

EX ORDIUM

ESPERIENZE DI DONO NELLE PRATICHE DI COLLABORAZIONE, CONDIVISIONE E SOLIDARIETÀ IN RETE

di Lucia Maffione

L'antica pratica del dono si mostra, ancora oggi, con tutta la sua capacità pervasiva, seppur declinata nelle modalità espressive proprie degli ambienti comunicativi coevi.

Partendo dalla tesi secondo cui «i *media* sono ovunque. Noi stessi siamo i *media*» (Eugeni, 2015, p. 28), il presente saggio mira a riconoscere possibili declinazioni di “apertura” verso l'altro-dasé nei modi e linguaggi propri dei *social media*.

Il disincantato *homo digitalis* mostra, sempre più spesso, il bisogno di impegnarsi in pratiche di dono, condivisione e/o scambio di amicizia, tempo, aiuto reciproco, *know-how*, informazione, esperienza vissuta, contribuendo alla creazione di comunità fatte di legami, gratuità ed autentico altruismo. Nello specifico, progetti collaborativi di *crowd-science*, forme di solidarietà *online* oltretutto il diffuso *sharing* di conoscenza e/o informazione rappresentano le principali versioni *social* del dono analizzate nel presente articolo.

Dopo aver riconosciuto l'attuale e persistente protagonismo della pratica del dono all'interno dei *public* di rete, la riflessione giunge a definire obsoleta la dicotomica opposizione tra *homo oeconomicus* e *homo reciprocus*, come pure ad attribuire al contemporaneo *homo digitalis* straordinarie potenzialità di condivisione, pro-socialità e dono.

The ancient gift-giving practice shows – still today – its pervasiveness, though it adopts tools and modes of our communicative contexts.

Starting from the assumption that «Media are everywhere. We are media» (Eugeni, 2015, p. 28), the following essay is aimed at pointing out examples of altruism towards strangers within online environments of social media.

The disenchanted *Homo digitalis* shows, more and more, his inner need of engaging himself in practices of gift-giving, sharing friendship, time, mutual help, know-how, personal experiences, to create communities made up of free of charge ties and authentic empathy. More specifically, collaborative crowd-science projects, examples of online solidarity-based practises as well as the well-known act of sharing knowledge and/or information represent the main “social faces” of the gift, analysed throughout this article.

Finally, once recognized the current importance of the gift relationship within the online communities, the essay refuses the old-fashioned opposition between *homo oeconomicus* versus *homo reciprocus*, and it emphasises the contemporary *homo digitalis*'s extraordinary capabilities of sharing, soci-ability and altruism as a whole.

1. Premessa

«Non è possibile avviare o intraprendere alcunché,
niente può crescere e funzionare
se non nutrito dal dono».

Jacques T. Godbout, *Lo spirito del dono*

Prodromi di una consolante «morale del *dono-scambio*» possono essere individuati in lontani sistemi economici e giuridici del passato, laddove collettività umane «si obbligavano» tra loro, effettuando scambi non solo di «cose utili economicamente», ma «prima di tutto di cortesie, di banchetti, di riti». (Mauss, 1965/1991, p. 161). A tal proposito, Marcel Mauss spiega come, con il susseguirsi delle generazioni, «il clan, la tribù, i popoli sono riusciti [...] a contrapporsi senza massacrarsi» (p. 291), a rendere stabili i propri rapporti donando, ricevendo e ricambiando. In tale sistema di «prestazioni totali», gli individui ei gruppi si scambiavano ogni cosa tra loro determinando «il più antico sistema economico e giuridico che ci sia dato da constatare e di concepire» (Mauss, 1965/1991, p. 275).

All'arrivista uomo contemporaneo, abituato a pensare «la relazione con l'altro in termini puramente *strumentali*, quale *medium* necessario alla realizzazione dei propri interessi e desideri» (Bayertz & Baurman, 2002, p. XVIII) sfugge, spesso, che il coevo contesto postmoderno possa essere altresì letto, come spazio umano in cui liberare e/o riconoscere nuove forme di energia, «cooperazione e integrazione» (Bayertz & Baurman, 2002, p. XVIII), personali e altrui.

Una volta individuate suddette altruistiche potenzialità, la pratica del dono – oggetto della presente riflessione – può apparire meno utopistica, oltre che funzionale al superamento della dualistica idea di mondo incentrata sull'opposizione tra: identità-alterità, individuo-comunità, guadagno-perdita, servo-padrone, *do ut des*.

Ancora oggi, attraverso le molteplici declinazioni esistenziali, «non manca chi [...] ci offre il suo aiuto» (Bauman, 2005, p. 6), l'ostinato uomo-donante si ritrova, provvidenzialmente, a «sopprimere o trasmutare l'alterità di ogni Altro, [...] a cancellare le frontiere, a espellere la violenza dell'Essere» (Lévinas, 1962/2002, p. 99) e ad aprirsi a «ciò che Lévinas chiama *l'altrimenti che essere*, fuori dall'ontologia» (Ponzio, 2002, p. 50). Questo perché, come osserva Zygmunt Bauman (2005), l'individualità di ciascun uomo pare essere costantemente «gravata da un'*aporia* congenita, da una contraddizione *insanabile*» (p. 7): essa necessita dell'altro per esprimere la propria *individu-alterità*.

2. Il dono della/ nella cooperazione in rete

«Cerca la tua ricompensa
fra le ortiche sotto il sambuco...».
Shakespeare, *Tito Andronico*, II, 3

Il dono non è affatto un concetto nuovo, giacché anche in passato, in particolare nelle antiche morali epicuree, erano ricercati non tanto l'utilità materiale, quanto piuttosto il bene e il piacere. Solo in seguito, con l'affermazione del razionalismo e del mercan-

tilismo, gli pseudo-valori di profitto e individuo sono diventati determinanti. (Mauss, 1965/1991 p. 283).

Come spiega Mauss (1965/1991), «lo stesso termine interesse è recente, di origine tecnico-contabile [dal] latino “*interest*”, [...] si usava scrivere nei libri di conti, di fronte alle rendite da percepire» (Mauss, 1965/1991 p. 283). Sempre Mauss aggiunge ottimisticamente che «ancora non siamo diventati tutti esseri di questo genere. Sia presso la massa della nostra popolazione che presso le élites, la pura spesa irrazionale fa parte della pratica corrente» (Mauss, 1965/1991 p. 283). Suddetta «spesa irrazionale» si può concretizzare, oggi, anche attraverso attività collaborative *on line*, in cui le persone coinvolte «nelle relazioni di condivisione [...] sono meno interessate a chi prende cosa» o ai benefici che si potrebbero ricevere, ma pensano principalmente «ai bisogni dell'altro» (Anderson, Wilson & Akert, 1999, p. 404).

All'interno della società contemporanea, nonostante la prigionia dell'uomo narcisista nei propri egoismi (Bayertz & Baurman, 2002, p. XVII), è possibile individuare inedite forme di cooperazione ed integrazione. I *web citizens* contemporanei, infatti, «possono coordinare i propri interessi comuni» (Jenkins, Ito & Boyd 2016, p. 152) diventando membri di *participatory communities*. Come spiega il giornalista e scrittore James Surowiecki (2004), l'elemento interessante in tali comunità non risiede semplicemente nella collaborazione, quanto piuttosto nel fatto che in esse, «*we cooperate with strangers*» (p. 117). Questa collaborazione con degli sconosciuti, determina la formazione di una «*grassroots mobilitions*», di una mobilitazione d'idee ed azioni provenienti dal basso, attraverso cui «più persone [...] possono avere parola nella *governance* e nelle azioni collettive» (Jenkins et al., 2016, p. 182).

Caso paradigmatico di tale collaborazione/mobilitazione dal basso è rappresentato dal fenomeno del *citizen science* o *crowd searching*. Il sito Zooniverse.org, per esempio, rappresenta una delle più grandi piattaforme di *crowd science projects*, grazie alla quale ciascun individuo può collaborare alla realizzazione di progetti riguardanti diversi campi del sapere: arte, biologia, fisica, questioni climatiche, letteratura, medicina, scienze sociali etc. Tra i vari

progetti presenti sulla piattaforma, uno dei *most active* oltretutto dei più curiosi è quello denominato “Shakespeare’s world”. Si tratta di una ricerca collaborativa lanciata dalla *Oxford University Press* e dalla *Folger Shakespeare Library* di Washington D.C., le quali cercano volontari per trascrivere digitalmente manoscritti redatti da uomini e donne vissute ai tempi di Shakespeare. Trattasi di documenti scritti a mano e riguardanti i contenuti più disparati: corrispondenze personali, libri di ricette, documenti letterari o legali, scritti di famiglia etc.

Altro sito rappresentativo della centralità che sta assumendo la collaborazione gratuita tra persone in rete è <https://crowd.science/>, attraverso cui è possibile aderire a progetti scientifici con finalità umanitarie, ambientalistiche, animalistiche, educative etc.

Partecipare a suddette azioni collaborative *on line* permette a ciascun individuo di «*see making change as possible*» (Jenkins et al., 2016, p. 153), e di contribuire così alla diffusione di una visione del futuro più ottimistica e progressista.

3. Il dono della/ nella condivisione della conoscenza in rete

«Gratuità viene dal latino gratia [...] colui che è accolto con favore, che è gradito».
Jacques T. Godbout, *Lo spirito del dono*

Partendo dall’ipotesi secondo cui «i *media* sono ovunque. Noi stessi siamo i *media*» (Eugeni, 2015, p. 28), oggi, suddetta apertura verso l’altro-da-sé non può non declinarsi *anche* attraverso i modi ed i linguaggi propri dei *social media*, i quali hanno nella pratica della *condivisione* il proprio fulcro modale.

Coerentemente a questo, è possibile individuare un’inaspettata affinità semantica e/o prassica tra la pratica del dono e quella della condivisione dispiegata all’interno degli attuali *social network*. Enrico Menduni, in particolare, riconosce tracce dell’economia del dono e delle tre fasi di cui si compone (dare-ricevere-

ricambiare) nelle pratiche di *sharing* delle reti sociali di Internet, poiché entrambe «impostate sul concetto di reciprocità» (Menduni, Nencioni & Panozzo, 2015, p. 33). Nel *social network* più popolare, *Facebook*, è possibile individuare, infatti, «un folto armamentario di contenuti virtuali che ogni utente è in grado di donare ai propri amici [...] test, *poking*, veri e propri regalini virtuali» (Menduni, Nencioni & Panozzo, 2015, p. 33). Tale rituale rinnovato del “dono *social*” possiede una forte connotazione simbolica ed è diventato, oggi, uno degli strumenti principali attraverso cui «si rinsaldano o costruiscono legami e rapporti con le persone» (Menduni, Nencioni & Panozzo, 2015, p. 34).

Se si analizza la prassi della condivisione nel dettaglio, inoltre, si può notare come ciò che viene *con-diviso* è rappresentato da una o più forme di conoscenza/informazione e, poiché «l’informazione rappresenta la materia prima, la risorsa centrale» (Paccagnella & Vellar, 2016, p. 18) della nostra collettività sociale, allora la pratica dello *sharing* rivela tutta la propria funzionalità individuale e generale.

Un decisivo potenziamento della pratica del dono/condivisione in rete è avvenuto con la progressiva diffusione dell’*User-generated content*: una nuova modalità di “fruizione partecipata” attraverso cui si creano e/o condividono i testi mediali più disparati. L’affermarsi di «protocolli di comunicazione [non solo] basati sulla condivisione della cultura ma sulla cultura della condivisione» (Tongiani, 2017) ha reso oggi possibile lo scambio continuo e gratuito di sapere, determinando così l’avanzamento di un nuovo stile conoscitivo come pure di un inedito «spazio antropologico» (Lévy, 1996, p. 145) in cui l’*homo digitalis* non è né un *producer* né un *consumer*, bensì un *prosumer*¹.

Suddetta connessione concettuale tra pratica del dono e condivisione dell’informazione *on line* è illustrata dal sociologo della comunicazione Luciano Paccagnella (2016), il quale spiega come

¹ Espressione coniata da Alvin Toffler nel libro *The third wave* (1980): è una crasi dei termini *producer* e *consumer* che indica un consumatore che è a sua volta produttore o, nell’atto stesso che consuma, contribuisce alla produzione (http://www.treccani.it/enciclopedia/prosumer_%28Enciclopedia-della-Scienza-e-della-Tecnica%29/ [04 aprile 2018]).

«i membri delle comunità di pratica *online* “donano” il proprio lavoro per partecipare ad un progetto collettivo di cui condividono obiettivi ed etica sottostante. Danno così vita a una *produzione tra pari* [...] una forma di produzione alternativa al mercato [...] motivata da ragioni extraeconomiche» (p. 116). Tale condivisione di idee, saperi, esperienze ha permesso, col tempo, la diffusione di una «*participatory culture*» che permette al singolo di superare limitanti individualismi e di adottare l'ethos del «*doing it together*» accanto al «*doing it yourself*» (Jenkins et al., 2016, p. 181).

Il successo della *shared culture*, probabilmente, si deve al fatto che i suoi membri «considerano i propri contributi utili ed avvertono una specie di *social connection* con gli altri [...]» (Jenkins et al., 2016, p. 4). Come il filosofo francese Pierre Lévy (1996) aveva intuito, «le autostrade dell'informazione» danno ai singoli la possibilità di «costituire, gli uni per gli altri, una sorta di enciclopedia vivente, dar vita a progetti politici, stringere amicizie, cooperazioni» (p. 14). Non è però, soltanto una questione di «*toolset*» (Jenkins et al., 2016, p. 28), poiché «le tecnologie da sole non sono sufficienti a creare una cultura partecipativa. Le persone sono fondamentali» (Jenkins et al., 2016, p. 184). Chi dona/condivide il proprio tempo/sapere/informazione *on line* acquisisce una centralità determinante all'interno delle comunità di rete, poiché riesce ad «*achieve new ways of connections*» (Jenkins et al., 2016, p. 184) e a far progredire la conoscenza in maniera collettiva e collaborativa.

Tra le numerose iniziative di *peer production* presenti nel *web*, *Wikipedia*, *Youtube*, *Slideshare*, rappresentano solo alcuni degli strumenti/ambienti entrati ormai a regime nella nostra quotidianità. Essi danno la possibilità di donare *alias* con-dividere *know-how*, passioni, informazioni, competenze oltre che parte del proprio tempo vissuto a un Altro-da-sé non meglio identificabile. Suddetta pratica del *peer-to-peer sharing*, inoltre, consente l'emergere di «*tacit knowledge* [...] relativo ad un determinato luogo, occupazione o esperienza» e per questo «assolutamente prezioso» (Surowiecki, 2004, p. 71) per la collettività.

Grazie al sodalizio tra le reti sociali e la pratica del dono/condivisione della conoscenza, quindi, l'apprendimento reci-

proco diviene una forma di mediazione tra gli uomini e, «le identità diventano allora identità di sapere» (Lévy, 1996, p. 32), protagoniste attive all'interno di un circolo virtuoso di competenze.

4. *L'homo solidarius in Rete*

«Signore, il tempo, grasso mostro d'un ingrato,
ha sulla schiena una borsa dove infila elemosine
per dimenticarsene.

Quegli scarti sono le buone azioni passate,
divorate man mano son fatte, e, fatte,
dimenticate all'istante».

Shakespeare, *Troilo e Cressida*, III, 3

Volendo redigere un ipotetico bilancio della presenza di prassi solidaristiche all'interno della società odierna, esso non risulta del tutto negativo. Se è vero che la stagione contemporanea vede la progressiva «avanzata del Terzo settore, del volontariato, della mutualità» allora «tutto deve essere declinato in termini di solidarietà» e, anche le reti informatiche devono diventare solidali (Bayertz & Baurman, 2002, p. X).

Accostare Internet e solidarietà non si rivela difficile, poiché attributi quali libero, gratuito, spontaneo sono le qualità che caratterizzano l'esperienza del dono oltretutto la Rete stessa. In questo senso, l'intreccio tra comunità di rete, dono, altruismo e gratuità determina la diffusione di «nuove retoriche della solidarietà» (Bayertz & Baurman, 2002, p. X), perlopiù declinate nella dimensione dell'informale, che stanno consentendo nuove e profonde trasformazioni della realtà, esaltandone «le soggettività sociali» e le «relazioni intersoggettive» (Bayertz & Baurman, 2002, p. XXXVIII).

Se azioni di solidarietà, quindi, rappresentano, «il "cemento" che tiene insieme una società e ne fa un'unità» (Bayertz & Baurman, 2002, p. 3), una visione tecno-utopica (e forse ingenua!) può portarci a considerare i contemporanei *social media* quali potenziali alleati per realizzare un «mondo sociale [...] generato e organizza-

to soltanto a partire da doni scambiati da persone [...] che è compito del dono [stesso] trasformare in alleati» (Godbout, 1993, p. 168).

Come spiega lo scrittore canadese Jacques T. Godbout (1993), «l'individuo moderno è costantemente impegnato in rapporti di dono» (p. 121), numerosi sono gli esempi di azioni solidaristiche come pure di comportamenti prosociali realizzati attraverso la rete. Si tratta di azioni/doni intesi come emblemi di quella solidarietà e reciprocità umana spesso poco valorizzata e/o relegata al «dietro le quinte» dello scenario mediale.

Grazie alla diffusione e alle potenzialità di Internet e dei *social media*, il mondo del volontariato ha potuto compiere «un gigantesco salto di qualità» (Wallace, 1999/2017, p. 211); basti pensare all'utilizzo di piattaforme *online* da parte di organizzazioni *no profit* per reclutare volontari e segnalare le proprie richieste di aiuto. La rete, di conseguenza, è diventata un potente alleato per la diffusione e la realizzazione di comportamenti prosociali e di azioni finalizzate all'*altruismo*, inteso come «tentativo di aiutare gli altri senza tenere conto della propria sicurezza o del proprio interesse» (Anderson, Wilson & Akert, 1999, p. 377).

Suddetto proficuo sodalizio tra altruismo e Internet risulta molto fruttuoso poiché è in grado di declinarsi in concreti fenomeni socialmente edificanti. Ad esempio, il *global database* Volunteermatch.org consente di creare un ponte virtuale tra potenziali volontari ed organizzazioni *no profit* che ricercano *supporters*; grazie alla rete, tali organizzazioni umanitarie possono «ampliare la portata della [propria] ricerca [...] e massimizzare gli sforzi di reclutamento» (Wallace, 1999/2017, p. 211).

Ulteriore esempio di comportamento prosociale in Internet è rappresentato dalla presenza di gruppi di sostegno in rete. Come spiega Patricia Wallace

i gruppi di sostegno *online* fioriscono su Facebook, sui forum di discussione, su *Google Hangouts* [...]. Nascono per dare sostegno a persone che hanno in comune una malattia, un problema personale o un'altra qualsiasi difficoltà; e i loro membri si scambiano informazioni e si forniscono reciprocamente sostegno emotivo (Wallace, 1999/2017, p. 216).

A proposito dell'altruismo, Gregory Bateson ha notato che esso «entra in gioco con più probabilità [...] quando avvertiamo *empatia* per la persona bisognosa di aiuto» (Anderson, Wilson & Akert, 1999, p. 383) e, se questo è vero, allora anche *alcune* comunità di rete, dedite alla promozione di comportamenti prosociali servono per mettere in discussione la tesi secondo cui: «l'ambiente dei media digitali influenzi negativamente le relazioni sociali» (Gardner & Davis, 2014, p. 113) e favorisca una riduzione delle capacità empatiche.

Anche l'“alienante” tecnologia può – se opportunamente usata – creare le condizioni favorevoli per lo sviluppo di empatia ed incoraggiare il verificarsi di azioni/doni prosociali.

5. L' *Homo reciprocus-digitalis*

«Devo dire, signora, e ve lo dico senza infingimenti,
quanto sia nobile e sincera in voi l'amicizia,
questo divino dono degli umani».
Shakespeare, *Il Mercante di Venezia*, II, 4

L'antica pratica del donare all'Altro-da-sé si mostra, ancora oggi, con tutta la sua capacità pervasiva e – come ovvio che sia – appare declinata nelle modalità espressive proprie dei contesti comunicativi coevi.

Alla luce della presente riflessione, si può notare come persino il disincantato *homo digitalis* senta, sempre più spesso, il bisogno di liberarsi dalle “catene dell'utilitarismo” per impegnarsi in pratiche di condivisione, scambio e/o dono di: amicizia, aiuto reciproco, tempo, *know-how*, informazione, esperienza vissuta contribuendo così alla creazione di comunità, fatte di legami, di gratuità e di autentica solidarietà. L'attuale e persistente importanza della pratica del dono, quindi, risiede nella sua capacità di permettere a ciascun individuo «di appartenere a un insieme più vasto, di ristabilire il rapporto, di diventare membro» (Godbout, 1993, p. 276) attivo di

comunità potenzialmente illimitate e sempre aperte ad accettare nuove collaborazioni.

Se da un lato è difficile abbandonarsi all'utopia prospettata da Lévy (1996) il quale considera le autostrade dell'informazione portatrici di un profondo rinnovamento delle «modalità del legame sociale» oltreché preziosi strumenti per «aiutare a risolvere i problemi nei quali si imbatte oggi l'umanità» (p. 15), è possibile però, decretare come ormai obsoleta l'oppositiva dicotomia tra *homo reciprocus* e *homo oeconomicus* e riconoscere al coevo *homo digitalis* straordinarie potenzialità nel creare relazioni di condivisione, dono e pro-socialità all'interno dei variegati *public* di rete.

L'ancestrale e misteriosa tensione verso l'altro-da-sé, infine, rende l'*homo reciprocus-digitalis* protagonista di un inedito e rinnovato «umanesimo dell'alterità» (Ponzio, 2002, p. 50), permettendo alla pratica del *dono* di realizzarsi e/o di spiegarsi efficacemente all'interno dei coevi contesti sociali e comunicativi.

Bibliografia

- Anderson E., Wilson T., & Akert R. (1999). *Psicologia Sociale*. Bologna: il Mulino.
- Bauman Z. (2005). *Vita liquida*. Bari: Laterza.
- Bayertz K., & Baurman M. (2002). *L'interesse e il dono*. Torino: Einaudi.
- Eugeni R. (2015). *La condizione postmediale*. Milano: La Scuola.
- Gardner H., & Davis K. (2014). *Generazione App*. Milano: Feltrinelli.
- Godbout J.T. (1993). *Lo spirito del dono*. Paris-Montréal: Bollati Boringhieri.
- Jenkins H., Ito M., & Boyd D. (2016). *Participatory culture in a Networked Era*. Cambridge: Polity Press.
- Lévinas E. (2002). Trascendenza e altezza. In A. Ponzio (a cura di), *Dall'altro all'io* (pp. 99-122). Roma: Meltemi. (Original work published 1962).
- Lévy P. (1996). *L'intelligenza collettiva. Per un'antropologia del cyberspazio*. Milano: Feltrinelli.
- Mauss M. (1991). *Teoria generale della Magia*. Torino: Piccola Biblioteca Einaudi. (Original work published 1965).
- Menduni E., Nencioni G., & Panozzo M. (2015). *Social Network Facebook, Twitter, Youtube e gli altri: relazioni sociali, estetica, emozioni*. Milano: Mondadori.
- Paccagnella L., & Vellar A. (2016). *Vivere on line. Identità, relazioni, conoscenza*. Bologna: Il Mulino.

- Ponzio A. (2002) (a cura di). *Dall'altro all'io*. Roma: Meltemi.
- Shakespeare W. (1987). *Il Mercante di Venezia*. Milano: Garzanti, II, 4. (Original work published 1605).
- Shakespeare W. (1989). *Tito Andronico*. Milano: Garzanti, II, 3. (Original work published 1595).
- Shakespeare W. (1994). *Troilo e Cressida*. Milano: Garzanti, III, 3. (Original work published 1609).
- Surowiecki J. (2004). *The wisdom of Crowds*. London: Abacus.
- Tongiani S. (2017). L'internet-meme nella galassia della postproduzione contemporanea. *Cinergie-Il Cinema e le altre Arti*, 6, 11, 45-56. Disponibile in: <https://cinergie.unibo.it/article/view/7385> [28 marzo 2018].
- Wallace P. (2017). *La psicologia di Internet*. Azzate: Cortina. (Original work published 2000).