

## **AFFERRARE L'EFFIMERO: l'esperienza dell'olfatto**

Il bouquet di un vino particolarmente pregiato, l'aroma familiare della menta quando calpestiamo un prato, il lezzo che ci raggiunge all'improvviso da un angolo di strada, questi e centinaia di altri stimoli olfattivi arrivano ogni giorno a una zona remota del nostro cervello, dove elaboriamo ricordi ed emozioni.

Il nostro organismo dialoga e si adatta all'ambiente circostante decifrando i segnali odorosi dietro le quinte della nostra consapevolezza. Ci relazioniamo con l'ambiente captando invisibili scie olfattive attraverso una minuscola porzione del nostro corpo, non più di 5cm<sup>2</sup> di tessuto epiteliale collocato alla sommità del naso. Eppure un odore risuona nel corpo intero, ci coinvolge fisicamente influenzando il nostro comportamento e inducendo risposte sintomatiche di piacere o disgusto. Così, senza volerlo, il profumo di una torta ci fa salivare, l'odore di un bimbo ci fa intenerire, un profumo attraente richiama la nostra attenzione.

Nella percezione degli odori la linea di demarcazione tra bello e buono, brutto e cattivo è quanto mai incerta, l'olfatto non sa prescindere dalle leggi della vita e ci vuole indurre a scartare ciò che non può far bene. Nel corso della storia la valenza dell'odore è assimilabile a quella del farmaco. Le prime fragranze erano unguenti a cui erano attribuite precise virtù curative, e poi acque ottenute dalla distillazione delle piante, come l'Acqua della Regina d'Ungheria, che associava alla funzione profumatoria quella guaritiva.

In tempo di peste, prima della scoperta di virus e batteri, si riteneva che il cattivo odore potesse penetrare nel corpo e compromettere le funzioni vitali, mentre gli odori balsamici e aromatici avevano poteri guaritivi, oltre che apotropaici.

Come afferma Jean Claude Ellena, "Al contrario delle immagini, che ci rimangono esteriori, gli odori ci penetrano" (*Journal d'un Parfumeur*, Sabine Wespieser Éditeur, 2011).

Gli aromi sono assimilabili al cibo, ma il nutrimento che fanno darci è di un genere rarefatto e sottile, quasi a dire spirituale.

Da sempre imparentato con tutto ciò che non è apertamente manifesto, e così effimero da assumere parvenza di spirito, quello dei profumi si candida molto presto a diventare un linguaggio del cuore. Le sostanze aromatiche e le spezie sono un privilegio raro, ma i fiori a disposizione nei giardini o in aperta campagna si offrono con più facilità e, a chi li sa intendere, confessano i propri sentimenti.

Usando piante e i fiori come specchio dell'anima, si inizia a ricamare un linguaggio silenzioso, che in epoche non troppo remote dava voce a pensieri ed emozioni umane in modo aggraziato e senza necessità di "sporcarsi le dita d'inchiostro" (Charlottede Latour, *Il linguaggio dei fiori*, Leo S.Olschki, 2011). Dall'inizio del Settecento, donne e uomini imparano e mettono in pratica la grammatica dei fiori, contornandola di suggestioni sensoriali ispirate ai cicli stagionali. Nel 1835 Pietro Bortolotti profumiere e aromataro, inventore dell'Acqua di Felsina, fa il passo successivo dando alle stampe un libello intitolato *Modi di farsi intendere senza esprimersi. La profumeria divenuta il telegrafo del cuore umano*. Dalla simbologia del fiore alla simbologia delle essenze, l'arte del profumo si presta a dare espressione sensibile alla natura insostanziale dei sentimenti, e a guidare l'animo umano

verso le più nobili virtù. Rivolgendosi in particolar modo alla “bolognese gioventù”, Bortolotti elenca alcuni effetti benefici degli aromi come quello del tornasole che, diletta con il suo odore, invita alla cortesia, o del giacinto rosa che suscita un sentimento di tenerezza, o ancora della ruchetta odorosa che fa risovvenire al giovinetto uno dei pregi più belli del cuore umano: la sincerità.

Qualsiasi odore che abbia per noi un significato porta con sé un frammento di vissuto personale e il bagliore di un ricordo. La violetta di Maria Luigia, simbolo di modestia, diviene il marchio olfattivo di un'epoca e ancora oggi, quando cerchiamo tra gli scaffali di una profumeria il flaconcino Borsari, stiamo cercando un ricordo sbiadito di quel mondo fatto di intimità e pudore, che sapeva perdersi nell'incanto di un fiore.

La fascinazione per il senso dell'olfatto coincide spesso con il sogno di una comprensione istintiva, ed è pervasa di nostalgia per la primordiale condizione di natura.

A sostenere questo pensiero vi è la constatazione, veritiera dal punto di vista scientifico, che l'olfatto umano è atrofizzato rispetto a quello di altri mammiferi. Oliver Sacks ne *L'Uomo che scambiò sua moglie per il cappello* (Adelphi, 1995), riporta il caso di uno studente colpito da una temporanea iperosmia, ovvero una acutizzazione delle percezioni olfattive che gli provoca la sensazione di avere “un cane sotto la pelle”. Una volta tornato alla normalità si fa strada il rimpianto: “Quel mondo olfattivo, quel mondo così fragrante, così vivido e reale! Era come un altro mondo, un mondo di pura percezione, ricco, vivo, autosufficiente e pieno. Cosa darei per poter ritornare ogni tanto a essere un cane”.

A ben vedere il confronto tra lo sviluppo sensorio dell'uomo e quello degli animali è un tema antichissimo che risale all'*Historia Naturalis* di Plinio: l'aquila eccelle nella vista, la talpa nell'udito, l'avvoltoio nell'olfatto. Il motivo troverà larga diffusione nella rappresentazione visiva dei sensi con la variante del cane al posto dell'avvoltoio. E nel corso del tempo, il tema del *sensorium* sarà ricondotto al genere figurativo in scene popolate di corpi e visi femminili. I cinque sensi sono così inseriti nel flusso del mito e della storia, divenendo la sottotrama di un racconto che ha per oggetto l'umana civiltà.

La retorica del “senso perduto”, benché fondata su dati attendibili, non deve oscurare la consapevolezza che la percezione olfattiva si raffina attraverso l'apprendimento. Se il nostro olfatto non eccelle in senso quantitativo, questo limite è colmato da una sofisticazione qualitativa raggiungibile con il tramando di pratiche e saperi.

La dimensione culturale convive dunque con il piano fisiologico e con le nostre pulsioni istintive. Nietzsche, uno dei filosofi che hanno dato maggior credito al senso dell'olfatto, era fermamente convinto della veridicità di ogni giudizio viscerale al punto da prospettare una “fisiologia dell'arte”, dove i criteri di valutazione estetica sono affidati all'intelligenza primordiale del corpo.

Così scrive nella sua *Volontà di potenza*: “L'istinto estetico che parla bruscamente (per esempio nella ripugnanza) contiene un giudizio. In questo senso il bello si trova tra le categorie generali dei valori biologici dell'utile, del benefico, di ciò che prolunga la vita”.

La remissione del giudizio alle necessità della vita, spinge verso ciò che dà piacere e nutrimento, e lascia intendere che la conoscenza emerge dal rapporto dell'organismo con il

proprio ambiente, più che dai processi interni e autoreferenziali della mente. John Dewey, filosofo americano che rivalutò la nozione di esperienza, scrisse: “Esperire vuol dire vivere, e il vivere si svolge in e grazie a un medium ambientale, non nel vuoto” (*Per una filosofia risanata*, Armando Editore, 2009).

L'olfatto è spesso definito un “senso sociale”, ma l'esperienza percettiva nel medium ambientale, si cristallizza a tutti gli effetti nei meandri della memoria dove l'odore diventa subito un frammento di vissuto personale. Il legame strettissimo tra odori e ricordi, rende la percezione un'esperienza del sentire attraversata da continue risonanze emotive.

Kant riteneva che l'olfatto non conduce ad alcun approdo estetico e conoscitivo perché troppo vincolato agli interessi del corpo. L'oggetto stesso della percezione, l'odore, si dissolve in poco tempo, come se l'olfatto lo distruggesse dopo averlo captato. Questa condanna filosofica ha pesato per secoli, ma ora possiamo dire che la genialità e l'inventiva degli odoristi, sta proprio nell'eroico sforzo di catturare l'effimero.

Nel regno della profumeria, che non bisogna intendere (solo) come l'ambito dove donne e uomini cercano prodotti in grado di migliorare la propria attrattiva, ma il contesto in cui oggi si lavora con il linguaggio e l'estetica degli odori, sono stati elaborati diversi metodi per classificare le sostanze aromatiche e organizzarle in famiglie olfattive. Uno dei più celebri è quello messo a punto da Jean Carles (1892–1966) fondatore della scuola Roure di Grasse. Nell'ultima fase della sua vita questo compositore di fragranze continuò a esercitare la sua arte malgrado fosse segretamente affetto da anosmia: evidentemente aveva perduto l'olfatto, ma questo non gli impediva di sentire gli odori. Il suo metodo di apprendimento, oggi ancora adottato nella scuola di Givaudan, si basa su un lunghissimo *training* a contatto con decine, centinaia, migliaia di sostanze aromatiche naturali e sintetiche da memorizzare con l'ausilio di griglie e tavole che aiutano a mettere in relazione tra loro gli odori.

In questa fase e anche successivamente, per avere una base di comprensione, i creatori di fragranze si avvalgono delle classificazioni e delle griglie, ma sono consapevoli che si tratta di una sistematizzazione tra le tante possibili. Jean Claude Ellena, *parfumeur maison* di Hermes, da tempo si impegna per dar conto, in forma scritta, dei processi cognitivi e creativi implicati nel suo lavoro quotidiano. In uno dei suoi libri, intitolato *Le Parfum* (Presses Universitaires de France, 2007), egli scrive: “Per facilitare la memorizzazione dell'oggetto-odore e la sua concettualizzazione, uso parole specifiche degli altri sensi, quelle del tatto in particolare. Così, di un odore, dico che è duro, dolce, freddo, caldo, vellutato, secco, piatto, pungente, setoso, tenero, sottile, grosso, leggero, aspro, fragile, oleoso, grasso, ecc.”

Il prestito di terminologie da altre sfere sensoriali è spesso indicato come un limite per lo sviluppo di una specifica sintassi olfattiva e viene preso come indicatore della difficoltà di concettualizzare e descrivere un odore. Ma chi lavora con le proprie percezioni, come Ellena, ritiene invece che l'esperienza olfattiva vada sempre fissata in termini sinestetici per fornire più appigli al ricordo.

Ciò che distingue il vocabolario professionale di un creatore di fragranze da quello comune è che le parole non rinviano alla sorgente dell'odore, ma a una rappresentazione mentale.

Simili considerazioni si ritrovano nelle *Lettere Odrose* che il filosofo Lorenzo Magalotti

scrisse tra il 1693 e il 1707. L'autore racconta in forma epistolare le sue esperienze di fine odorista mettendoci a conoscenza dei suoi sforzi per riconoscere e memorizzare le sfumature tra le diverse materie aromatiche: ambra, muschio e zibetto, fiori e agrumi, radiche ed erbe, pali d'aquila e zidre, ciacheranda e calambucchi, aloè e nisi, gomme e rage, tracantidi e balsami... "Nomi da fare spiritare i cani".

Man mano che procede il suo apprendistato, Magalotti prende consapevolezza della inaffidabilità delle percezioni: "odorare è cadere mille volte in inganno", dirà.

Ciò nonostante intuisce che, malgrado la difficoltà di stabilire corrispondenze tra odori e nomi e la scarsa presa del linguaggio su una materia tanto effimera, l'odorato offre la via d'accesso a un tipo particolare di conoscenza squisitamente mistica e spirituale.

Odorare è un'esperienza del sentire e come tale si basa su errori e disinganni. La mente, spiega Magalotti, vaga nei labirinti odorosi accendendosi di mille fantasie finché lentamente si distacca dall'oggetto, dal mondo fisico, si depura di ogni "tintura di materia", per arrivare al concetto, all'astrazione, al puro "suffumigio spirituale".

In questi stati "non s'odora altro col naso che ciò che si ha nella mente, come in certi casi non si vede altro con gli occhi che quello che si ha nel cuore."

La creazione di immagini mentali nella rarefazione della materia, è di fondamentale importanza per l'esercizio dell'odorato. Un celebre creatore di fragranze che ci ha lasciato un'approfondita riflessione sulla propria attività artistica, Edmond Roudnitska (1905-1996), era solito dire: "Non compongo con gli odori, ma con il loro ricordo". Queste parole indicano la "via maestra" del profumiere, che consiste nel concepire a priori l'intera formula di una fragranza. Un processo simile a quello dei compositori di musica, con la differenza che le note musicali sono sette, mentre gli odori che un profumiere memorizza per acquisire la propria maestria sono centinaia. Comporre con il loro ricordo significa riuscire a evocarli con la mente e, sempre con la mente, immaginare l'esito di un *melange* di essenze.

Ma non dobbiamo qui pensare alla *data memory* di un computer. Si tratta di una memoria viva, fatta di reminiscenze alla maniera di Proust, a cui tutti i sensi partecipano come ha evidenziato Ellena.

Un odore di per sé non ha alcun significato, è il contesto sinestetico in cui viene avvertito che lo riveste di importanza e che permette la sua assimilazione in qualità di ricordo. Dentro una stanza, in inverno, l'odore del legno bruciato da un caminetto ha un valore speciale perché lo leghiamo al tepore, all'atmosfera raccolta della casa. Senza queste referenze non ci sarebbe significato. La sensazione stimola la percezione che risveglia la memoria e l'immaginazione. In questo modo nasce l'"oggetto odore", che non imita affatto la realtà delle cose, ma le fa "sentire" anche in assenza del referente fisico, attivando una catena di relazioni psichiche.

La risposta fisica e istintiva, dove le prime percezioni olfattive prendono vita, non sono quindi una palude che limita i processi di astrazione e di concettualizzazione degli odori come si è voluto credere in passato. Attraverso l'educazione sensoriale possiamo sviluppare sofisticate rappresentazioni, concetti, immagini e fantasie odorose senza tuttavia rinnegare la componente biologica che si orienta sui nostri gusti e disgusti, per rispondere a bisogni vitali.

La nascita di Smell Festival, rassegna che dal 2010 va in scena a Bologna alla fine di maggio, ha messo in luce un crescente interesse verso la sensorialità dell'olfatto fornendo per la prima volta un contesto sociale entro cui condividere esperienze che di solito sono vissute in un ambito privato o molto settoriale. Si inizia così a capire e far capire che si può parlare di odori, che è lecito coltivare le proprie passioni olfattive e che è ormai tempo di diffondere una specifica educazione sensoriale. Coinvolgendo numerose professionalità, in particolar modo i creatori di fragranze che raramente appaiono sulla scena pubblica, la rassegna accorda priorità al contatto diretto con sostanze aromatiche e profumi, ma anche alla ricognizione storica e artistica attraverso approfondimenti interdisciplinari. Tutto questo concorre a trasformare la percezione soggettiva in un'avventura culturale, acquisendo terminologie, appropriandosi di tecniche, ma soprattutto costruendo il proprio linguaggio immaginifico teso a "far sentire ciò che si sente", prima di tutto a sé stessi.

L'educazione olfattiva diventa allora un'educazione dell'animo che, senza negare le pulsioni del corpo, sa liberarsi dai suoi vincoli coltivando l'odorazione e l'adorazione della vita.

**Francesca Faruolo**