



Giro del mondo tra i sentimenti: ecco l'«Atlante» che raccoglie 156 tipologie di sensazioni

“Viandante sul mare di nebbia”, Caspar David Friedrich, 1818

QUELLE EMOZIONI SENZA NOME



di ROBERTO BARBOLINI

«CHE ALTRO è uno scrittore, se non un pusher di emozioni?». Mi trovavo alla presentazione d'un libro quando ho sentito snocciolare questa frase sconcertante, così radicalmente sballata da possedere perfino un granello di verità. È un po' come dire che il medico è un pusher di statine: taluni in effetti lo sono, ma generalizzare porta su una strada piena di equivoci. Si tratta anche d'una questione di dosi: Stephen King potrebbe forse essere definito «pusher di emozioni», il Calvino di «Palomar» assolutamente no. Degli impulsi irrazionali annidati nell'amigdala, la parte del cervello situata sotto i lobi frontali, in realtà sappiamo pochissimo. «Tu chiamale, se vuoi, emozioni» consigliava il duo Battisti-Mogol, invitandoci a guidare a fari spenti nella notte «per vedere se poi è tanto difficile morire». Questo è un tipico caso di ciò che i francesi chiamano «appel du vide», ossia richiamo del vuoto. Si tratta di quell'emozione inspiegabilmente esaltante, quasi sempre dominata con un brivido, che da una posizione di sicurezza vorrebbe spingerci nel baratro, facendoci saltare sui binari della metropolitana o volare giù dal sesto piano «per vedere di nascosto l'effetto che fa».

L'«APPEL du vide» è solo una delle 156 tipologie catalogate nell'«Atlante delle emozioni umane» di Tiffany Watt Smith, storica inglese della cul-

tura, recentemente pubblicato dalla Utet (pagg.374, euro 20). Dragando storia e geografia, arte e letteratura, scienza e musica dei più svariati Paesi, la studiosa ci offre una nomenclatura ricchissima, svariando dall'universalità delle cosiddette «emozioni primarie» alle sfumature linguistiche attraverso le quali solo certi popoli possiedono il termine preciso per definire un determinato stato d'animo.

Rabbia, paura, tristezza, gioia, sorpre-



Questione di feeling

«Appel du vide»

Richiamo del vuoto: i francesi chiamano così l'emozione inspiegabilmente esaltante che da una posizione di sicurezza vorrebbe spingerci nel baratro

«Vergüenza ajena»

Termine spagnolo per descrivere l'umiliazione impotente davanti a chi è messo pubblicamente in imbarazzo: vergogna per conto terzi

«Schadenfreude»

Termine tedesco che indica l'intima soddisfazione per le disgrazie altrui. Viene usato in molte lingue senza essere tradotto

sa, disprezzo e disgusto li conosciamo tutti: sono le sette emozioni primarie che accomunano gli umani, stando a un noto studio di Eckman (2008). Ma attraverso l'inconsapevole combinazione fra gli impulsi annidati nell'amigdala e l'interazione sociale dell'individuo, ecco originarsi ingegnose varianti nazionali o locali. E ognuna di queste emozioni secondarie, da qualche parte in Finlandia o nel Congo, ha un termine appropriato per designarla. «Iktsuarpok» è per gli Inuit il miscuglio di nervosismo ed eccitazione nell'attesa di ospiti; quando gli amici se ne vanno, ecco che i Baining della Nuova Guinea-Papua provano l'«awumbuk», che da quel che capisco è un tipo di malinconia molto simile al magone padano dopo che il banchetto è finito; «vergüenza ajena» è il termine spagnolo per descrivere l'umiliazione impotente davanti a chi è messo pubblicamente in imbarazzo, una specie di vergogna per conto terzi. E se la parola indonesiana «malu» segnala il nostro senso d'inferiorità verso gli altri, la pronoia – che non è noia, né paranoia – indica la rischiosa euforia di quando tutto ci sembra andare sin troppo a gonfie vele.

MA SE C'È una parola indispensabile, di cui manca l'equivalente in italiano, direi che è «Schadenfreude», il termine tedesco che indica l'intima soddisfazione per le disgrazie altrui. È una lacuna davvero strana in un paese di campanilisti rissosi e individualisti invidiosi come l'Italia. La cui emozione più forte è magnificamente espressa da questi crepitanti versi di Toti Scialoja: «Il sogno segreto/ dei corvi di Orvieto/ è mettere a morte/ i corvi di Orte».