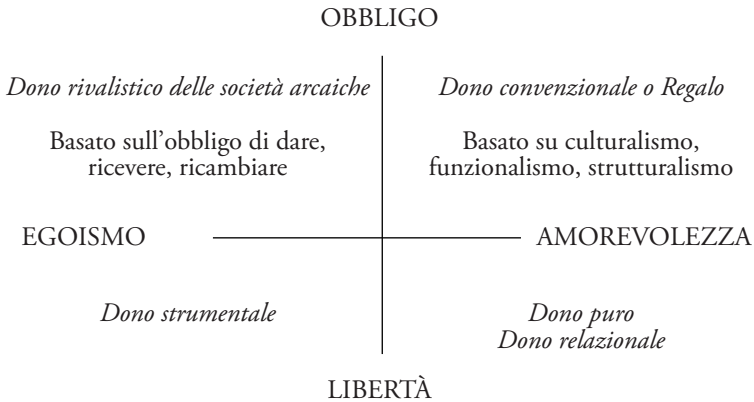
<sup>46</sup> Con il dono ci si ricollega al flusso della vita ed alla sua incertezza/indeterminatezza, sfuggendo al determinismo ed alla prevedibilità del mercato (che nella visione neoclassica è governato da leggi universali) e dello Stato (ove l'obbedienza alle leggi è scontata).



di quanto abbia fatto l'economia neoclassica (per la quale ogni gesto è espressione solo di libertà/egoismo).<sup>47</sup> Le varie tipologie di dono possono essere collocate in base alle loro caratteristiche entro un diagramma cartesiano, all'incrocio di quattro quadranti, ai poli del quale si possono collocare le quattro dimensioni di: *egoismo*, *amorevolezza per gli altri*, *obbligo*, *libertà*. Ciascuna azione donativa può essere un mix, ad intensità variabile, di obbligo-amorevolezza; libertà-amorevolezza; libertà-egoismo; obbligo-egoismo.

I *doni convenzionali* si collocano nel quadrante caratterizzato dall'incrocio di obbligo-amorevolezza; i *doni puri* e i *doni relazionali* si inscrivono nel quadrante connotato dall'incrocio di libertà-amorevolezza; i *doni strumentali* si posizionano nel quadrante contraddistinto dall'incrocio di libertà-egoismo, i *doni rivalistici* si dispongono nel quadrante demarcato dall'incrocio di obbligo-egoismo (Fig.1).

Fig.1 Le diverse tipologie di dono



Fonte: elaborazione dell'Autrice

La sistematizzazione in un quadro unitario di tutte le varie tipologie di dono consente di comprendere non solo la pervasività, ma anche tutta la *forza del dono*, che emerge in tanti ambiti e comporta

<sup>47</sup> A. CAILLÉ, *Critica della ragione utilitaria*, Bollati Boringhieri, Torino 1991; A. CAILLÉ, *Theorie anti-utilitariste de l'action*, Editions La Découverte, Paris 2009; A. CAILLÉ, *Critica dell'homo oeconomicus*, Il Melangolo, Genova 2009.

tante conseguenze (per lo più positive). Si riesce così a capire come il dono sia un elemento essenziale di tutte le culture e di tutte le società che rispecchia le tradizioni, i costumi, le consuetudini vigenti in esse (dono convenzionale); come il dono sia il riflesso di una determinata spiritualità (dono puro); come il dono si adatti al mutamento sociale che volge all'affermazione di una società sempre più liquida (dono puro) o ad una società colonizzata dall'utilitarismo (dono strumentale); come il dono sia il paradigma del "politico-religioso" che costruisce alleanze tra gli uomini ed alleanze tra l'umano ed il divino (dono rivalistico); come il dono faccia da catalizzatore alle comunità (dono relazionale); come il dono sia il paradigma del "riconoscimento" e della "persona" che dispone alla "vita buona", all'etica delle virtù e ad un'etica cosmopolita (dono relazionale); come il dono sia il paradigma fondativo dell'"Economia Civile" (dono relazionale che, nell'edificare la "città" nel segno di una buona convivenza, costruisce anche un mercato "civile").

## 6. *Convivialismo ed Economia Civile*

A  
lain Caillé, il fondatore del MAUSS, ha recentemente teorizzato una nuova dottrina filosofica-politica che sintetizza e supera al tempo stesso quelle che hanno dominato il secolo scorso (liberalismo, socialismo, comunismo, anarchismo): il *convivialismo*.<sup>48</sup> Il convivialismo è l'arte di vivere insieme (*con-vivere*) che consenta agli esseri umani di prendersi cura gli uni degli altri e della Natura. Questa nuova dottrina è stata condensata in un manifesto, il "Manifesto del convivialismo" redatto dallo stesso Caillé e sottoscritto da numerosi intellettuali europei.<sup>49</sup> Non è possibile in questa sede entrare nel dettaglio del Manifesto, ma la nuova dottrina è nata nel tentativo di dare risposta alla seguente domanda: *quali devono essere le regole della vita in società per permettere agli umani di vivere insieme "contrapponendosi senza massacrarsi"?* (domanda che già si era posto Marcel Mauss alla fine del suo "Saggio sul dono").

<sup>48</sup> L'idea di una società conviviale era stata già elaborata da Ivan Illich nell'ambito della sua critica alla crescita economica illimitata. Vedi I. ILLICH, *La convivialità*, Boroli Editore, Milano 2005, ed. or. 1973.

<sup>49</sup> A. CAILLÉ, *Per un manifesto del convivialismo*, F. Fistetti (cur.), Pensa Multimedia, Lecce 2013.

Le strade indicate per risolvere il quesito sono state storicamente quattro:

– *proiezione dell'odio*: individuazione di un capro espiatorio generalmente identificato nel nemico/straniero che funge da vittima sacrificale;

– *introiezione dell'odio*: instaurazione da parte di una entità superiore o di un super-io collettivo di una gerarchia sociale in funzione del presunto valore degli individui in modo che l'odio si trasformi in deferenza verso i superiori e disprezzo verso gli inferiori;

– *esteriorizzazione oggettivata dell'odio nell'universo materiale*: perseguimento di una crescita economica illimitata che può fungere da “capro espiatorio al positivo” aumentando la ricchezza materiale, allargando i consumi, consentendo agli individui l'accumulazione anche di capitale simbolico;

– *dialettizzazione dell'odio*: ricorso al “sistema” del dono (basato sul circuito dare/ricevere/ricambiare) che trasforma il nemico in alleato (attraverso il dono *relazionale* che è un mix di obbligo/libertà e di egoismo/amorevolezza per gli altri).

Le prime tre strade non appaiono ormai più praticabili per diversi motivi (anche se quella della proiezione dell'odio sta rivivendo, in molti paesi, dopo il suo utilizzo da parte dei totalitarismi del XX secolo, una revival ad opera di quei governi del XXI secolo che inneggiano al sovranismo). La quarta strada, quella della dialettizzazione dell'odio, rimane ancora percorribile e rilancia la strategicità del paradigma del dono, che Caillé chiama Terzo Paradigma per distinguerlo dagli altri due che sono sempre stati imperanti, con fortune alterne a seconda delle fasi storiche, in campo sociologico (individualismo ed olismo). Secondo Caillé il paradigma del dono può rivelarsi fondamentale per risolvere i conflitti economico-sociali che si sono inaspriti a fronte della globalizzazione non regolamentata, delle crescenti disuguaglianze alimentate dal capitalismo finanziario e dal capitalismo patrimoniale, dell'avvento della quarta rivoluzione industriale, dei flussi migratori indotti dalle guerre, dalla povertà e dal mutamento climatico, della corsa all'accaparramento delle risorse naturali che diventano sempre più scarse a causa della crescita economica senza limiti perseguita fino a questo momento, della crisi ecologico-ambientale, della crisi del Welfare State, della stagnazione economica che attanaglia alcuni paesi occidentali e del sottosviluppo che continua invece a flagellare altri paesi. Nelle democrazie moderne occorre trovare un giusto equilibrio tra interesse per sé ed interesse per gli altri, tra diritti e doveri, tra

altruismo ed egoismo, per non scivolare in conflitti dovuti a corporativismi e a neo-feudalesimi che in tempi di crisi economica possono disgregare l'ordine sociale. Va altresì recuperato quel senso del "comune" e del "pubblico" che è stato immolato in nome di un individualismo senza limiti caldeggiato da decenni di ideologia neoliberista che ha avuto nell'*homo oeconomicus* inventato dall'economia neoclassica la sua antropologia (negativa) di riferimento. Il convivialismo è alla ricerca di un nuovo equilibrio tra economia, società e democrazia, in cui l'economia non si riduca alla crescita del Pil, ma punti alla ricerca del benessere delle persone salvaguardando anche l'ambiente ed i beni comuni globali; la società non si fondi sulla competizione posizionale tra individui basata sull'"avere", ma piuttosto sulla ricerca di riconoscimento sociale da conseguirsi grazie alla capacità donativa posta in essere dagli individui che rafforza i legami comunitari; la democrazia sia rivitalizzata da nuove forme di partecipazione politica realizzate, su scala locale, nazionale, internazionale, attraverso diverse forme di associazionismo fondate sul dono di tempo, risorse, energie da parte dei loro membri.

Nel progetto convivialista l'Economia Civile può giocare un ruolo determinante nella funzione di eticizzazione e civilizzazione dell'economia anche perché essa parte, per l'avvio di una radicale riforma del mercato, dalla stessa leva di trasformazione sociale e politica del convivialismo: il *paradigma del dono* che, ancora una volta, sprigiona tutta la sua *forza* generativa di un nuovo ordine simbolico, economico, sociale.