

**Racca Andrea**

Dottorando in “Diritti e Istituzioni”  
Facoltà di Scienze Umane e Sociali  
Dipartimento di Scienze Giuridiche  
Università degli Studi di Torino

Scuola di Alta formazione in “Umanesimo Cristiano”  
Almo Collegio Borromeo

## **IMPLICAZIONI TEORETICHE SUL DONO COME FATTORE SOCIALE DI BENE-COMUNE**

Da Marcel Henaff a Benedetto XVI

*“Parecchi secoli dopo la sua morte, Socrate resta una figura leggendaria. Molti racconti relativi alla sua saggezza e alla sua generosità continuano a circolare. Così Seneca racconta questa storia che, senza dubbio, circolava da molto tempo: «Un giorno in cui dei doni erano stati offerti a Socrate dai suoi allievi, ciascuno portando a seconda dei propri mezzi, Eschine, che era povero gli disse: «Non ho nulla da offrire che sia degno di te, ed è così che ho capito che sono povero. Per questo ti offro la sola cosa che possiedo: me stesso. Questo regalo, tale quale è, ti chiedo di accettarlo e di ricordarti che, se gli altri ti hanno donato molto, hanno non di meno tenuto una gran parte per se stessi». Al che Socrate rispose: «Come potrebbe essere che questo non sia un grande dono, a meno che tu non riconosca a te stesso poco valore? È per questo che cercherò di restituirti un uomo migliore di quello che ho ricevuto»<sup>1</sup>”.*

### **1. Introduzione**

Molto probabilmente il titolo di questa breve riflessione farà sorgere nel lettore spontaneo un quesito: perché in un contesto di *'bene-comune'* si voglia utilizzare come strumento interpretativo il tema del *dono*, che presuppone sicuramente un altro riferimento filosofico concettuale. Per poter rispondere a questa inevitabile osservazione, occorre percepire a pieno il significato dell'accostamento delle due parole *bene* e *comune*. Infatti il primo termine è un concetto fondamentale dell'ordine etico rispondente a due accezioni: quella metafisica, dominante nella storia della filosofia antica e medioevale per cui il bene è il grado sommo, variamente individuato, di una scala gerarchica da cui dipendono tutti gli altri valori, e quella soggettivistica in cui esso è costituito dal limite ideale di norma di comportamento che rientra nelle differenti sfere concettuali dell'etica. Tale concettualità, dunque, associata all'attributo *comune*, presuppone una nozione etica condivisibile; esprime un unico e universale giudizio di valore condiviso, la cui principale componente riferisce a ciò che Aristotele chiama la «vita buona», il «vivere bene». La problematicità iniziale, pertanto, si risolve nella ricerca di un *buon vivere comune*, che integra sempre un giudizio etico ma lo subordina alla manifestazione della soggettività nella mondanità. Investigare proficuamente in un'ottica di “Umanesimo cristiano” non significa, pertanto, – a mio avviso – interrogarsi su quello che sia giusto fare e quello che invece sia da evitare, esprimendo quindi giudizi puramente etici, ma volgere lo sguardo alle manifestazioni della soggettività, in quanto soltanto nella *praxis* si può effettuare l'ancoraggio fondamentale della prospettiva etica. L'intenzione di questo mio breve studio è, dunque, quella di porre in modo nuovo il problema filosofico concernente la categoria del bene condiviso, prendendo le distanze da qualsiasi dibattito

---

<sup>1</sup> SENECA, *I benefici*, I,8,1-2, a cura di S. Gugliemino, Zanichelli, Bologna 1991, pag. 25. Cfr. M. HENAFF, *Il prezzo della verità. Il dono, il denaro, la filosofia*. Città Aperta Edizioni, Troina 2006, pag. 147 e sgg.

che ne vuole indagare la qualità da mettere in partecipazione, incentrando l'analisi sul concetto di socialità dell'essere umano. La cifra del dono ci permette, infatti, di superare la prospettiva etica e di introdurci direttamente nella trama dei rapporti sociali, dove poter studiare il livello di condivisione del buon vivere. L'universo del *bene-comune* apre, quindi, alla tematica della soggettività duplicemente divisa tra antipodi e del difficile e complicato rapporto con l'alterità. Dinanzi allo squallore capitalistico della tendenziale riduzione dei rapporti umani allo scambio di prodotti equivalenti, lo spirito dell'uomo contemporaneo insorge, e domanda un'altra storia, memore d'essere venuto al mondo, e quindi di poter stare al mondo, in altro modo<sup>2</sup>.

Preciso, inoltre, che l'intenzione di questa breve riflessione non è neppure quella di inserirsi nel dibattito filosofico contemporaneo circa la figura del dono presentata in un'opposizione lacerante: da una parte chi come J.L.Marion la intende come il fondo del senso dell'essere, e dall'altra autori come J. Derrida che la respingono ai confini dell'essere, perché ne fanno un che di *impossibile*. Lo spirito delle considerazioni che seguiranno sarà, pertanto, solo quello di domandarsi se nell'epoca del pieno disimpegno della logica commerciale, vi sia ancora spazio per un ambito sottratto alle valutazioni economiche, in cui i rapporti sociali non siano strettamente basati sulla logica dell'utile. Come afferma, anche, il sommo Pontefice Benedetto XVI nell'enciclica "*Caritas in Veritate*" la condivisione delle risorse, da cui proviene l'autentico sviluppo, non è assicurata dal solo progresso tecnico e da mere relazioni di convivenza di stampo economico, ma dal potenziale di amore che vince il male con il bene e apre alla reciprocità delle coscienze e delle libertà<sup>3</sup>.

In questo universo il dono vi appare come *relazione*: dono, infatti, non è né *una cosa* né *un atto individuale*. La sua essenza consiste in un tritico: dare-ricevere-restituire come sistema di obblighi inerenti. M. Hénaff, autore che sarà da riferimento in tutta questa analisi, nell'intento di chiarire il saggio di Mauss, spiega la differenza tra la categoria di scambio inteso come *scambio di equivalenti* (funzionale alla circolazione di beni materiali nella società) e la figura del dono o *scambio asimmetrico* (come sorgente e motrice originaria del rapporto di riconoscimento che lega gli attori sociali in una comunità). Nell'immaginario comune, infatti, qualora non sia rinnegato come semplice ipocrisia, il dono evoca piuttosto la sfera privata, dell'intimità, ben lontana dalle questioni economiche o giuridiche: una sorta di nicchia protetta dal contagio dell'interesse in cui dovrebbero dominare solamente i sentimenti più sinceri e la generosità più autentica. Come ribadisce il Pontefice la gratuità è presente nella vita dell'uomo in molteplici forme, spesso non riconosciuta a causa di una visione solo produttivistica e utilitaristica dell'esistenza<sup>4</sup>. Proprio in virtù di tali ragioni, ritengo che l'immaginario del dono, caratterizzato da gratuità e reciprocità, offra i giusti presupposti per analizzare e discutere la concettualità del bene-comune, riuscendo così a prendere le distanze da ogni utilitarismo che può pregiudicare la riconsiderazione del vero sviluppo integrale dell'individuo. Il valore dell'offerta che Seneca riconosce ad Eschine presenta, pertanto, una straordinaria grandezza, il significato puro del dono supera il contenuto dell'oggetto del donare, prescinde, dunque, da ogni considerazione utilitaristica e mette al centro soltanto il soggetto<sup>5</sup>. Quello che Socrate, inoltre, vuole sottolineare è che le attività e le produzioni dello spirito appartengono a un tipo di scambio diverso da quello del mercato; dipendono da un rapporto che si definisce simbolico e che non mira ad acquistare o ad accumulare beni, ma a stabilire grazie ad essi, dei legami di riconoscimento fra le persone. Come afferma, anche, Vigna ogni soggettività umana chiede d'essere riconosciuta come un orizzonte di senso inoltrepassabile, cioè intenzionalmente infinito, perché tale essa è la via del logos che la informa.<sup>6</sup> La radicalità di questa esigenza spiega il sospetto costante che pesa sulla domanda o sulla stessa attesa di reciprocità. Reciprocità, che in

---

<sup>2</sup> C. VIGNA, Presentazione di "*Il legame del dono*," di Susy Zanardo, V.&P. Edizioni, Milano 2004, cit., pag. XVIII.

<sup>3</sup> BENEDETTO XVI, *Caritas in Veritate*, Libreria Editrice Vaticana, cfr., Paragrafo 9 pag. 12.

<sup>4</sup> Idem, *Caritas in Veritate*, cfr., Paragrafo 34, pag. 52.

<sup>5</sup> Tutto è detto in questo aneddoto: (...) che in questo rapporto di dono vi è un impegno del donatore nella cosa donata (al punto che come nel caso di Eschine, il dono è il donatore stesso); rapporto personale che mantiene la relazione filosofica nella prospettiva di una relazione iniziatica. M. HENAFF, *Il prezzo della verità*, cfr., pag. 147.

<sup>6</sup> C. VIGNA, *Per una metafisica del bene comune*, cfr. pag 3.

questo caso, significa simmetria o uguaglianza del rapporto *Io-tu*<sup>7</sup>, della relazione del soggetto con l'alterità. Ora questa domanda e questa offerta di riconoscersi reciprocamente sono di una grande complessità; si svolgono sempre sotto la sfida della seduzione, della sollecitazione, della provocazione e della possibilità del conflitto; ma presuppongono sempre la generosità, il bel gesto, l'avanzata incondizionata; e soprattutto restano regolate dal triplice obbligo di donare, di ricevere e di rendere. Obbligo paradossale perché libero tanto quanto necessario. Sicuramente, non è questo il caso delle società politiche, infatti il riconoscimento pubblico di ciascuno è assicurato dalla legge; di fronte ad essa, tutti i membri della comunità cittadina sono eguali. Tuttavia, vi è qualche cosa che questo dispositivo non produce né assicura o protegge, è il legame di attaccamento di ciascuno a ciascuno o anche di ciascuno a tutti, legame che risulta fondamentale nell'ottica del bene comune.

## 2. Venalità mercantile

Il concetto di venalità risulta fondamentale per addentrarci nell'analisi, esso significa attribuire, contrariamente alla propria natura, valenza economica e lucrativa ad un oggetto. Marcel Henaff, nel saggio *Il prezzo della verità*, nel tentativo di dare un'origine storica all'utilitarismo, parte dalla storia della filosofia greca incentrando una grande polemica, che caratterizza tutta la prima parte del libro, contro i sofisti. L'autore, infatti, rivolgendo ad essi l'accusa di aver fatto merce del sapere, di un sapere specialistico ed infinito a cui è impensabile attribuire un valore economico, attribuisce loro le basi di una cultura che strumentalizza ogni forma di conoscenza, di sapere e di arte. Questo fa del sofista un commerciante, il quale non conosce ciò che vende e per il quale tutto si risolve nell'indifferenza del contenuto a discapito del solo valore venale. L'accostamento non è casuale, infatti, l'operazione platonica, l'identificazione del profilo del sofista con quello del mercante, vuol essere una metafora che rappresenta l'uomo contemporaneo, nel costante tentativo di attribuire ad ogni valore un costo e a ogni azione una retribuzione. Secondo questa analisi, dietro all'illusione di donare unilateralmente passa il metamessaggio opposto, che mostra il movente acquisitivo come la sola strategia sociale possibile. Si arriva, così, ad una sorta di rottura, perché mai il dono è stato tanto ostentato e al tempo stesso invalidato dietro la spinta del mercato. Anche Benedetto XVI condivide questa tesi, affermando che questa ideologia pregnante spinge l'uomo alla convinzione di essere autosufficiente e di riuscire ad eliminare il male presente nella storia solo con la propria azione (volta all'utile), inducendolo, così, a far coincidere la propria felicità e la propria salvezza con forme immanenti di benessere materiale<sup>8</sup>. Il filosofo francese, nella sua analisi circa le *figure della venalità*, pone, infatti, la questione sulla possibilità di tracciare un limite che funga da spartiacque, tra ciò che, ponendosene al di qua, risulti suscettibile di una stima precisa (*il dominio del calcolabile*), e ciò che, invece, si mostra resistente a ogni istanza oggettivante che intenda renderne conto in termini meramente quantitativi. L'"*hors-de-prix*" costituisce, dunque, l'al di là, rispetto a quella linea di confine, dinanzi alla quale *deve* arrestarsi l'attitudine al calcolo e alla quantificazione di una *forma mentis* improntata su un modello di mercato. Ragionare in vista di un *bene-comune* significa pensare al di là di questo valico, fuori da ogni ottica economico-statistica e riconsiderare il criterio di utilità in base a parametri diversi. Si tratta, dunque, di considerare il fallimento del mercato, il quale prospettando il dono nella logica del principio dell'equivalenza di valore dei beni scambiati, non riesce a produrre quella coesione sociale di cui ha bisogno per funzionare al meglio. Infatti in un sistema in cui la merce è travestita da regalo, abbondano le offerte promozionali, e il dono è ormai recluso ai gadgets e agli slogan, il soggetto è portato a

---

<sup>7</sup> M. HENAFF, *Il prezzo della verità*, cfr., pagg. 30-31. I beni scambiati in occasioni particolari (feste, incontri, matrimoni) non hanno alcun significato né alcun ruolo economico; mirano a riconoscere, a onorare, a legare; sono consumati nella celebrazione o appartengono al circuito del dono. Manifestano generosità, benevolenza, conferiscono prestigio e garantiscono delle relazioni, ma non possono essere custoditi o investiti in maniera interessata sotto il rischio di spezzare la catena del riconoscimento. Sono rigorosamente fuori dal circuito dell'utile e del profitto.

<sup>8</sup> BENEDETTO XVI, *Caritas in Veritate*, cfr., Paragrafo 34, pag. 52.

ripiegare narcisisticamente su di sé e a rispondere all'opportunismo del sistema con il disprezzo e la ritrazione, se non con la predatorietà. Ricercare un *bene-comune* significa, innanzitutto, ristrutturare forme interne di solidarietà e di fiducia reciproca, la cui pura logica economica non riesce a sopperire.

Ritornando alla nostra analisi sul sofista, Henaff afferma che egli «è difficile da definire: rivendica tutti i saperi, attribuisce a se stesso tutte le competenze»<sup>9</sup>. Questa figura non è, quindi, un vero proprio affarista ma anche un uomo di sapere, che ha brama di conoscere e con la sua conoscenza vuole essere presente ovunque, filosofo e ricercatore che, dunque, dovrebbe essere in grado di riconoscere la profondità dei valori, ma, facendone fonte di guadagno, diventa un mercenario della scienza e perde il significato vero della sua ricerca. Per comprendere, dunque, l'*humus* in virtù del quale l'analogia di Platone diventa decisiva, si deve aver ben presente che, nella Grecia antica, il commerciante era una figura esclusivamente negativa, verso la quale si doveva giustamente nutrire il sospetto. Nell'antichità, infatti, il trafficante era spesso un forestiero, che agli occhi dei cittadini destava diffidenza e ambiguità, egli narrava di viaggi e di esperienze tra la realtà e l'immaginazione, era un uomo senza fissa dimora né affetti, avventuriero che basava la sua vita sul denaro e sulla merce. È proprio questo che lo espone al timore di essere la causa di ciò che incarna: una rottura nella relazione "naturale" con i beni utili e nella loro modalità di circolazione, quella che, nei rapporti tra partner, tra cittadini conviventi, conferiva una dimensione sociale al gesto dello scambio dei beni<sup>10</sup>. Ciò che muove il sospetto sul mercante è esattamente il suo vivere al margine della società e fuori da ogni legame interumano, per lo più isolato e continuamente in viaggio, elemento, dunque, estraneo al gruppo sociale.

La promozione di comportamenti anti-sociali, da parte del sistema globale, finisce per mettere in scacco anche l'uomo contemporaneo che, inseguendo il miraggio del potere e il mito individualista, si trova isolato in un ordine omologante dove viene trasformato in consumatore concorrente. In questo quadro, i beni da relazionali diventano posizionali e l'unico potere promesso e permesso è il potere d'acquisto, peraltro rigidamente disciplinato dalle strategie di mercato<sup>11</sup>. Se la globalizzazione ci rende più vicini, ma sicuramente meno fratelli, risulta necessario ridare importanza al valore relazionale dello scambio economico, come luogo di incontro, come momento di interlocuzione tra soggetti economici, che sono prima di tutto esseri umani, persone caratterizzate dalla loro individualità. Hénaff deduce, quindi, che tale stigma dipenda «dallo statuto di chi esercita il commercio e dei suoi scopi»<sup>12</sup>. Forse, volendo azzardare, proprio riconoscendo e attribuendo il vero valore sociale dello scambio economico, in cui l'oggetto, la merce, perde il suo ruolo posizionale, si può ravvisare quella particolare importanza che le società antiche attribuivano al legame sociale, fondata su un tipo di scambio reciproco piuttosto peculiare: il  *dono cerimoniale*, la cui funzione primaria era di plasmare le società stesse.

Perdendo, infatti, ogni riferimento all'importanza del legame sociale, la privatizzazione dei beni e dei servizi pubblici e la mercificazione dei mezzi di sostentamento dei poveri diventano un vero e proprio furto ai danni della sicurezza economica e culturale dei popoli. Milioni di persone deprivate della loro identità e della possibilità di provvedere dignitosamente alla loro esistenza vengono indotte a ricorrere all'estremismo, al terrorismo, al fondamentalismo religioso. Queste ideologie identificano l'altro con il nemico e rivendicano un'identità esclusiva per poter sfuggire ad una realtà alla quale rimangono (profondamente) connesse. Il loro tentativo di sottrarsi si traduce in un comportamento antagonistico, che mina le basi della comunità. L'ascesa della rivalità e della concorrenzialità è, a mio avviso, un pericoloso fenomeno direttamente imputabile a nuove forme di recinzione o privatizzazione introdotte dal colonialismo della globalizzazione economica. Condivido, pertanto, ampiamente le parole del Santo Padre quando afferma che: «la grande sfida che abbiamo davanti a noi, (...) resa ancor più esigente dalla crisi economico-finanziaria, è di

<sup>9</sup> M. HENAFF, *Il prezzo della verità*, cfr., pag. 68.

<sup>10</sup> Idem, cfr., pagg. 109-110.

<sup>11</sup> S. ZANARDO, *Il legame del dono*, V&P Edizioni, Milano 2004, cfr., pag. 9.

<sup>12</sup> M. HENAFF, *Il prezzo della verità*, cit., pag. 103.

*mostrare, a livello sia di pensiero sia di comportamenti, che non solo i tradizionali principi dell'etica sociale, quali la trasparenza, l'onestà e la responsabilità non possono venire trascurati o attenuati, ma anche che nei rapporti mercantili il principio di gratuità e la logica del dono come espressione della fraternità possono e devono trovare posto entro la normale attività economica»<sup>13</sup>.*

### 3. Dualità del dono

Henaff parte nella sua analisi del dono, secondo snodo tematico dell'opera, da una considerazione di base: l'uomo per natura è relazionale. La socialità, o il bisogno di reciprocità di ogni individuo, è riconosciuto come un'invariante transculturale, ovvero una struttura di fondo di ogni determinazione storico-contenutistica di qualsiasi cultura. Cicerone in *De Officiis* afferma che il legame tra gli uomini «è costituito dalla ragione e dal linguaggio, che, con l'insegnamento e con l'apprendimento, con la comunicazione, la discussione, il giudizio, unisce gli uomini tra loro, congiungendoli in una sorta di colleganza naturale<sup>14</sup>». In questa strutturale relazionalità, che passa per le forme appena citate, l'essere umano ha scoperto che, nelle procedure di riconoscimento, poteva prelevare qualcosa che gli era caro. Questo qualcosa di prezioso era offerto come parte di se stesso, "pegno e sostituto di Sé". Il percorso elaborato dal filosofo parte, infatti, dal concetto puro di dono, venutosi a configurare intorno al I secolo d.C. (per opera di Gesù di Nazareth, di Paolo di Tarso e di Seneca), il quale, però, non è l'unico pensabile: ciò che risulta importante per riconoscere tale fenomeno è il suo senso, non tanto la forma; infatti, a seguito dell'analisi genealogica del concetto di dono, l'autore verifica che la forma muta al mutare delle condizioni sociali, storiche e politiche, continuando, però ad essere un elemento fondamentale e costante nelle relazioni intersoggettive. Risulta fondamentale sottolineare che, se al mutare della forma, la sua struttura duale rimane pur sempre identica, in quanto la relazione tra soggetto e concetto, tra soggettività capace di istituirlo e la forma non varia al mutare della società. Infatti in ogni offerta ci sarà sempre, da una parte, la tensione di un soggetto che vuole lanciarsi verso un altro, la spinta emotiva che rappresenta l'invito a partecipare, e la volontà di ricevere dall'altra.

L'autore, infatti, affronta un *duplice* atto di delineazione che definisce i connotati essenziali del dono, una *duplice* presa di distanza, cioè, che lo allontana tanto dall'operatività *oggettiva* degli schemi mercantili, quanto dalla *soggettività* del piano morale, sul quale il dono risulta inquadrabile, solo a fronte di una semantizzazione che lo concepisca come *gesto di generosità*. Donando, infatti, si trasforma, si altera il legame che unisce la soggettività all'oggetto materiale. Henaff non considera la materia del dono un bene potenzialmente appropriabile e consumabile; la cosa donata è dell'ordine del simbolico, sostituto del donatore, pegno del suo essere; essa, lungi dallo spezzare il legame con l'oggettività, attende che questa esprima, attesti e garantisca l'unione degli uomini tra loro. Il dono, quindi, non è un rapporto tra gli uomini per l'intermediazione della materialità, ma è relazione intersoggettiva attraverso il simbolico<sup>15</sup>. Il valore economico dell'oggetto non è, pertanto,

---

<sup>13</sup> BENEDETTO XVI, *Caritas in Veritate*, Libreria Editrice Vaticana, cit., Paragrafo 36, pag. 58.

<sup>14</sup> CICERONE, *De officiis*, XVI,50.

<sup>15</sup> Secondo Henaff la forma originaria del simbolo sembra commerciale. Si potrebbe dire che certe visioni sulle relazioni commerciali non fanno che ripetere l'ambiguità stessa del simbolo quanto alla dimensione temporale, sincronica, degli scambi, soprattutto quando la struttura fondamentale di tale relazioni si articola grazie a rappresentazioni che si impongono al momento della firma del contratto commerciale in cui vengono omogeneizzati i dati. Il commercio contemporaneo non si può però rappresentare con una tale semplificazione. Si dovrebbe mettere infatti in evidenza un punto che la pratica antica del simbolo nega, o mostra in maniera molto imperfetta: una differenziazione temporale o una diacronia nell'operazione del cambio. Il 'simbolo' faceva sì che la differenza temporale tra l'avvio della merce e il pagamento venisse annullato; l'assenza di immediatezza tra i due momenti dell'operazione commerciale veniva infatti negata o scartata dalle considerazioni. Ma la pratica finanziaria odierna, la sua continua chiamata al prestito o al credito, fa sì che la differenziazione temporale costituisca una dimensione essenziale dell'operare commerciale; il commercio moderno è possibile in ragione del fatto che non c'è immediatezza tra le sue operazioni. In ciò, la situazione contemporanea è molto diversa da quella antica e deve essere interpretata in

indifferente nella misura in cui si tratta di un metro simbolico, cioè di un'attestazione dell'importanza della relazione e quindi del desiderio di onorare il destinatario<sup>16</sup>. La nozione di ordine simbolico, come sostiene anche Legendre, significa che l'individuo intrattiene con il mondo un legame di identità/alterità e che ogni soggetto intrattiene con sé un legame della stessa natura<sup>17</sup>. Tale gesto simbolico sdoppia, fin da subito la cifra del dono in un dono oggetto (*intra-dono*) e dono come intenzione di onorare l'altro (*extradono*). Il dono sembra, dunque, comporre questo duplice legame, esso rappresenta un'obbligazione che il soggetto deve saldare sia con sé e sia con gli altri. Cercheremo ora di scomporre la cifra del dono all'interno di questa doppia relazione, notando come esso risulta lo strumento ideale per analizzare la soggettività nella relazione con l'alterità.

1. Concepire *il dono come relazione intra-personale (intra-dono)* è il primo passo per uscire dalla materialità del gesto simbolico. Ogni volta che il soggetto offre qualcosa e questo viene accettato, egli deve subire uno stato di privazione, di mancanza. L'*intra-dono* rappresenta l'obbligazione che l'individuo ha con se stesso. Affinché la possibile e futura condizione di debito derivante dal rapporto di dono, non ingeneri nel donante la speranza di una mancata accettazione per mantenere la stessa quantità di beni, deve percepire l'arricchimento derivante dall'accettazione. Il dono cerimoniale non è la condivisione di un bene, non è una manifestazione di altruismo, né di semplice posizionamento nel gruppo; non è semplice cessione disinteressata o meno di ciò che si possiede; è la concessione di un pegno che impegna, come sostituto di sé, e che si presenta come conclusione di un patto<sup>18</sup>. Affinché, quindi, l'azione del donare abbia effettivamente significato e riesca ad impegnare il donatore, presuppone che colui che dona riconosca se stesso nell'oggetto che offre. Questo simbolo, dunque, è una parte di stessi da cui ci si deve distaccare definitivamente, di cui bisogna essere pronti ad offrire. Come afferma Henaff, si può essere tentati di parlare in termini di mediazione, in cui si manifesterebbe l'opposizione soggetto/oggetto, con l'offerente che si dà e nel contempo si distacca dalla cosa donata<sup>19</sup>. Questo è vero solo parzialmente, in fatti la mediazione è interna al soggetto e prescinde da ogni riferimento alla cosa donata: egli si fa partecipe dell'alterità, permette che colui che dovrà ricevere diventi parte della sua scelta. L'identificazione con il bene-dono avviene, infatti, in base a uno scopo preciso, in relazione al significato che quel oggetto può rivestire. L'individuo esprime, perciò, in questa scelta la propria individualità, che non è altro che una soggettività partecipata. L'identificazione dell'oggetto come parte di sé, come proiezione del soggetto, diviene, quindi, un momento cruciale, in quanto informa il soggetto dell'alterità nella relazione con se stesso. Il donatore, pertanto, solo pensando che il dono-simbolo da lui scelto potrà diventare parte di un altro, riuscirà a saldare il suo stato di mancanza. Il dono non è, quindi, una separazione da qualcosa a senso unico: come se fosse una sporgenza di qualcuno che va a riempire la cavità di un altro; esso rappresenta una forma di partecipazione e di corrispondenza il cui fondamento non è la ricchezza o la povertà, ma il riconoscimento della qualità umana dei rapporti.
2. *Il dono come relazione extra personale (extra-dono)* rappresenta la tensione agonale che si ingenera nel rapporto tra donatore e donatario, quale relazione tra un dare e un ricevere, e la generosità che le è correlativa. Si ingenera, così, l'esigenza di designare e di riconoscere degli interlocutori ai quali offrire una risposta che sia all'altezza dei beni ricevuti. È

---

modo originale. Il *do ut des* e la sincronia non si reggono più univocamente; il rischio e la diacronia appartengono ormai alla mentalità imprenditoriale.

<sup>16</sup> M. HENAFF, *Il prezzo della verità*, cfr, pag. 204.

<sup>17</sup> P. LEGENDRE, *Lo sfregio, Alla gioventù desiderosa...Discorso a giovani studenti sulla scienza e l'ignoranza*, G. Giappichelli, Torino 2009, cfr., pag. 49.

<sup>18</sup> M. HENAFF, *Il prezzo della verità*, cfr, pag. 190.

<sup>19</sup> Idem, cfr., pag. 191.

l'esigenza da parte del destinatario di nominare il proprio mittente. Questo procedimento rappresentativo consta, infatti, di due aspetti: il primo consiste nell'identificare l'altro come specie simile, si tratta di un momento di percezione adeguata, e il secondo nel riconoscere, nel senso di considerare l'«accettazione, come gesto di “rispetto” o perfino di obbedienza».<sup>20</sup> La peculiarità del procedimento umano è il suo passare «sempre attraverso il gesto che consiste nel porgere all'altro un oggetto mediatore»<sup>21</sup>, un elemento terzo che sia in grado di congiungere l'individualità e l'alterità presente nel soggetto stesso. Poiché l'altro deve essere in grado di comprendere che si tratta di un gesto del tipo descritto, la pratica è, dunque, regolata da rigide formalità e vissuta in modo fortemente emotivo. Quest'ultimo aspetto è indice del rischio che si cela sempre dietro un gesto di riconoscimento: il rifiuto da parte dell'altro, dunque il conflitto, la guerra, la non-mediazione. Il filosofo francese, infatti, riconosce tra i protagonisti del dono una tensione che egli paragona ad un'attività ludica, una sfida, una competizione affermando che «si tratta più esattamente della categoria dei giochi che presuppongono un principio di alternanza: quelli che si svolgono tra due concorrenti, in cui ciascuno ha diritto a una mossa di risposta alla mossa dell'altro [...] questi giochi hanno la struttura del duello e del torneo. Mobilitano [...] una specie di convenzione spontanea che è anche un'etica, quella del “a ciascuno il suo turno”: giocare due volte di seguito significa barare. Se si deve giocare al proprio turno, vuol dire che ogni sfida deve attendere una risposta. Non rispondere vuol dire perdere».<sup>22</sup> L'analisi della sfida conduce lo studioso a sostenere che in essa non v'è rivalità «per un oggetto desiderato, ma sollecitazione e perfino provocazione alla risposta nel senso ludico o ginnico».<sup>23</sup> Nella relazione extra-personale, quindi, l'oggetto del donare perde di significato e rilevanza, a favore della relazione che si instaura tra i due partecipanti. Chiarita la tonalità della sfida, resta oscura la ragion d'essere. Essa si manifesta attraverso il «donare molto o donare ciò che si considera prezioso [...] per obbligare l'altro. L'eccesso possiede in questo caso un potere di anticipazione».<sup>24</sup> La sfida, conclude Hénaff, è un 'movimento insensato' che risponde efficacemente al duplice bisogno di colmare la distanza tra 'individui ugualmente autonomi', aggirando il pericolo di essere respinti o aggrediti. In questo la generosità è la prova che si è pronti a stringere un'alleanza, affinché il rischio del rifiuto non colpisca direttamente il soggetto, ma un suo sostituto. Detto più semplicemente: se sono un essere sociale, ho bisogno dell'altro, ma al tempo stesso ho anche il timore che, se gli manifesto la mia vulnerabilità, egli potrebbe ferirmi; scelgo perciò di offrirgli la mia alleanza mettendo innanzi un dono, che è una parte di me, una mia individuazione, solo in questo modo posso sopportare un rifiuto proveniente dall'altro. Il dono è, quindi, un gioco sociale complesso, perché mentre espone chi dona alla perdita, esso coinvolge il beneficiario nello stesso rischio: in tutte le società, infatti, chi non ricambia il dono è escluso dal legame sociale. Segue che il donatario è condotto al contro-dono pena l'annientamento sociale conseguente al fatto di non essere stato al gioco. Il sistema del dono, consente, così, la circolazione dei beni e promuove, quindi, l'attività economica, protegge dalla perdita attraverso la pratica della mutua-reciprocità e mantiene sempre al centro della relazione la soggettività.

#### 4. Reciprocità e riconoscimento

La finalità del dono non è, quindi, l'oggetto donato (che cattura l'attenzione dell'economista), e neanche il gesto del dono (che affascina il moralista), bensì creare l'alleanza e rinnovarla. Ritengo,

---

<sup>20</sup> M. HENAFF, *Il prezzo della verità*, cit., pag. 187.

<sup>21</sup> Idem, cit., pag. 189.

<sup>22</sup> Idem, cit., pagg. 194-195.

<sup>23</sup> Idem, cit., pag. 194.

<sup>24</sup> Idem, cit., pag. 192.

pertanto, che esso vada individuato come un rituale pubblico che impegna tutta la società e nel quale possono e devono avvenire gli scambi commerciali. La logica commerciale deve, quindi, essere reinterpretata dal punto di vista relazionale di promozione dei legami interpersonali, la merce perde il suo ruolo fondamentale a favore del riconoscimento reciproco degli attori sociali. Il dono sembra, allora, comporre due esigenze che manifestano una evidente specularità ma che possono anche far registrare una qualche antinomia: il bisogno naturale di socialità (bisogno di ricevere) e l'elemento incalcolabile della risposta (bisogno di dare) che richiede la precondizione della libertà, perché un dono obbligato sarebbe un puro non senso. Donare, quindi, non è solo trasferire un bene, ma anche trasmettere una parte di sé, dare una parte di sé all'altro, impiegare il proprio tempo a favore della comunità. Secondo questa prospettiva *«ogni linea di dono è personale perché è sempre una relazione reciproca; la rete di tali relazioni reciproche costituisce la totalità del legame sociale<sup>25</sup>»*. Dunque, nessuna azione, tantomeno la complessa logica commerciale, può essere considerata a prescindere dal soggetto che la pone in essere e dalle conseguenze che essa provoca sui suoi destinatari. Riprendendo le parole del Pontefice *«sotto il processo visibile c'è la realtà di un'umanità che diviene sempre più interconnessa; essa è costituita da persone e da popoli a cui quel processo deve essere di utilità e di sviluppo, grazie all'assunzione da parte tanto dei singoli quanto della collettività delle rispettive responsabilità<sup>26</sup>»*.

Il dono, pertanto, inteso come relazione sociale, è necessariamente un gesto radicale, se così non fosse, sarebbe un semplice dare o un prestare provvisorio. Henaff sostiene, infatti, che proprio tale radicalità fa sì che il valore simbolico del dono possa avere il potere di forgiare una società e mantenerla in vita, in quanto tale pratica, da sempre, si è imposta *mutatis mutandis*. In tutte le società tradizionali si è manifestata mantenendo la stessa triplice struttura (donatore, dono, donatario) e con il medesimo doppio movimento (i ruoli di donatore e donatario vengono reciprocamente ricoperti). Il carattere peculiare di tale pratica risulta, dunque, essere la strutturale tensione tra agonismo e generosità, che permette che dal dono si costituisca una successiva obbligazione a donare nuovamente e qualcosa di nuovo. Tale spirito deve essere quello che spinge gli attori sociali a relazionarsi, a mettersi in comunità, a effettuare logiche di scambio che valorizzino tutti e non solo una parte, in modo che dal profitto comune si possa prelevare la propria ricchezza personale. La logica soggiacente è, infatti, di assumere il debito (simbolico) come intrinsecamente congiunto al dono: il debito, mentre impegna gli attori sociali a mantenersi in rapporto, introduce una circolarità aperta, consistente nel fatto che il dono ricambiato non è mai uguale a quello ricevuto e rimane sospeso in una indefinità costitutiva e costruttiva. Il dono, così inteso, salda la circolarità dello scambio e l'effrazione del commercio, introducendo una nuova categoria che ci consente di declinare la gratuità come fuoriuscita dall'ordine del saputo e del regolamentato. *«Questo ci impegna a concepire che effettivamente il rapporto con la materialità del mondo è un affare di credito, in quanto mobilita (...) la credenza nella verità. In altri termini, la realtà deve essere accreditata, ed è il meccanismo di questo accreditamento che ci interessa particolarmente, perché è alla base delle costruzioni istituzionali.»<sup>27</sup>* Possiamo, quindi sostenere che se l'immaginario non fosse quello della partita, della sfida, il problema filosofico della rappresentazione, la questione del nostro legame alla realtà tramite la mediazione del simbolico, perderebbe gran parte del suo significato.

Lo stesso Ricoeur, in "Percorsi per il riconoscimento" riconosce che *«la rivoluzione di pensiero proposta da Henaff consiste nello spostare l'accento della relazione sul donatore e sul donatario e nel cercare la chiave dell'enigma nella mutualità stessa nello scambio tra protagonisti e nel definire questa operazione condivisa con il termine di mutuo riconoscimento»<sup>28</sup>*. Il registro affettivo del dono è, dunque, la fiducia e la gratitudine tra il donatore e il donatario (tra il sé e l'altro) che

---

<sup>25</sup> M. HENAFF, *Il prezzo della verità*, cit., pag. 180.

<sup>26</sup> BENEDETTO XVI, *Caritas in Veritate*, Libreria Editrice Vaticana, cfr., Paragrafo 42 pag. 68.

<sup>27</sup> P. LEGENDRE, *Lo sfregio, Alla gioventù desiderosa... Discorso a giovani studenti sulla scienza e l'ignoranza*, cit., pag. 51.

<sup>28</sup> P. RICOEUR, *Percorsi del riconoscimento*, Cortina Ed., Milano 2005, cit., pag. 264.



nell'atto di donare donano anche se stessi: ci si offre donando, in quanto ci si riconosce in debito con se stessi e con gli altri. Nel donare si definisce, quindi, l'identità del soggetto che (donando e ricevendo) riconosce l'altro attraverso una relazione libera e mutuale. Si tratta di tematiche molto care a Ricoeur relative al tema del riconoscimento, che nel paradigma del dono mostra il pieno senso della parola nella lingua francese: il termine «reconnaissance», infatti, esprime sia l'atto del riconoscere, sia la riconoscenza, la gratitudine legata all'essere riconosciuti; questo consente di legare strettamente il tema dell'identità del soggetto alla reciprocità del riconoscimento intersoggettivo nella relazione tra il sé e l'altro. «*Non è forse nella mia identità più autentica che io chiedo di essere riconosciuto? E se, per fortuna, mi capita di esserlo, la mia gratitudine non va forse rivolta a tutti coloro i quali, in una maniera o nell'altra, hanno riconosciuto la mia identità (...)?*»<sup>29</sup> La categoria filosofica del 'dono', di stampo sociale, accompagna, perciò le considerazioni ontologiche sulla profondità della realtà che appare nei fenomeni e, ad un tempo, vi si nasconde e li trascende. La struttura di ogni individuo è dunque quella di una risposta alla domanda 'che cosa io sono?' se non un dono. Lo si intende quale trasferimento di un bene da un donatore a un destinatario, precludendo che la forma vi sia fondamentale<sup>30</sup>, e in tal maniera che l'atto del donare si renda il più discreto possibile e sparisca in qualche modo nel mondo e nella comunità, e anche nei suoi traffici commerciali. Nel dono, infatti, una qualche gratuità viene così sempre esercitata; i sociologi hanno, infatti, riconosciuto che il dono è fuori norma, risulta cioè pericoloso per le società che non intendono uscire dalle loro norme. Accettare che ci siano dei doni significa riconoscere che la struttura sociale non regge solamente sulla propria visibilità, sulle forme apertamente concepibili, ma che una forza interiore le è essenziale, che l'indicibile permea e costituisce anche l'esteriorità. Il dono rappresenta, quindi uno stato eccedentario. Si dona perché si è ricevuto; dunque si sta sempre ricambiando; ma si riceve sempre di più di quel che si dà, anche se non lo si vuole: il dono genera sempre qualcos'altro, qualcosa di diverso, fa apparire un supplemento che impegna tutta la società. Il modello del dono, quindi, non obbedisce alla legge: in esso qualcosa si crea: qualcosa appare e qualcosa sfugge dagli schemi precostituiti. In altri termini, il dono di sé non è mai calcolabile, non è oggetto di previsioni e di comparazione: è sorpresa e introduzione di un senso nuovo, indisponibile alla quantificazione perché proveniente dal «*fondo senza fondo*» di ogni essere umano. La logica del dono esprime, pertanto, una nuova prospettiva dove elaborare le teorie sociali di stampo economico-giuridico; infatti assicurando la sporgenza del gesto oblativo su ogni comportamento di tipo acquisitivo e su ogni ricerca di equità formale, tiene innanzi un doppio traguardo: *il rafforzamento del senso di debito simbolico diffuso tra gli attori sociali e il primato del legame sul bene scambiato.*

---

<sup>29</sup> P. RICOEUR, *Percorsi del riconoscimento*, cit., pag. 5.

<sup>30</sup> Da un lato, il dono si colloca ad un livello radicalmente altro rispetto a quello del commercio: «Il dono non è né l'antenato del commercio (i due esistono contemporaneamente), né un'alternativa ad esso (non svolgono la stessa funzione)». Dall'altro, è da evitare anche la chiave di lettura simmetrica e opposta che, di quella economicistica, rappresenta il contraltare morale: «Bisogna sostenerlo con fermezza: la pratica del dono cerimoniale non è un gesto d'aiuto o di carità più di quanto non sia un'alternativa alla relazione mercantile». M. HENAFF, *Il prezzo della verità*, cit., pagg. 163-165.

## BIBLIOGRAFIA

1. **BENEDETTO XVI**, *Caritas in Veritatis*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano 2009
2. **FERRY JEAN MARC**, *Le grammatiche dell'intelligenza*, Medusa edizioni, Milano 2008.
3. **HENAFF MARCEL**, *Il Prezzo della verità, Il dono, il denaro, la filosofia*, Città aperta Edizioni, Roma 2006.
4. **HENAFF MARCEL**, *Salario, giustizia, dono. Il lavoro dell'insegnante*, Ed. La città di Alice, Roma 2007.
5. **LEGENDRE PIERRE**, *Lo sfregio, Alla gioventù desiderosa... Discorso a giovani studenti sulla scienza e l'ignoranza*, G. Giappichelli Editore, Torino 2009.
6. **MAUSS MARCELL**, *Saggio sul dono, Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche*, Edizioni Einaudi, Milano 2002
7. **MONTANARI BRUNO**, *Luoghi della filosofia del diritto, Un manuale*, G.Giappichelli Editore, Torino 2009.
8. **RICOEUR PAUL**, *Percorsi per il riconoscimento*, Cortina Editore, Milano 2005.
9. **RICOEUR PAUL**, *Sé come un altro*, Jaca book, Milano 1993.
10. **SEQUERI PIERANGELO**, *L'umano alla prova. Soggetto, identità, limite*, Vita e Pensiero, Milano 2002.
11. **SHIVA VANDANA**, **Il bene comune della Terra**, Feltrinelli Editore, Milano 2006.
12. **ZANARDO SUSY**, *Il legame del dono*, V.&P. Edizioni, Milano 2004.