

Wanting

Puterea
dorinței
mimetice
în viața
de zi cu zi

Luke Burgis

Traducere din engleză de
Adina Avramescu



Titlul și subtitlul originale: *WANTING*
The Power of Mimetic Desire in Everyday Life
Autor: Luke Burgis

Copyright © 2021 by Luke Burgis

© Publica, 2022, pentru ediția în limba română

Toate drepturile rezervate. Nicio parte din această carte nu poate fi reprodusă sau difuzată în orice formă sau prin orice mijloace, scris, foto sau video, exceptând cazul unor scurte citate sau recenzii, fără acordul scris din partea editorului.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României
BURGIS, LUKE

Wanting : puterea dorinței mimetice în viața de zi cu zi / Luke Burgis ; trad. din lb. engleză de Adina Avramescu. - București : Publica, 2022

Conține bibliografie
ISBN 978-606-722-536-5

I. Avramescu, Adina (trad.)

159-9

EDITORI: Cătălin Muraru, Silviu Dragomir

DIRECTOR EXECUTIV: Adina Vasile

REDACTOR-ȘEF: Ruxandra Tudor

DESIGN COPERTĂ: Alexe Popescu

REDACTOR: Elena Marcu

CORECTORI: Rodica Crețu, Liliana Duță

DTP: Răzvan Nasea

Cuprins

Cuvânt-înainte	15
Prolog. Un sentiment neașteptat de ușurare	23
Introducere. Gravația socială	31

PARTEA I | Puterea dorinței mimetice

1. Modele ascunse – <i>Minciuni romantice, adevăr infantil</i>	55
Secretele pe care le păstrează bebelușii	60
Martini este poarta de acces spre alte droguri mai periculoase	67
Torțele libertății	69
Jocuri mimetice	77
Modele care mișcă piețele	85
2. Realitatea distorsionată – <i>Suntem iarăși cu toții novici</i>	89
Două tipuri de modele	92
Celebristan	95
Novicistan	98
Distorsiunea 1: pervertirea admirației	101
Distorsiunea 2: cultul experților	104
Distorsiunea 3: reflexivitatea	109
Medierea socială	118
3. Contagiunea socială – <i>Cicluri ale dorinței</i>	121
Lamborghini versus Ferrari	124
Memele și teoria mimetică	135
Efectul de volant	137
Ciclul creativ	139

Ciclul distructiv	147
Valori ierarhice	160
Prăbușirea dorinței	167
4. Inventarea vinovăției – O descoperire socială	
<i>subestimată</i>	171
Violența sacră	173
Pericolul purității	175
Cum să-i salvezi pe oameni de ei înșiși	179
Calea cea mai ușoară	188
Mania Dansului din 1518	192
O judecată sigură	195
Bucuria hate-watchingului	198
Țapul ispășitor câștigă	203
Conștiința de sine, ură de sine	210
Semne ale contradicției	214

PARTEA A II-A | Transformarea dorinței

5. Antimimetic – Cum să hrănești oamenii,	
<i>nu sistemele</i>	221
Obiective care se schimbă mereu	222
Sisteme mimetice	225
Ce înseamnă să fii urmărit și evaluat	227
Tra-la-la-ul și eleganța	232
Calea cea mai puțin bătătorită	234
Cum să-ți formezi o mentalitate nouă	238
6. Empatia disruptivă – Cum treci peste dorințele	
<i>superficiale</i>	243
Care este problema cu simpatia	251
Dorințe consistente	253
Cum să scuturi praful	255
Povești despre împlinire	259
Patternuri motivaționale	265
7. Leadership transcendent – Despre cum liderii	
<i>importantă inspiră și formează dorințe</i>	271
Dorința imanentă	274
Dorința transcendentă	275
Abilitatea 1: modifică gravitația	277

Abilitatea 2: viteza adevărului	281
Abilitatea 3: discernământ	285
Abilitatea 4: stai în liniște într-o încăpere	288
Abilitatea 5: filtrează feedbackul	292
8. Viitorul mimetic – <i>Ce vom vrea mâine</i>	297
Nisipuri mișcătoare culturale	301
Instrumente versus relații	307
Dorința fabricată	308
Transformarea dorinței	315
Spații esențiale	319
Cele trei invenții	327
Cea mai mare dorință a ta	331
Cuvânt de încheiere	339
Mulțumiri	341
Anexa A: Glosar	345
Anexa B: Bibliografie pentru teoria mimetică	353
Anexa C: Teme motivaționale	355
Note și bibliografie	363

Tactici

Tactica 1. Numește-ți modelele	78
Tactica 2. Găsește surse de înțelepciune care se opun mimesisului	108
Tactica 3. Creează granițe între tine și modelele nesănătoase	116
Tactica 4. Folosește imitația pentru a ajunge la inovație	130
Tactica 5. Pornește volanți pozitivi ai dorinței	145
Tactica 6. Stabilește și comunică o ierarhie clară a valorilor	166
Tactica 7. Ia decizii într-un mod antimimetic	198
Tactica 8. Schițează sistemele dorinței din lumea ta	231
Tactica 9. Pune dorințele la încercare	235
Tactica 10. Împărtășește poveștile despre acțiunile care ți-au adus un profund sentiment de împlinire	269
Tactica 11. Mărește viteza adevărului	283
Tactica 12. Investește în tăcerea adâncă	291
Tactica 13. Caută coexistența elementelor opuse	313
Tactica 14. Practică gândirea meditativă	317
Tactica 15. Trăiește ca și cum ai fi responsabil pentru ceea ce vor alți oameni	337

Prolog

Un sentiment neașteptat de ușurare

În vara lui 2008 am cunoscut momentul pentru care mulți fondatori de startupuri trăiesc: am aflat că voi putea să câștig bani de pe urma succesului companiei mele. După o perioadă intensă de curtare care s-a întins pe câteva luni, mergeam să beau ceva în cinstea acestui eveniment cu directorul executiv de la Zappos, Tony Hsieh. Zappos avea să achiziționeze compania mea de comerț electronic cu produse wellness, FitFuel.com

Cu circa o oră înainte, Tony îmi trimisese un mesaj direct pe Twitter (forma lui preferată de comunicare la acea vreme), propunându-mi să ne întâlnim la Foundation Room, un bar situat la etajul 63 al Hotelului Mandalay Bay din Las Vegas. Știam că participase la o întâlnire a consiliului de administrație mai devreme în acea zi și că unul dintre punctele de pe agendă fusese achiziția. Nu m-ar fi invitat pe artera Strip dacă nu ar fi avut vești bune pentru mine.

M-am învățat prin casă toată ziua. Trebuia neapărat să obțin înțelegerea. Fit Fuel înghițea mulți bani. În pofida dezvoltării noastre rapide din ultimii doi ani, următoarele luni nu arătau deloc bine. Rezerva Federală trecuse pe furnizarea de injecții de capital și ținuse o ședință urgentă pentru a împiedica scufundarea uriașei bănci de investiții Bear Sterns. Piața

imobiliară se prăbușea. Aveam nevoie de fonduri cu capital de risc, dar investitorii erau îngroziți. Toți îmi spuneau să revin peste un an – dar nu aveam un an la dispoziție.

Nici Tony și nici eu nu știam la acea dată cât de versatil avea să se dovedească 2008. La începutul anului, Zappos își depășise obiectivele sale în privința profiturilor din exploatare, motiv pentru care a decis să-și recompenseze toți angajații cu bonu-suri generoase. La sfârșitul anului – la doar opt luni după ce fuseseră oferite bonusurile – Zappos a fost nevoită să-și concedieze 8% din forța sa de muncă. În vară, directori de la Zappos și investitori cu experiență – în frunte cu Sequoia Capital – își strângeau deja cureaua.¹

După ce am primit invitația de la Tony, am gonit cu mașina de acasă din Henderson, Nevada, până pe Strip, ascultând la maximum muzică hip-hop de pe vremuri și scoțând din când în când prin trapa mașinii sunete de ușurare și entuziasm, pentru a putea să arăt calm în momentul în care aveam să ajung acolo.

La acea vreme, Zappos era o companie cu nouă ani vechime, care depășise recent un miliard de dolari din vânzări. Tony făcea experimente sociale neortodoxe, cum ar fi să ofere noilor angajați 2 000 de dolari pentru a părăsi compania și a-și urma vocația (ideea era că acest lucru avea să-i separe pe angajații care nu erau suficient de încântați să lucreze acolo de cei care erau). Compania era binecunoscută pentru idiosincraziile sale culturale.

Și tocmai cultura a fost cea care l-a atras cel mai mult pe Tony la Fit Fuel. Când el și ceilalți directori de la Zappos au venit să ne viziteze birourile și depozitul, mi-au spus cât de mult le plăcea ce vedeau: eram luptători (pentru că aveam puțini angajați), comici (pentru că fiecare angajat al companiei era o figură) și excentrici într-o măsură rezonabilă (pentru că

aveam dotări caracteristice unui startup, precum narghilele și fotolii de tip bean bang.)

Tony mi-a spus că voia să conduc operațiunea ca pe o nouă divizie a companiei Zappos. Aveam să construiesc pe verticală următorul miliard de dolari al companiei. Pantofii fuseseră primii. Produsele wellness aveau să fie următoarele.

Pe lângă capitalul propriu al companiei Zappos, aveam să fac parte dintr-o echipă de conducere respectată și să primesc un salariu frumos. (Nu reușisem să obțin vreodată un salariu regulat de la companiile mele și tânjeam după stabilitate.)

Nu mă potriveau cu cultura organizațională a acestei companii, dar, pentru că vorbeam despre reunirea forțelor, am început să mă mulez mai mult pe tiparul culturii Zappos pentru ca lucrurile să meargă bine.

Disperat să vând compania, i-am spus lui Tony tot ceea ce am crezut că vrea să audă. Avusesem opinii heterodoxe despre cultura Zappos, diferite de imaginea acesteia din mass-media, dar le-am îngropat. Este ușor, ca investitor, să te opui curentului de pe margine. Opoziția activă este însă dificilă: să pui sub semnul întrebării teoria dominantă, să fii sincer cu tine însuși, să spui adevărul chiar și când rezultatul imediat este suferința – cum ar fi să pierd șansa de a-mi vinde compania și să ajung în schimb îngropat sub o avalanșă de datorii.

De regulă, încerc să mă implic cât mai mult într-un proiect. De data aceasta exagerasem.²

În ultimele luni petrecusem foarte mult timp încercând să-l cunosc pe Tony. Ne-am întâlnit după ce i-am trimis un e-mail rezervat și el m-a invitat să luăm prânzul la Claim Jumper, un restaurant situat în apropierea sediului companiei Zappos din Henderson, o suburbie a Las Vegasului. Când am ajuns la ceea ce credeam că avea să fie o întâlnire neoficială, pentru a ne cunoaște, cel puțin șase directori executivi stăteau în jurul

mesei, așteptându-mă. Era un interviu. Nu am avut timp să mă ating de supa mea de scoici.

După prânz, eu și Tony ne-am întors împreună pe jos la birou. S-a oprit pe drum și și-a băgat mâinile în buzunare ca și când s-ar fi căutat de mărunțiș. „Trebuie să-mi fac datoria”, a spus el, „și să te întreb dacă ai fi interesat să ne unim forțele.” I-am răspuns că da și următoarele luni am traversat ceea ce semăna cu o perioadă frenetică de logodnă. Am fost invitat la „happy hours” ale companiei, la petreceri organizate acasă la Tony și la drumeții făcute dimineața devreme pe Black Mountain.

Tony nu arăta ca un milionar. El vânduse prima companie pe care o cofondase, LinkExchange, lui Microsoft pentru 265 de milioane de dolari în 1998, când avea 24 de ani. Dar se îmbrăca în blugi clasici și tricou Zappos și conducea o Mazda-6 murdară. După câteva săptămâni de umblat cu el, am renunțat la blugii mei True Religion și am început să cumpăr de la Gap. Am început chiar să mă gândesc dacă aș putea conduce o mașină mai veche și mai murdară.

Cofondasem Fit Fuel cu trei ani înainte de a-l cunoaște pe Tony, în 2005. Compania avea grandioasa misiune declarată de a face alimente mai sănătoase și mai accesibile pentru toată lumea. M-am îndepărtat de ea, zi după zi, făcând progrese constante și învățând cum să conduc o companie. Dar, cu toate că vânzările noastre creșteau și deveneam tot mai cunoscuți, mă simțeam din ce în ce mai puțin motivat să merg zilnic la birou.

Cartea lui Tim Ferriss, *The 4-Hour Workweek: Escape 9-5, Live Anywhere, and Join the New Rich** a ajuns pe rafturi când eu mă chinuiam să-mi dau seama ce se întâmpla. *Dacă muncesc mai mult de patru ore pe săptămână, înseamnă că greșesc undeva, mă gândeam eu. Am început să mă uit cu disperare în jur după*

* Carte apărută și în limba română cu titlul *4 ore – Săptămâna de lucru. Evadează de la rutina 9-17 și alătură-te noilor oameni bogați*, Editura Act și Politon, București, 2019 (n.t.).

modele mai bune de antreprenoriat, dar nu eram sigur cine spunea adevărul.

Întâlnirea cu Tony nu a făcut decât să-mi amplifice disperarea. Ținta mea era să fac zece milioane de dolari din vânzări. Zappos făcea un miliard de dolari. Din punctul meu de vedere, Tony se afla într-o realitate alternativă – una în care trăiau investitori unicorni. Nu vedeam cum aș fi putut să pătrund în ea.

Am trecut printr-un fel de vertigo existențial – mă simțeam de parcă saream de pe acoperișul unui zgârie-nori pe o trambulină imensă care mă arunca înapoi pe acoperiș înainte ca eu să sar din nou de pe el. Lucrul pe care-l voiam părea să se schimbe zilnic: mai mult respect și o poziție mai bună, dar mai puțină responsabilitate, mai mult capital și mai puțini investitori; mai multe intervenții publice, mai multă intimitate; o lăcomie nestăpânită legată de bani, urmată de accese extreme de virtute implicând cuvântul *social*. Am oscilat chiar între dorința de a-mi dezvolta masa musculară și încercarea de a slăbi.

Lucrul care mă îngrijora cel mai mult era că dorința care mă determinase să înființez și să dezvolt o companie dispăruse. Unde dispăruse? Și de unde apăruse înainte de toate? Dorințele mele erau aidoma iubirilor din comediile romantice – mai degrabă le cădeam pradă, decât să le aleg. (Apropo, știți că în aproape toate limbile pământului, oamenii *cad în iubire*? Nimeni nu o găsește *făcând eforturi* pentru a se ridica la nivelul ei.³)

Între timp, conflictul intern dintre mine și celălalt fondator al companiei a continuat să se înrăutățească până ce am decis amândoi să o apucăm fiecare pe drumul lui. Am preluat conducerea companiei chiar în momentul în care îmi pierdusem dorința de a conduce.

Era clar că existau forțe misterioase exterioare care îmi influențau obiectul și intensitatea voinței. Nu puteam să iau o

decizie serioasă până când nu aveam să știu mai multe lucruri despre ele. Nu puteam să înființez o altă companie. Nu aveam curaj nici măcar să mă gândesc că aș putea să mă căsătoresc într-o zi, știind că dorința pe care o nutream într-o zi pentru ceva (sau cineva) putea să dispară a doua zi. Identificarea acelor forțe devenise o responsabilitate pentru mine.

A doua zi după ce am sărbătorit cu Tony în Vegas Strip, mi-am invitat un prieten la un tur al sediului companiei Zappos, nerăbdător să-i arăt viitoarea mea casă. Când am trecut pe lângă Rândul Maimuței (jargonul Zappos pentru locul în care se așază directorii executivi), am observat că fețele directorilor arătau de parcă văzuseră o fantomă. Am avut o interacțiune jenantă.

Era presentimentul de dinaintea despărțirii.

Mai târziu în acea seară, eu și prietenul meu ne-am dus să luăm cina în oraș. Pe când ne mâncam paste, am primit un telefon de la Alfred Lin, care între 2005 și 2010 a fost director de operațiuni, director financiar și președinte al companiei Zappos.

Avea un ton sumbru. Apoi mi-a spus motivul.

După întâlnirea oficială cu consiliul de administrație, directorii de la Zappos avuseseră o a doua ședință în avionul cu care se întorceau spre San Francisco și au decis să amâne toate planurile recente. Nu avea să aibă loc nicio achiziție. „S-au răzgândit”, a spus el.

„S-au răzgândit?”, am întrebat.

„Mdaa. Nu știu ce aș putea să spun mai mult”, a spus Alfred. „Îmi pare rău.”

„S-au răzgândit?”, repetam eu aceeași întrebare, iar Alfred îmi răspundea de fiecare dată la fel. Am continuat să rostesc aceste cuvinte și după ce am închis telefonul, de data aceasta

pe un ton afirmativ, nu interogativ. „S-au... răzgândit”, am repetat în timp ce m-am întors la masă, m-am așezat și am început să mă uit fix în bolul meu cu spaghete proaste, împungându-le și răsucindu-le, făcând îmbucături perfecte, doar pentru a le desfășura din nou și a o lua de la capăt.

Nu avea să existe nici o ieșire miraculoasă, nici un chilipir neașteptat și nici o a doua casă în Sicilia. Mai mult decât atât, compania mea era pe butuci. Fără afacerea cu Zappos, aveam să dau faliment în șase luni. În vreme ce întreaga importanță a modului în care viața mea era pe cale să se schimbe se scufunda și eu goleam paharul de Chianti, ceva s-a schimbat.

M-am simțit ușurat.

Introducere

Gravitația socială

Pe peretele cel mai îndepărtat atârnă o fotografie – un glob ocular în alb și negru, care privește spre obiectiv, cam cât o farfurioară – prinsă într-o ramă de 40 de centimetri.

Mă aflu în casa lui Peter Thiel, situată mai sus de Sunset Strip. Thiel este cunoscut ca fiind cofinanțatorul miliardar al companiei PayPal, primul investitor extern în Facebook și unul dintre oamenii de afaceri care merg contra curentului, și pentru că a desființat blogul Gawker și a criticat public Google. Dar nu mă aflu aici pentru a discuta cu el despre vreunul dintre aceste lucruri.

După câteva minute, secretarul care m-a întâmpinat se întoarce ca să vadă dacă totul e în regulă. „Peter o să apară curând. Pot să vă mai aduc ceva, domnule? Încă o cafea?”

„Ah, nu, mulțumesc”, răspund eu. Mă simt jenat că am dat pe gât toată cafeaua. El zâmbește și iese.

Sufrageria asta pe două etaje ar putea să figureze în orice articol din revista *Architectural Digest* de la jumătatea secolului. Ferestre din tavan până în podea casetate care dau spre o piscină infinity ce domină Sunset Boulevard. Are un aer intim, dar și impunător totodată.

Piesa centrală a aceste camere spațioase este un bar prevăzut cu chiuvetă construit într-un perete acoperit cu lambriuri de lemn pe care sunt expuse lucrări de artă în nuanțe reci:

fotografii alb-negru, imprimeuri de un indigo intens, gravuri gri. Printre ele se află o pată de cerneală, probabil un Rorschach, de forma unui rac, un imprimeu mare cu cercuri și bastonașe abstracte, probabil geometrie moleculară, și un triptic al unui bărbat vârat până la șolduri în ceea ce pare a fi apa unui lac de munte rece ca gheața.

În toată încăperea, elementele mai rigide sunt îndulcite de canapele și fotolii de catifea moale. În mijlocul unei măsuțe de cafea din lemn, cu o grosime de circa 20 cm, o sculptură metalică de forma unei lacrimi stă într-un echilibru sfidător pe vârful său. Uși duble înalte de peste 6 metri – cum nu am văzut decât în catedrale – dau spre camera alăturată. Lângă o ușă se află o tablă de șah așteptând un concurent talentat (nu sunt eu acela). Lângă un bust grecesc stă un telescop îndreptat spre fereastră. Toate lucrurile se află în armonie. Dacă filmul *Clue (Indiciul)* ar fi fost regizat de Ray Eames, ar fi semănat cu casa lui Peter Thiel.

Un bărbat apare în galeria celui de-al doilea etaj din capătul celălalt al încăperii. „Vin într-un minut”, spune Peter Thiel.

Îmi flutură mâna și zâmbește, apoi dispare pe o ușă. Aud o apă curgând. După zece minute apare într-un tricou de baseball, șort și pantofi sport. Coboară scara în spirală.

„Bună, sunt Peter”, spune el și îmi întinde mâna. „Așadar ai venit să discutăm despre ideile lui Girard.”

O minte periculoasă

René Girard, un francez care a fost profesor de literatură și istorie în Statele Unite, a avut primele sale intuiții despre natura dorinței la sfârșitul anilor 1950. Aveau să-i schimbe viața. Trei decenii mai târziu, când Peter Thiel era student la filosofie la Stanford, profesorul avea să-i schimbe și lui viața.

Descoperirea care a schimbat viața lui Girard în anii 1950 și pe a lui Thiel în anii 1980 (și pe a mea în anii 2000) este dorința mimetică. Este ceea ce m-a adus acasă la Thiel. Am fost atras de teoria mimetică, pur și simplu pentru că sunt mimetic. Toți suntem.

Teoria mimetică nu este ca și cum ai descoperi niște legi impersonale ale fizicii, pe care le poți studia de la distanță. Ea înseamnă că afli ceva nou despre propriul trecut, care îți arată cum a fost modelată identitatea ta și de ce anumiți oameni și lucruri au exercitat o influență mai mare asupra ta decât alții. Înseamnă că începi să te confrunți cu o forță care pune stăpânire pe relațiile umane – relații în care ești implicat în acest moment. Nu poți fi niciodată un observator neutru al dorinței mimetice.

Eu și Thiel am trecut amândoi prin acel moment deconcertant în care am descoperit această forță acționând în viața noastră. A fost atât de personal încât am ezitat să scriu o carte despre el. A scrie despre dorința mimetică în general înseamnă să dezvălui o parte din a ta.

L-am întrebat de ce nu l-a menționat explicit pe Girard în influența sa carte de business *Zero to One*^{*}, cu toate că aceasta este plină de idei inspirate de mentorul său.¹ „Există ceva periculos în legătură cu ideile lui Girard”, spune Thiel. „Cred că oamenii au mecanisme de apărare împotriva unora dintre acestea.” El voia ca oamenii să înțeleagă că observațiile lui Girard conțin adevăruri importante și că acestea explică ce se întâmplă în lumea din jurul lor, dar nu voia să-i poarte pe cititorii săi dincolo de oglindă.

* Carte apărută și în limba română cu titlul *De la zero la unu*, traducere din engleză de Vasile Decu, Editura Publica, 2015 (n.t.).