

Antropologia Le teorie di Mauss sono suggestive ma obsolete

Il cavallo di Troia svela che il dono non è (sempre) un beneficio

di MATTEO ARIA e ADRIANO FAVOLE

Immaginate di ricevere un regalo da una persona che conoscete a malapena. È il vostro compleanno e, complice Facebook che spiffera tutto a tutti, quella persona vi porta in regalo un'ottima marmellata autoprodotta di piccoli frutti raccolti nel bosco. Che fate? Avete davanti un paio di possibilità: potete per esempio rifiutare il dono, perché quella persona non vi va a genio. Si tratta di un gesto forte, che tronca la relazione e certo non vi renderà amici. La seconda possibilità è accettare il dono con un sorriso, invitare il vostro nuovo amico a bere un bicchiere e, alla prima occasione, ridonare a vostra volta.

Sono passati novant'anni da quando Marcel Mauss, antropologo francese nipote del più famoso Emile Durkheim, scrisse un libro che rappresenta una pietra miliare degli studi antropologici, il *Saggio sul dono* (Einaudi, 2002, edizione originale 1923-24). Mauss scoprì che numerose società studiate dagli antropologi all'inizio del Novecento scambiavano per lo più beni e servizi attraverso la logica del «dono», quella forza che crea il legame sociale e che ci fa sentire obbligati (pur essendo in teoria liberi di non farlo) a dare, ricevere e ricambiare. Se l'essere umano agisse solo per interesse egoistico, pensava Mauss, non si spiegherebbe perché, ricevendo un dono, ci sentiamo obbligati a ricambiare o comunque ci sentiamo vincolati da un debito. Il dono era la migliore risposta all'interrogativo che Durkheim aveva posto ai suoi allievi sull'origine della solidarietà sociale. Mauss riteneva che, purtroppo, la logica del dono svolgesse ormai un ruolo residuale in Occidente.

In realtà, gli studi compiuti a partire dagli anni Ottanta del secolo scorso, soprattutto nell'ambito di un gruppo di ricerca francese che si è auto-definito con la sigla Mauss (Movimento anti-utilitarista nelle scienze sociali), hanno mostrato viceversa la grande rilevanza del dono nelle società e nelle economie contemporanee (Jacques Godbout, *Lo spirito del dono*, Bollati Boringhieri, 2002). Dal volontariato al dono del sangue; dai servizi alla persona in famiglia che integrano o suppliscono uno Stato sociale sempre più in crisi ai legami di amicizia e vicinato; dal mecenatismo alle varie forme di solidarietà sociale: sono molteplici i fenomeni riconducibili alla logica del dono piuttosto che a quella

del mercato (o dello Stato).

A novant'anni, tuttavia, il «dono» di Mauss comincia a dare segni di invecchiamento. In primo luogo, esso non ritaglia necessariamente un'arca di buoni sentimenti. Il cavallo di Troia, la mela di Eva, il vaso di Pandora ci ricordano che il dono può essere un'esca avvelenata. Molto più prosaicamente, le mazzette, i favoritismi, il clientelismo mettono in luce gli aspetti ambivalenti del dono. Il dono esagerato, il dono che non si può ricambiare crea gerarchie. Come diceva George Bataille, lo spreco, l'ostentazione, la *dépense*, il *noblesse oblige* sono spesso l'estrema affermazione del sé. C'è poi, da Mauss in avanti, uno snodo teorico irrisolto: il dono crea relazioni attraverso lo *scambio*, è un motore che lavora su tre livelli (dare, ricevere, ricambiare). Parlare di dono come pura spontaneità e gratuità, di «dono senza contraccambio» (come fa Enzo Bianchi

nel suo ultimo libro, *Dono e perdono*, edito da Einaudi) è maussianamente un non-senso.

Per ovviare a queste aporie teoriche, ma soprattutto per dar conto di quelle piegature di realtà che sfuggono alla presa del dono, è opportuno, a nostro parere, introdurre il concetto di «condivisione». Qualche esempio ci è di aiuto. Il tavolo della cucina su cui mangiamo insieme ai nostri figli o compagni di vita non è un dono, è uno spazio di condivisione. Il frigorifero racchiude cibi che vengono condivisi, non donati ai figli (i quali infatti, generalmente, non dicono «grazie» a ogni portata!). Come osserva Russell Belk, uno studioso americano di consumi che è stato tra i primi a proporre la distinzione teorica tra dono e condivisione (*Sharing*, pubblicato nel 2010 sul «Journal of Consumer Research»), il fenomeno prototipico della condivisione è la maternità. Due esseri umani condividono per vari mesi lo stesso corpo.

La condivisione ha a che fare con tutte quelle situazioni in cui vi è un «io» diffuso, con quel senso di compartecipazione che crea un «noi». Un'intera famiglia di termini in italiano, la famiglia del «con-» (convivere, convivialità, consenso...), rientra in questa prospettiva. La condivisione è il «fare insieme», l'agire insieme, il convivere in cui ci si svincola (anche solo temporalmente) dal possesso e dalla gerarchia. Una festa, un pellegrinaggio, molti riti aprono spazi di condivisione in cui non necessariamente opera la logica

del dono. Possiamo forse ipotizzare, a rettificazione delle proposte di Jacques Godbout e di Alain Caillé (*Anthropologie du don*, Desclée de Brouwer, 2000) che famiglia e parentela non siano aree esclusive del dono, ma anche della condivisione. La condivisione insomma non è un dono!

Condivisione, dono, scambio di mercato definiscono allora tre diverse modalità dell'interazione umana, anche se, a ben vedere, molti fenomeni occupano un'area di confine e di soglia tra essi. La condivisione, viene però da chiedersi, ci lega in modo nostalgico alla piccola comunità? È un concetto «buono» da pensare solo per la famiglia, la parentela, il vicinato? È destinata a scomparire nei grandi numeri che caratterizzano la società globale? Intanto è utile distinguere tra beni pubblici e beni condivisi. I primi rappresentano una sorta di cornice, di garanzia per le pratiche di condivisione. Un bosco demaniale è un bene collettivo, ma diventa un bene condiviso solo se andiamo a farci una passeggiata. Una piazza è un bene pubblico, ma diventa condiviso nel corso di una manifestazione. Una costituzione, una buona legge elettorale sono beni comuni che diventano «democrazia condivisa» quando si moltiplicano le occasioni e gli spazi di discussione, confronto e deliberazione. La condivisione è inevitabilmente legata a gruppi ristretti, ma si tratta di una esperienza che può essere incrementata e può diffondersi in mille rivoli. Si possono creare comunità di condivisione in famiglia, ma anche sul luogo di lavoro; nelle attività di volontariato come negli spazi del tempo liberato per lo sport e il gioco. Facendo il verso a Lev Trotsky, potremmo forse osservare che i tempi di crisi che viviamo sono forse propizi per lanciare l'idea di una «condivisione permanente».

