

ALBERTO OLIVERIO
(Università di Roma La Sapienza)

COSA SIGNIFICA DESIDERARE?

È nella natura del desiderio di non poter essere soddisfatto,
e la maggior parte degli uomini vive solo per soddisfarlo
Aristotele

Per ogni desiderio ci si deve porre questa domanda:
che cosa accadrà se il desiderio sarà esaudito, e che cosa se non lo sarà?
Epicuro

Il desiderio è al centro dei pensieri e delle azioni umane ma la sua definizione è tutt'altro che facile: Platone, nella *Repubblica*, parla di una bestia multiforme e dalle molte teste (policefala), e lo condanna come tipico della parte più bassa dell'anima e degli strati più spregevoli della comunità. Per Spinoza, invece, è l'essenza stessa dell'uomo. La difficoltà di definire il desiderio deriva sia dalle sue complesse relazioni con i bisogni e le pulsioni sia dal fatto che esso si può caratterizzare in aspetti paradossali: una sorta di repulsione che attrae. Il desiderio ha aspetti sfaccettati, quello dell'amore, del sesso, della voluttà, della curiosità, della speranza, e ha la dimensione dello slancio contraddistinto da un flusso incessante. Il desiderio si caratterizza per la violenza delle passioni ma anche per la misteriosa attrazione esercitata dall'oggetto, anche un oggetto materiale, e dalla serenità che subentra nel momento della sua realizzazione, come indica Dante nel XXXIII canto del *Paradiso* nel momento in cui San Bernardo lo guida verso la contemplazione divina:

E io ch'al fine di tutt' i disii
appropinquava, sì com' io dovea,
l'ardor del desiderio in me finii.

Dal punto di vista etimologico il verbo latino *desiderare* assomma il *de-* privativo e *sidera*, gli astri. Nella sua forma primigenia il suo significato è dunque stato quello di smettere di contemplare le stelle, ovviamente a scopo augurale, per poi significare 'prendere atto dell'assenza di', associato a una sensazione di rimpianto. Ma

in sostanza all'idea originale di 'rimpiangere l'assenza' è subentrata una connotazione più positiva, la prospettiva di 'cercare di ottenere, sperare di', già evidente nella lingua latina di cui fanno parte immagini astrali come *lunam petere*, volere la luna. In questo senso il verbo desiderare, come indica il dizionario della lingua italiana di De Mauro, entra a far parte della nostra lingua verso la fine del tredicesimo secolo per riferirsi a un coacervo di stati o situazioni che vanno dall'appetito al bisogno, dalla fame all'inclinazione, dalle passioni alle tentazioni, a seconda che ci si muova in ambiti laici o religiosi. Ma quel che è certo è che man mano si afferma il concetto che ogni desiderio ha un oggetto e che ogni oggetto assomma in sé una serie di caratteristiche che lo rendono desiderabile agli occhi di una particolare persona. L'oscuro oggetto del desiderio, per usare le parole di Luis Buñuel, ha infatti una dimensione fortemente individuale, denuncia relazioni e radici che possono affondare nel passato di una persona, cosa che sottolinea il fatto che spesso nel desiderio vi sono aspetti irrazionali che rimandano al mondo soggettivo e intimo del 'soggetto del desiderio', una dimensione che è talora ancor più oscura di quella dell'oggetto.

Sigmund Freud, nel suo classico saggio sull'interpretazione dei sogni, distingue tra sogni di comodità, in cui il desiderio è concreto e palese, e sogni in cui l'oggetto del sogno è mascherato dalla censura onirica:

È facile dimostrare che spesso i sogni si rivelano, senza alcuna maschera, come appagamenti di desideri; cosicché ci si può meravigliare che il linguaggio dei sogni non sia stato già compreso da lungo tempo. Per esempio, c'è un sogno che io posso produrre in me quando voglio, per così dire sperimentalmente. Se la sera mangio sardine, olive o qualsiasi altro cibo molto salato durante la notte mi viene sete e mi sveglio. Ma il mio risveglio è preceduto da un sogno che ha sempre lo stesso contenuto cioè che sto bevendo. [...] La sete dà vita al desiderio di bere ed il sogno mi mostra quel desiderio soddisfatto compiendo una funzione, che è facile indovinare: io dormo profondamente e non sono solito farmi svegliare da qualsiasi bisogno fisico. Se posso calmare la mia sete sognando di bere allora non ho bisogno di svegliarmi per soddisfarla. Questo, dunque, è un sogno di comodità. Il sognare ha preso il posto dell'azione, come succede spesso in altri casi della vita.¹

¹ S. Freud, *L'interpretazione dei sogni*, tr. it. di A. Ravazzolo, Roma, Newton Compton, 1986, pp. 130-137.

Ma questi sono per Freud esempi di desideri banali: persino le oche desiderano e sognano il granturco, indica con umorismo. La maggior parte dei sogni, invece, rimandano a desideri mascherati, sessuali, di potere, legati alla paura e aprono quindi la porta all'interpretazione dell'inconscio.

La razionalità del desiderio

Il desiderio, inoltre, è un desiderio di qualcosa ma al tempo stesso è anche il desiderio di qualcos'altro rispetto all'oggetto desiderato o, come indica Freud, all'oggetto palese. Esso ha dunque due dimensioni, una che comporta un aspetto più o meno consapevole, un'altra più sfuggente, dai contorni incerti. Per quanto riguarda la prima dimensione essa rimanda allo sforzo che si compie, un impulso che spinge gli esseri umani a volere ciò che permette loro di 'accrescere la propria potenza'. Si tratta di una dimensione su cui Spinoza si è soffermato nell'*Etica*:

Questo sforzo, quando si riferisce alla sola anima si chiama *Volontà*; ma quando si riferisce allo stesso tempo all'anima e al corpo si chiama *Appetito*: l'appetito non è altro che l'essenza stessa dell'uomo dalla cui natura ne consegue necessariamente che si tratta di ciò che serve alla sua conservazione, e l'uomo è pertanto determinato a conseguirla. Per di più non vi è alcuna differenza tra desiderio e appetito, se non che il desiderio si riferisce generalmente agli uomini, in tanto che essi hanno coscienza dei propri appetiti e può, per tale ragione, essere definito in questo modo: il desiderio è l'appetito associato alla sua stessa coscienza.²

Per Spinoza il desiderio è un vero motore dell'essere, ciò che spinge ognuno di noi a realizzare ciò che riteniamo possa essere la causa del benessere, della gioia: è questa caratteristica che dovrebbe permettere di riconoscere o ipotizzare l'esistenza di un bene verso cui tendere. Come nota il filosofo, «è dunque stabilito da tutto ciò che noi non ci sforziamo invano, che non vogliamo, non appetiamo e non desideriamo alcuna altra cosa che non giudichiamo buona: *ma, al contrario, giudichiamo che una cosa è buona perché ci sforziamo di raggiungerla, la vogliamo, appetiamo, desideriamo*»³. Per questo motivo una persona che desidera un oggetto particolare non dovrebbe desiderarne un altro, anche se quest'altro ha una serie di proprietà che lo rendono, da un punto di vista esterno, più desiderabile del primo. Ma in realtà il desiderio

² Cfr. B. Spinoza, *Etica*, tr. it. di P. Sensi, Roma, Armando, 2008.

³ Cfr. *ibid.*

nasce e si sviluppa in quanto si intravede la possibilità di raggiungere, per il tramite di un oggetto specifico, qualcosa d'altro: in questo senso il desiderio non è separabile dalle attività che esso genera, il che, ancora una volta, sottolinea il fatto che le motivazioni del desiderio non sono mai del tutto evidenti, consapevoli.

Il desiderio come vuoto ontologico

La razionalità e la linearità della concezione di Spinoza pongono dunque in ombra gli aspetti inconsapevoli o non esplicitamente dichiarati del desiderio e ignorano inoltre un aspetto che ha oggi un ruolo centrale nella psicologia dinamica ma che affonda le sue radici sin nella filosofia di Platone. Si tratta del vuoto ontologico che caratterizza la condizione umana, il nostro rapporto col tempo, con lo spazio, con l'altro. D'altronde, senza questo vuoto non sarebbe nemmeno possibile ipotizzare l'esistenza, la dimensione dell'io. Il desiderio, infatti, non rappresenta una connotazione negativa dell'essere umano, un aspetto compulsivo del suo essere: è il desiderio che caratterizza la sua umanità, che lo fa uomo. È Platone a notare nel *Simposio* come il desiderio non sia tanto – o soltanto – legato alla volontà di possesso, alla proprietà come realizzazione di un vero soddisfacimento, ma al senso di vuoto: e in questo senso il desiderio ha una capacità generatrice, sino a portare dal vuoto all'eccesso. Questa lettura del desiderio è anche al centro del pensiero di Lacan⁴, che indica come il desiderio sia ciò che si origina nel momento in cui ci si rende conto che la domanda è ben superiore al soddisfacimento del bisogno e che esiste ancora e sempre qualcosa da desiderare.

Il desiderio, insomma, non è una 'cosa' determinata una volta per tutte, è invece uno stato di tensione che caratterizza l'esistenza umana, i rapporti di un individuo con il mondo che lo circonda e con gli altri. È per tale motivo che il desiderio non è assimilabile ai bisogni o alle pulsioni: spesso non ha un fine preciso, non può essere ridotto alla soppressione di uno stato di tensione, non è determinato a priori e non è identico in tutti gli individui. Inoltre, non è un fenomeno essenzialmente biologico e nemmeno una scelta volontaria: ha una qualche parentela con le scelte razionali, ma diversamente dalle azioni volontarie non sfugge ai condizionamenti e alle contingenze. Certo, esiste sempre un processo di elaborazione interna dei desideri che segue una sua logi-

⁴ Cfr. J. Lacan, *Ecrits*, Paris, Seuil, 1966, p. 804.

ca, anche se questa non è riducibile a un algoritmo secondo cui una persona persegue l'oggetto del desiderio e lo raggiunge o almeno tenta di raggiungerlo sulla base di una serie di passi lineari: in realtà la persona può non avere ben presente il contenuto dell'oggetto o può indirizzarsi verso un altro oggetto perdendo di vista il primo, magari anche rimpiangendolo...

Noi non riusciamo a cambiare le cose secondo il nostro desiderio, ma gradualmente il nostro desiderio cambia – commenta Marcel Proust ne *Alla ricerca del tempo perduto*. E, in effetti, una delle caratteristiche del desiderio è che esso evolve nel tempo, come d'altronde l'io: durante la propria esistenza il soggetto cerca di costruire uno spazio che delinea il suo io, tenta di definire le proprie particolarità, ma al tempo stesso vorrebbe rassomigliare agli altri, cerca di realizzarsi, di lasciare una traccia, in ultima analisi di sopravvivere. Ma succede spesso che il senso della vita ci sfugga, che non si comprenda ciò che si vuole al di fuori delle richieste e delle aspettative degli altri. Ogni individuo è a un tempo un soggetto consapevole che ha accesso alla propria vita mentale e un soggetto inconsapevole: le sue scelte possono rivelare solo a posteriori i suoi obiettivi, la verità del soggetto, e dei suoi desideri, si esprime attraverso l'ambivalenza delle sue azioni e le contraddizioni dei suoi propositi⁵.

Desiderio, motivazione, credenze

Sin dai tempi di Hume la motivazione ad agire rappresenta una dimensione fondamentale del desiderio. Saremmo motivati a fare qualcosa soltanto se abbiamo il desiderio di farlo: non basta pensare che una particolare azione sia richiesta dalla situazione in cui ci troviamo o che sia necessaria per qualche ragione, come sostiene il cognitivismo ortodosso. Le credenze, cioè gli stati cognitivi, non sarebbero infatti sufficienti, da sole, per spingerci ad agire. Ciò non implica che sia sufficiente avere un desiderio per essere motivati ad agire: è necessario conoscere quali sono i mezzi necessari per soddisfarlo e avere una credenza in proposito. Ad esempio, se vado al ristorante per soddisfare un mio desiderio alimentare, diciamo mangiare una polenta ai funghi, devo anche credere che in quel ristorante possano avere nel menu un piatto del genere. Ma, secondo Hume, e i sostenitori della cosiddetta teoria

⁵ Cfr. M. Marzano, *Je consens, donc je suis. Ethique de l'autonomie*, Paris, PUF, 2006.

humeana⁶, desiderio e credenza hanno ruoli diversi: nella motivazione il desiderio dà una spinta all'azione mentre una credenza può soltanto dare una direzione alla spinta motivazionale, non generarla.

A questo modo di guardare alla motivazione – e ai desideri – si oppone il cognitivismo puro, di cui Jonathan Dancy⁷ è il più noto sostenitore. Anche i cognitivisti sostengono che desideri e credenze sono stati mentali distinti, ma ritengono anche che il desiderio non dia la spinta ad agire e non contribuisca alla motivazione: provare un desiderio sarebbe soltanto la dimostrazione che siamo motivati ad agire. La motivazione, invece, originerebbe soltanto da stati mentali cognitivi, ovverosia da credenze relative ai fatti: le credenze eserciterebbero quindi un ruolo attivo mentre i desideri sarebbero inattivi. La discussione sul ruolo di desideri e credenze in rapporto all'azione ha un notevole impatto anche sull'etica⁸. Nelle scelte etiche, infatti, esistono due funzioni: una normativa (che ci indica cosa dovremmo fare guidando le nostre scelte e il comportamento) e una motivante (che ci spinge ad agire in un modo particolare). Ora, alcuni sostengono che può esserci una ragione a fare qualcosa soltanto se si ha il desiderio di farla in quanto il legame tra ragione e desiderio motivante sarebbe essenziale ('internalismo delle ragioni'). Nella posizione opposta ('esternalismo delle ragioni') si sostiene invece che sia possibile che ci sia una ragione perché facciamo qualcosa anche se non abbiamo desiderio di farla, come affermano Dancy e in termini diversi Nagel⁹, che negano il ruolo motore del desiderio.

Chi sostiene che la motivazione abbia sempre origine dal desiderio deve mostrare che quest'ultimo ha un ruolo preponderante nello spingerci all'azione e che esso è uno stato mentale distinto dalla credenza: la differenza tra desiderio e credenza consiste nel fatto che un desiderio è soddisfatto se lo stato delle cose che viene presentato in esso diventa reale, mentre una credenza è vera se lo stato delle cose che essa rappresenta corrisponde a quello reale¹⁰. In altre parole, il desiderio è uno stato mentale a cui il mondo deve

⁶ Cfr. P. Donatelli, *La filosofia morale*, Roma - Bari, Laterza, 2001; P. Donatelli - E. Lecaldano (a cura di), *Etica analitica. Analisi, teorie, applicazioni*, Milano, Led, 1996.

⁷ Cfr. J. Dancy, *Ethics without principles*, Oxford, Clarendon Press, 2004.

⁸ Cfr. L. Ceri, *Ragioni e desideri. La teoria della motivazione nell'etica contemporanea*, Bologna, Il Mulino, 2008.

⁹ Cfr. T. Nagel, *La possibilità dell'altruismo*, tr. it. di R. Scognamiglio, Bologna, Il Mulino, 1970.

¹⁰ L. Ceri, *op. cit.*, p. 144.

adattarsi e implica una forma di adattamento *mondo-a-mente*, mentre una credenza è soddisfatta se rappresenta in modo veritiero lo stato delle cose, implica cioè un adattamento *mente-a-mondo*.

Lo psicologo americano Abraham Maslow¹¹ ha compiuto una delle analisi più approfondite sugli aspetti autodiretti della motivazione basata su due punti fondamentali: l'esistenza di una motivazione alla crescita e di una gerarchia di bisogni. Questi ultimi si situano lungo una scala che inizia da quelli iniziali, essenzialmente fisiologici, per proseguire con i bisogni di sicurezza di appartenenza, di amore, di stima, di autorealizzazione, di sapere, di capire, fino a quelli estetici. Secondo Maslow, quando gli individui hanno soddisfatto i bisogni minimi da 'carezza' (fisiologici, di sicurezza, di appartenenza, amore, stima) si sentiranno motivati a soddisfare i bisogni di crescita più elevati o di 'essenza': autorealizzazione, conoscenza, comprensione, estetica. Questa fase della motivazione non originerebbe quindi da una mancanza, ma da un desiderio di soddisfare bisogni più elevati, di 'essere' in modo più pieno.

I desideri e il cervello

Il desiderio, come abbiamo accennato, ha diverse facce e mattoni che contribuiscono alla sua costruzione. Uno di questi è ciò che Berlyne¹² ha definito la «motivazione di curiosità», la fame di stimoli nuovi che contrastano la monotonia. Si tratta di una delle caratteristiche del cervello evoluto dei mammiferi superiori che si oppone a quella mancanza di stimoli che sono essenziali a lubrificare la 'macchina cerebrale' per tenerla in efficienza. A tal punto il cervello ha bisogno di novità che è in grado di produrne anche durante il sonno, quando i suoi nuclei profondi bombardano le trame cerebrali, contribuendo così ad attivare i circuiti della memoria, a riportare alla luce le esperienze e a generare i sogni. Nel corso della veglia, invece, l'immaginazione e la fantasia sono in grado di anticipare le conseguenze di azioni possibili, ovvero sia di delineare oggetti del desiderio, oggetti che vanno dalla sfera sessuale alla realizzazione di quei sogni-desideri che hanno a che vedere con la realizzazione dell'io.

¹¹ Cfr. A.H. Maslow, *A theory of human motivation*, «Psychological Review» 50 (1943), pp. 370-396.

¹² Cfr. D.E. Berlyne, *Conflitto, attivazione e creatività*, tr. it. di P. Campioli, Milano, Franco Angeli, 1971.

In questi ultimi anni gli psicobiologi hanno posto in luce alcuni meccanismi nervosi che vanno dalla capacità di rispecchiare i comportamenti motori degli altri attraverso i neuroni specchio descritti dal gruppo di Giacomo Rizzolatti¹³ all'attivazione di neuroni puramente percettivi coinvolti nella percezione di azioni complesse. La conoscenza di questi meccanismi ha consentito di inquadrare sotto una nuova luce alcuni aspetti dei desideri che riguardano una dimensione interpersonale della mente che dipende appunto dall'entrata in funzione di sistemi cerebrali che vanno dal rispecchiamento delle azioni altrui alla capacità di riconoscere le emozioni sulla base delle espressioni facciali e del comportamento di una persona, in primo luogo la paura, o di provare disgusto attraverso l'entrata in funzione dell'insula dell'emisfero destro¹⁴. Giorello e Sinigaglia¹⁵ hanno sottolineato come queste conoscenze non si limitino a chiarire i rapporti tra percezione e movimento degli arti o dei muscoli implicati nelle espressioni facciali ma abbiano anche un significato più vasto: la percezione non sarebbe confinata al mondo visivo ma, attraverso le interazioni con sistemi finalizzati al movimento, costituirebbe un 'invito all'azione'. Questo impegno motorio ha dunque un significato filosofico più vasto: George Berkeley sosteneva che *esse est percipi et percipere*, un'affermazione che non si limitava a contestare che la percezione fosse un fatto essenzialmente visivo, ma che si opponeva a considerarla come un fatto meramente passivo¹⁶; nell'ambito dei desideri potremmo notare che l'osservare le azioni altrui può essere contagioso, indurre desideri, porci quasi in sintonia con lo stato mentale della persona che osserviamo.

Accanto a questa dimensione interpersonale le nostre conoscenze sulla biologia dei desideri sono state arricchite dalla comprensione di quei meccanismi somatici che, come indica Antonio Damasio, svolgono un ruolo fondamentale nel dirci che siamo emozionati. Già Hume, nel suo *Trattato sulla natura umana*, sosteneva che quando desideriamo qualcosa proviamo anche un'emozione, una propensione verso di essa: alla luce delle teorie e degli

¹³ Cfr. G. Rizzolatti - L. Fogassi - V. Gallese, *Cortical mechanisms subserving object grasping and action recognition: a new view on the cortical motor functions* (2009), in M. Gazzaniga (ed.), *The new cognitive neurosciences*, Cambridge, The MIT Press, pp. 539-552.

¹⁴ Cfr. A. Oliviero, *Geografia della mente*, Milano, Raffaello Cortina, 2008.

¹⁵ Cfr. G. Giorello - C. Sinigaglia, *Perception in action*, «Acta Bio Medica» 78 (2007), pp. 49-57.

¹⁶ Cfr. *ibid.*, p. 55.

studi di Antonio Damasio¹⁷, è l'emozione che contribuisce a 'incarnare' il desiderio, a connotarlo e dargli quella pregnanza di cui sarebbe incapace la sola sfera cognitiva, la pura ragione. D'altronde, ci sono desideri che proviamo senza sapere di averli, desideri inconsci, opachi alla ragione, e desideri mascherati che non prendiamo in considerazione o ci rifiutiamo di analizzare perché essi suscitano un senso di vergogna, perché comportano paure inaffrontabili o, più semplicemente, perché sono in contrasto con l'immagine che abbiamo di noi stessi, l'immagine che ci siamo dati e che ha una dimensione pubblica.

Anche a livello di desideri inconsci il rapporto tra emozione e desideri è particolarmente significativo: la nostra mente nota quelle situazioni in cui si verifica l'inatteso, i momenti in cui il nostro procedere verso gli scopi che ci siamo dati viene accelerato o bloccato. Secondo Damasio, che nega la dicotomia emozione-ragione, la ragione è guidata dalla valutazione emotiva delle conseguenze dell'azione, ad esempio tesa a soddisfare un desiderio. Cartesio sosteneva un dualismo tra mente e corpo dove la mente era un'entità razionale e pensante mentre il corpo era rivolto al puro soddisfacimento dei bisogni fisici. Per Damasio, invece, questa separazione è insensata e irrealistica: la mente è un prodotto evolutivo, finalizzato al soddisfacimento delle nostre necessità fisiche e psichiche, e per raggiungere questo obiettivo deve disporre di informazioni che derivano da quelle strutture nervose che elaborano le risposte affettivo-emotive che emergono dalle esperienze in cui siamo immersi e dai contenuti della memoria.

Ogni decisione richiede una valutazione dei costi e dei benefici delle diverse opzioni, che man mano prendono corpo nella memoria di lavoro. L'aver incontrato una stessa o simile situazione nel passato implica che emergano le stesse componenti emotive che sono state allora suscitate da conseguenze positive o negative. Ciò comporta che la coloritura emotiva che caratterizza una decisione allo stato nascente ci informi delle sue possibili conseguenze che emergono dalle memorie emotive di esperienze pregresse. Questo meccanismo è stato chiamato da Damasio col nome di marcatore somatico: i meccanismi fisiologici scatenati da un'emozione grazie all'attivazione del sistema nervoso autonomo (il sudare, l'accelerazione cardiaca, la contrazione muscolare, le con-

¹⁷ Cfr. A.R. Damasio, *L'errore di Cartesio. Emozione, ragione e cervello umano*, tr. it. di F. Macaluso, Milano, Adelphi, 1995.

trazioni gastro-intestinali) sono quindi marcatori che illuminano le nostre decisioni 'razionali'. Per provare questa sua teoria, Damasio ha studiato il comportamento e le reazioni fisiologiche di persone che hanno subito danni alla corteccia orbitofrontale e ha notato che esse non mostrano quelle reazioni del sistema nervoso autonomo che normalmente si accompagnano a un'attivazione emotiva. Per esempio, al cospetto di immagini dal contenuto traumatizzante, queste persone non andavano incontro a quell'insensibile aumento della sudorazione cutanea (rivelabile attraverso la risposta di conduttanza cutanea o GSR) che è invece evidente in persone dal cervello integro. Per valutare l'opportunità e l'utilità delle nostre azioni, vale a dire per prendere una decisione, la corteccia orbitofrontale deve servirsi di informazioni apprese sulla qualità emotiva dei diversi stimoli: le connessioni tra la corteccia orbitofrontale e l'amigdala fanno parte di un circuito atto a tener conto di diversi tipi di memorie emotive.

Desideri e dipendenza

I desideri, dunque, hanno una dimensione emotiva. D'altronde, l'antico termine di 'passioni' rimandava, più del termine emozione, al desiderio che ne era alla base: la passione dell'innamorato, la passione degli amanti, quelle religiose, persino quelle patrie al centro degli ideali romantici rimandavano al desiderio di assolverle, a uno stato di tensione per raggiungere l'oggetto ideale o idealizzato che poteva dominare l'esistenza. Il desiderio di gloria e successo di Julien Sorel, il protagonista de *Il rosso e il nero* di Stendhal, il desiderio di realizzazione e d'amore da parte del giovane Werther, la brama dell'avaro di Molière e così via sino ai personaggi letterari dei giorni nostri stanno a indicare come passione e desiderio generino un'affannosa ricerca dell'oggetto desiderato, una dipendenza che domina l'esistenza così come la droga per il tossicodipendente.

Lo scienziato sociale Jon Elster¹⁸ si è chiesto infatti cosa abbiano in comune la dipendenza da emozioni, come nel caso dell'amore, e la dipendenza da sostanze. Esistono degli elementi comuni oppure esse hanno qualcosa di fondamentalmente diverso?

Indubbiamente si può individuare un *continuum* che va dagli impulsi primari (fame, sete, desiderio sessuale) a desideri in cui la

¹⁸ Cfr. J. Elster, *Alchemies of the mind: rationality and the emotions*, Cambridge, Cambridge University Press, 1999.

componente pulsionale è meno evidente, il radicamento biologico meno forte. Ma tutti i desideri sono caratterizzati da una componente emotiva più o meno forte, da uno 'stato viscerale', cioè da un turbamento dell'omeostasi del corpo che indica alla mente, come sostiene Damasio, che il soddisfacimento di un desiderio non comporta soltanto una valutazione prettamente cognitiva, non si limita a rispondere a una credenza. Eppure nelle stesse credenze può esistere una componente viscerale, il che le accomuna, almeno in parte, alle pulsioni e ai desideri. Secondo Elster esistono infatti delle relazioni tra cognizione e stati viscerali o impulsi primari: anzitutto uno stato viscerale può essere suscitato da una credenza quando questa implica una motivazione, un desiderio; in secondo luogo, una volta suscitata, una credenza può modulare una motivazione viscerale (per esempio, si può provare invidia e vergognarsene; un bevitore modifica l'immagine di sé quando si considera un alcolista).

Se le motivazioni, e con esse i desideri e la dipendenza che possono stabilire, sono legate alla cognizione, il ruolo dei fattori cognitivi è invece meno rilevante quando si considerano le dipendenze da sostanze d'abuso, il *craving* – il senso di compulsione al consumo che secondo la classifica del DMS-IV accomuna gran parte delle tossicodipendenze e che rappresenta il primo criterio diagnostico della sindrome da dipendenza. C'è inoltre una differenza tra forti desideri (*craving*) ed emozioni: le emozioni dipendono dalle credenze molto più del *craving* associato alla dipendenza e degli stati prodotti dalle droghe.

Una forma di dipendenza è quella indotta dalla pubblicità al fine di orientare i desideri delle persone¹⁹. Si deve riconoscere che il pubblicitario, per certi versi, è un manipolatore di cervelli quanto un neurochirurgo, anche se i suoi attrezzi e i suoi strumenti sono diversi – scriveva nel lontano 1957 «Advertising Age», la più importante rivista di pubblicità a livello mondiale. L'autore di queste righe usava la metafora del neurochirurgo come un'iperbole, nello stile esagerato tipico della pubblicità che per vincere la concorrenza deve cercare di colpire. A distanza di cinquant'anni, però, questo paragone non sembra più tanto iperbolico. Nel 2004

¹⁹ Cfr. A. Oliverio Ferraris, *Propaganda e pubblicità: persuasori al lavoro*, «Prometeo» (in corso di stampa).

il neuroscienziato Read Montague²⁰ riuscì a dimostrare l'esistenza di un divario sorprendente tra gusto e vista. Invitate a indicare a occhi bendati una preferenza tra due bibite concorrenti, la Coca Cola e la Pepsi. La maggior parte delle persone che si sottoposero al test si dissero più favorevoli al gusto della Pepsi che a quello della Coca Cola. La stessa cosa però non si verificò quando quelle stesse persone non più bendate espressero nuovamente il loro parere: molti di coloro che alla prima prova avevano scelto la Pepsi alla seconda affermarono di preferire la Coca Cola. Montague ne dedusse che il logo della Coca Cola era più radicato di quello della Pepsi nell'immaginario dei consumatori e che la Pepsi doveva accontentarsi del secondo posto. La Coca Cola, nata molto prima della concorrente e tramandata da una generazione all'altra, si era conquistata una 'quota desiderio' nel cervello dei consumatori.

Questa conclusione non spiega però il motivo di un divario così sorprendente tra gusto e vista. Per capirne di più Montague è ricorso alla risonanza magnetica. Seguendo l'attività cerebrale di un gruppo di volontari, egli osservò che quando una persona guarda l'immagine di un prodotto viene sollecitata una regione del suo cervello caratteristica, la corteccia prefrontale mediana. Mentre il test con gli occhi bendati coinvolge l'area cerebrale del cosiddetto *nucleo accumbens* (o striato ventrale) – una struttura cerebrale legata alla sensazione del piacere e del rinforzo – la corteccia prefrontale mediana si attiva in rapporto a ricordi, sensazioni, sentimenti che in una persona sono connessi a quel prodotto (abitudini quotidiane, ricordi infantili, pubblicità, etc.) e che costituiscono la spinta verso il desiderio: ancora una volta, motivazione e desiderio ci appaiono come due diversi aspetti della mente, pur se tra loro intrecciati.

La fabbrica dei desideri

I meccanismi della dipendenza, le basi cerebrali del rinforzo, i condizionamenti che strutturano motivazioni, credenze e desideri non devono far passare in seconda linea il fatto che una delle caratteristiche del desiderio è di essere concatenato con una serie di esperienze, credenze e punti di vista difficilmente riducibili a singole entità, dotate di una propria autonomia. È possibile caratterizzare i singoli desideri, credenze, intenzioni, soltanto nell'ambito

²⁰ Cfr. S.M. McClure - J. Li - D. Tomlin - K.S. Cypert - L.M. Montague - P.R. Montague, *Neural correlates of behavioral preference for culturally familiar drinks*, «Neuron» 44 (2004), pp. 379-387.

di una più vasta rete di atteggiamenti che conferiscono una certa coerenza a ogni singola intenzione, desiderio, memoria o persino percezione, o che fanno capo a una logica interna, quella appunto che implica che ogni singolo atteggiamento non possa essere scisso dalla sottile e vasta rete di atteggiamenti che un individuo si è formato, nel bene o nel male, nel corso della sua esistenza.

Il desiderio non è quindi soltanto una molla che si deve scaricare appieno affinché una persona si senta soddisfatta: d'altronde, se si va oltre il desiderio-pulsione, ci si rende conto che la realizzazione del desiderio è aperta a qualche compromesso, a contrattazione. È quanto si verifica, ad esempio, nel campo delle scelte economiche: in teoria si dovrebbe massimizzare il profitto, raggiungere l'obbiettivo che comporti il ritorno più alto. In pratica, come indica Herbert Simon²¹, premio Nobel per l'economia, che ha coniato il termine *satisfice* (accontentarsi), in opposizione a *optimize* (massimizzare), la gente tende ad accontentarsi, piuttosto che a massimizzare, scegliendo un percorso decisionale che soddisfi la maggior parte dei desideri.

Nel parlare dell'invidia Felice Cimatti ne illustra una caratteristica, quella legata al desiderare il desiderio²²: ma la stessa definizione è più prosaicamente il titolo di un *best seller* di sessuologia²³ che punta a far ritrovare 'il brivido della passione' e che individua alcuni 'nemici' del desiderio che possono essere sconfitti, magari anche attraverso il ricorso al Viagra, motore di passioni e desideri calanti. 'Desiderare il desiderio' rimanda però anche alla sottile induzione cui sono oggi soggette le pulsioni, i desideri, le aspirazioni, le scelte. Il desiderio, infatti, non è una pulsione che sgorga autonomamente dall'Io senza subire condizionamenti esterni. Una sua caratteristica fondamentale è quella di essere il frutto di sottili pressioni che a livello conscio, e soprattutto inconscio, portano continuamente a desiderare, spingono verso traguardi consumistici che mutano di continuo, verso desideri indotti fin dagli anni dell'infanzia²⁴, sotto la spinta di quei persuasori occulti che Vance Packard²⁵ ha descritto in anticipo sui tempi. Nell'epoca dell'individualismo, inoltre, il desiderio è rivolto verso

²¹ Cfr. H. Simon, *Reason in human affairs*, Stanford, Stanford University Press, 1983.

²² F., *Invidia e autoscienza. Storia innaturale di una emozione umana*, in V. Gessa Kurotschka - G. Cacciatore (a cura di), *Saperi umani e consulenza filosofica*, Roma, Meltemi, 2007, pp. 161-168.

²³ Cfr. W. Pasini, *Desiderare il desiderio*, Milano, Mondadori, 1999.

²⁴ Cfr. A. Oliverio Ferraris, *Sindrome Lolita*, Milano, Rizzoli, 2008.

²⁵ Cfr. V. Packard, *I persuasori occulti*, tr. it. di C. Fruttero, Torino, Einaudi, 2005

la realizzazione dell'Io, o meglio della propria immagine, a partire da quella fisica, dal corpo. Costruire il proprio corpo, 'scolpire gli addominali', dare risalto ad alcune parti con tatuaggi o *piercing*, può rappresentare un progetto centrale. Il corpo è al tempo stesso plasmato dalla nostra mente e dalla cultura in cui viviamo, sottoposto a modifiche per potenziarne alcuni aspetti o per dargli una forma che risponda ai nostri desideri: il corpo di una persona anoressica o di un giovane 'palestrato', il corpo ricoperto di tatuaggi o plasmato da diete e massaggi ci indica che esso esprime visioni del mondo e desideri.

Tuttavia, accanto ai desideri che conferiscono al corpo un ruolo centrale, al di là del suo richiamo sessuale, vi sono anche desideri centrati sull'esserci: ciò non riguarda oggi tanto o soltanto lo *status* sociale, ma la presenza e diffusione della propria immagine, il comparire. Youtube, i clip scambiati attraverso i telefonini, i blog, la messa in rete delle proprie foto, testimoniano dell'aspirazione a essere presenti sulla scena grazie alla propria immagine: una nuova dimensione rispetto al passato, un segno che il desiderio evolve, condizionato, plasmato e indotto dalla cultura in cui siamo immersi, dalla pubblicità centrata su modelli, ruoli, oggetti ideali da forme di condizionamento, seduzione e insoddisfazione che vengono create sin dagli anni della prima infanzia e che, in buona sostanza, hanno al loro centro il consumo.