
Il dono ai tempi della Rete

Autore: Matteo Girardi

Fonte: Città Nuova

Parlare di gratis in Internet non significa necessariamente parlare di gratuità...

Su *La Lettura*, l'inserto domenicale del *Corriere della Sera*, del 4 Dicembre scorso, Carlo Formenti, con la scusa del Natale che imperversa per le strade ma (a guardare i dati di quest'anno) un po' meno nei negozi, porta all'attenzione dei lettori il dibattito in corso sul concetto di dono elaborato dall'economia civile e dall'"economia sociale di mercato", citata da Formenti, e la relazione che questo può avere con la cultura del gratuito che guida tanti utenti del web, soprattutto guru e cosiddetti hacker.

Gratis è proprio il titolo del libro, edito da Rizzoli nel 2009, di Chris Anderson, direttore di *Wired*, in cui viene menzionato il concetto di "scarsità adiacente": meglio non far pagare per ciò che qualcun altro potrebbe fornire gratuitamente, ma andare in cerca di remunerazione connessa: quasi sempre, per quel che riguarda la Rete, la pubblicità.

Internet, come ha spiegato Yochai Benkler, studioso di Harvard, con i suoi bassi costi di distribuzione e comunicazione, ha reso possibile l'accesso di milioni di persone a realtà che fino a pochi anni fa erano esclusivamente economiche ed ora sono anche "sociali"; e così oggi, consultare contenuti di enciclopedie e blog gratis, utilizzare motori di ricerca, applicazioni e software di ogni genere gratis, è percepito dall'utente di Internet come normale, per cui, soprattutto per chi produce contenuti e applicazioni, conviene cercare altri canali di ritorno economico, che non quello dell'acquisto diretto del bene.

Certo è che parlare di gratis in internet non significa necessariamente parlare di gratuità, dal momento che i due termini sono spesso l'opposto l'uno dell'altro, "poiché l'atto gratuito non corrisponde ad un prezzo nullo ma ad un'assenza di prezzo o, più propriamente, ad un prezzo infinito" (L. Bruni, *Dizionario di economia civile*, Città Nuova, 2010) e quindi non è così automatico né immediato il passaggio gratis-gratuità-dono, ma lo spunto sembra comunque molto interessante.

Innanzitutto per tentare di collocare il binomio dono-Rete entro un sistema (il dono in chiave strumentale tipico del mercato o il dono come mezzo simbolico utilizzato dai sistemi politico-amministrativi? Il dono del terzo settore, in cui prevalgono logiche cooperative spontanee o il dono con motivazioni di auto-realizzazione come è spesso quello delle reti familiari e informali? Cf. P. Donati, *Dono*, in *Dizionario di economia civile*, cit.). Inoltre il dibattito costringerebbe a confrontarsi con le obiezioni della modernità la quale ritiene che, nel suo codice simbolico, il dono possa essere solo gratuito ma che, contemporaneamente, la gratuità non esista.

Un paradosso, dunque. “Si parla di dono come enigma (Godelier), come violenza, come atto che uccide, in quanto pone il ricevente in una posizione di passività e sottomissione. (...) Varie correnti di pensiero, da J. Baudrillard a J. Derrida, interpretano il dono come morte: chi dona dovrebbe morire a se stesso, e ciò, per questi autori, è incomprensibile”. (P. Donati, *Dono*, in *Dizionario di economia civile*, cit.). L’articolo di Formenti chiude osservando che l’orizzonte del gratuito sembra inscindibile da quello dell’utopia.

In effetti però, il dono appare comprensibile solamente se calato nei contesti delle relazioni tra le persone, molto lontano dunque dai confini dell’utopia.

“La forza del dono non sta nella cosa donata o nel *quantum* donato – così invece nella filantropia o nell’altruismo – ma nella speciale qualità umana che il dono rappresenta per il fatto di essere relazione. È pertanto lo specifico interesse a dar vita alla relazione tra donatore e donatario a costituire l’essenza dell’azione donativa, la quale può bensì coltivare un interesse, ma questo ha da essere un interesse *per* l’altro, mai un interesse *all’altro*” (L. Bruni – S. Zamagni, introduzione al *Dizionario di economia civile*, cit.).

In Rete, dove le relazioni mediate dai social network potrebbero essere considerate come *pluslavoro* (ne ha parlato qui [Wu Ming 1 in un post molto discusso](#)) e l’informazione da queste prodotta come merce di scambio, tracciare i confini e la possibilità del dono e dell’interesse *per* e *all’altro*, diventa una sfida complessa, ma anche un lavoro necessario per acquisire consapevolezza dei meccanismi che regolano i rapporti che costruiamo, per tentare di comprendere meglio natura e peso delle relazioni in Internet.

(dal blog di [Matteo Girardi](#))