

Società Il nostro Paese non ha una cultura del «pubblico» ma del «comune», non inteso come livello amministrativo locale
Il caso positivo di Genova nella vicenda del ponte da ricostruire

GLI OBIETTIVI COMUNI CHE FANNO GRANDE L'ITALIA

Mauro Magatti

Come ha pubblicamente riconosciuto la Merkel, nei mesi scorsi l'Italia ha dato prova di grande disciplina. Dobbiamo esserne orgogliosi. È vero che all'inizio siamo stati colti di sorpresa e che il sistema sanitario, specie in Lombardia, ha mostrato gravi lacune che ci sono costate molte vittime (molte più che in Germania, ad esempio). Ma è pur vero che abbiamo saputo reagire: non solo grazie alle decisioni restrittive prese dal governo, ma anche e soprattutto grazie allo sforzo enorme del personale sanitario e alla partecipazione dei cittadini, l'Italia è uno dei Paesi usciti meglio e tutto sommato in fretta dal picco della crisi. Al punto da essere oggi considerata un esempio a livello internazionale.

Adesso, in Italia come in Europa rischiamo una ricaduta. Per questo è necessario recuperare lo spirito che ci ha permesso di superare l'emergenza di questa primavera. Anche se è giusto deprecare quelli che sono i nostri notissimi difetti — di cui già scrisse Giacomo Leopardi — forse quello che è accaduto può essere l'occasione per capire meglio chi siamo, i nostri punti di forza e di debolezza.

L'argomento che vorrei sostenere è che l'Italia non ha una cultura del «pubblico» ma del «comune». Dove con questo termine non intendo tanto il livello dell'amministrazione locale (non a caso ancora oggi la parte migliore della nostra organizzazione istituzionale), quanto piuttosto il modo in cui noi italiani ci rappor-

tiamo rispetto agli altri e alla realtà circostante. La cultura del pubblico è quella tipicamente moderna, illuminista e liberale. Che trova realizzazione soprattutto nei Paesi a tradizione protestante (Usa, Regno Unito, Nord Europa e poi nella Francia laica e nella Germania kantiana). Queste tradizioni partono da un'idea di regola astratta, di legge universale, di principi che vengono poi interiorizzati dalla singola coscienza, sulla quale ricade la responsabilità della loro rigida applicazione. Da qui derivano società efficienti, dove ciascuno fa il suo dovere e la cosa pubblica è ben organizzata. E dove, per conseguenza, difetta sempre un po' la fantasia. Le code ordinate alle fermate dell'autobus

alla libera interpretazione della norma, da noi finisce che sull'autobus ci salgano per primi i soliti furbi, o i prepotenti.

Tutto ciò si traduce in fatti molto concreti: l'Italia è il Paese dove l'enorme ricchezza privata convive con un gigantesco debito pubblico; dove la genialità è il lato luminoso di una cronica disorganizzazione; dove l'interesse di parte (famiglia, gruppo, partito, territorio) prevale (quasi) sempre su quello collettivo. Ecco dunque la forza e la debolezza del comune, come mediazione tra l'universale e il particolare: quando riesce, origina la varietà e il pluralismo. Ma quando fallisce, produce segregazione sociale.

Cosa c'entra tutto questo con la

adottare comportamenti adatti per contenere la diffusione dell'infezione.

Adesso, attenuatasi l'emergenza, il rischio è che riemerge il nostro difetto di sempre: e cioè la divisione, la difesa dell'interesse particolare, l'assalto alla diligenza del denaro pubblico. Cioè il degrado del comune.

In questa prospettiva, il problema che abbiamo è allora quello di domandarci come sia possibile tenere vivo il senso di ciò che è comune. È un problema antico che in Italia ritorna di continuo. Sarebbe già importante averne contezza e provare ad affrontarlo. Qui mi limito a sottolineare due suggerimenti. In primo luogo, occorre avere una narrazione che faccia vedere la concretezza di una convergenza di interessi diversi rispetto a priorità condivise. Non è stato forse il collante di un chiaro obiettivo comune ciò che ha tenuto insieme Genova nella vicenda del ponte? In secondo luogo, è importante creare forme di governance che facciano emergere e sostengano questo senso di comunanza, mettendolo a valore. In una società avanzata, ci sono molte dimensioni che possono essere riorganizzate nella forma di «beni comuni»: dalla sanità all'acqua, dai trasporti all'educazione, dai beni culturali alla qualità dell'aria. Su questo fronte, c'è da innovare molto e in fretta.

Quando la smetteremo di voler copiare gli altri che non siamo, forse potremmo riuscire a diventare quel grande Paese che ogni tanto siamo capaci di essere. Ma perché questo accada, occorre ricordarsi che l'Italia prospera solo quando è capace di riconoscere, al di là del privato e del pubblico, il comune come ciò che tiene insieme, nella tensione, l'universale e il particolare.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Compromessi
Le nostre matrici culturali ci insegnano che l'universale deve sempre trovare una mediazione col particolare

sono la rappresentazione icastica di questo modello: qualcosa che lascia noi italiani ancora oggi increduli e ammirati.

L'Italia, invece, esprime una cultura dove la norma generale viene sempre mediata dal contesto. C'è il principio e c'è la realtà. Questo perché le matrici della nostra cultura — latina, mediterranea e cattolica — ci insegnano che l'universale deve sempre trovare una mediazione col particolare. Naturalmente, questa mediazione non sempre ha successo. E così il comune facilmente degrada in particolarismo e, alla fine, in sopraffazione. Non mettendoci in coda e lasciando tutto

Pandemia
Di fronte alla concretezza della malattia, tutti hanno riconosciuto l'interesse del proteggersi reciprocamente

pandemia? Io credo che si possa sostenere che proprio questa nostra cultura del comune ha aiutato l'Italia a fare meglio di altri. Di fronte alla concretezza della malattia — percepita da tutti come reale — non si è trattato di rispettare una regola astratta. Molto concretamente, tutti hanno riconosciuto l'interesse del proteggersi reciprocamente. È stata dunque la coincidenza (in Italia sempre difficilissima da raggiungere) tra interesse privato e interesse collettivo — che ha fatto emergere ciò che avevamo davvero tutti in comune — a spingere le persone a rispettare le regole anche al di là del dovuto e ad