Mensile

Data 06-2009
Pagina 114/16
Foglio 1 / 3

www.ecostampa.it

PER GODERSI LA VITA CI VUOLE MOLTO NASO

L'olfatto è la porta che **collega il cervello** al mondo, l'unione tra realtà e percezione. Per questo, spiega il francese **Michel Onfray** nel suo ultimo libro, è lo strumento principe della **conoscenza**, ma anche un **formidabile** tramite per l'erotismo

di FRANCESCO ELLI

Gli uomini potevano chiudere gli occhi davanti alla grandezza, davanti all'orrore e turarsi le orecchie davanti a melodie o a parole seducenti. Ma non potevano sottrarsi ai profumi. Poiché il profumo è fratello del respiro. Con esso penetrava gli uomini, a esso non potevano resistere, se volevano vivere. E il profumo scendeva in loro, direttamente al cuore e là distingueva categoricamente la simpatia dal disprezzo, il disgusto dal piacere, l'amore dall'odio. Colui che dominava gli odori, dominava il cuore degli uomini». La lunga citazione, dal best seller *Profumo* di **Patrick Suskind**, riassume quella che, non solo letterariamente, potrebbe considerarsi «la rivincita del naso».

Storicamente, infatti, non c'è dubbio che l'olfatto sia stato, tra i cinque sensi, il meno considerato. In questo, un ruolo decisivo l'hanno certo giocato i filosofi, che non hanno mai avuto un buon rapporto con gli odori. Da molti, addirittura, l'olfatto è stato considerato come l'inverso dell'intelligenza, a partire da **Aristotele** che lo riteneva il più mediocre dei sensi, ambiguo e ambivalente. Lo sa bene lo scrittore e filosofo francese **Michel Onfray**, che nel suo ultimo libro, *L'arte di gioire. Per un materialismo edonista* (Fazi), traccia una sorta di storia dell'olfatto per riportare l'esperienza sensibile, e il piacere che da essa deriva, al centro del discorso filosofico e della vita dell'essere umano.

«In genere, il disprezzo per gli odori è associato al disprezzo per il proprio corpo...», osserva Onfray. «Sacrificare l'odorato significa isolarsi dal mondo», perché il naso è la porta che collega il cervello al mondo, il ponte di unione tra il soggetto che percepisce e il reale percepito.

«La sensazione olfattiva è un godimento estetico», ha scritto Michel Onfray. «È la volontà di trasfigurare il reale in emozioni, di cogliere il mondo come pretesto di bellezza, eccellenza e piacere».

Una porta, però, ed è questo il punto, istintiva e difficile da poter governare razionalmente, che risponde alla parte più animale dell'uomo; non a caso i primitivi, proprio come gli animali, regolavano i loro comportamenti sessuali in base all'odore. In un cammino, dunque, che deve portare l'uomo a elevarsi e distinguersi per la sua razionalità, è chiaro che il naso e le sue funzioni siano stati visti come degradanti e direttamente in rapporto con le basse pulsioni primordiali.

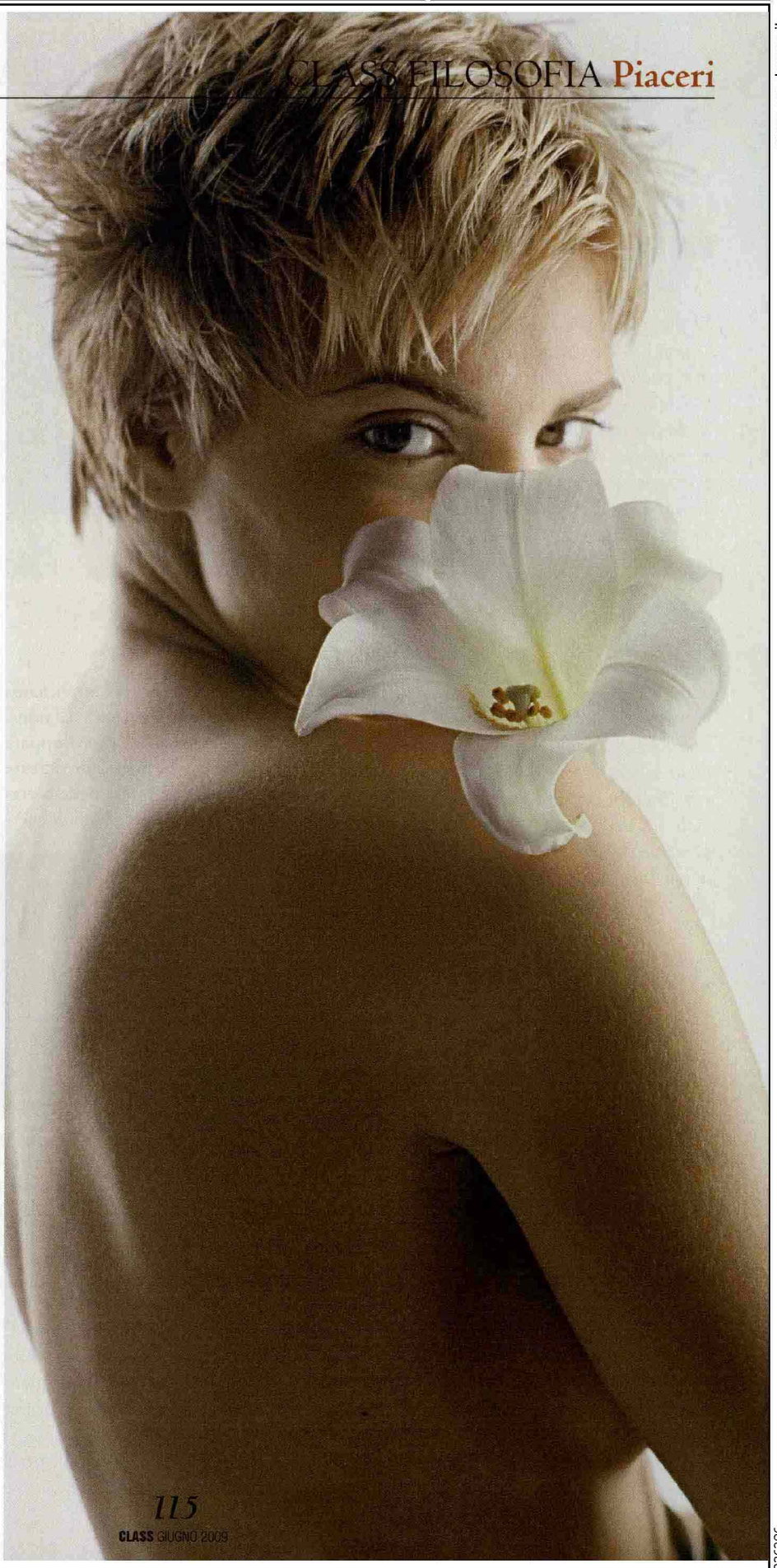
Eppure, obietta Onfray, questo allontanarsi dall'olfatto e dai sensi in generale è fuorviante, perché «tutte le più grandi intuizioni, anche dei grandi filosofi, sono arrivate in seguito a squilibri corporali, ad attimi in cui la troppo scontata fisicità ha vacillato, aprendo le porte a intuizioni e ragionamenti. Scrive ancora Onfray citando **Condillac**: «Gli odori agiscono fortemente su tutto il sistema nervoso: essi lo dispongono a tutte le sensazioni di piacere; gli comunicano quel leggero grado di turbamento che sembra esserne inseparabile; e tutto ciò avviene in quanto esercitano un'azione speciale

036286

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Mensile

Data 06-2009
Pagina 114/16
Foglio 2 / 3



sugli organi dai quali nascono i piaceri più vivi concessi alla natura sensibile».

Insomma, l'olfatto ha in sé poteri insospettabili. Lo sanno bene i tanti sommelier, che con il naso lavorano quotidianamente, ma che fino a non troppo tempo fa sapevano anche come, in pubblico, annusare un vino prima di portarlo alla bocca fosse oltremodo segno di cattiva educazione. **Daniele Cernilli**, padre del progetto Gambero Rosso e da più di vent'anni curatore della più consultata *Guida dei vini*, nel suo *Memorie di un assaggiatore* scrive: «Odorare è un'abitudine fuori moda in un'epoca nella quale l'olfatto è il senso meno usato e forse anche meno necessario». Anche se i 5 milioni di euro con cui il winemaker olandese **Ilja Gort**, produttore di rinomati vini nella zona di Bordeaux, ha assicurato il proprio naso con i Lloyd's di Londra, sembrerebbero dimostrare il contrario.

E se qualcuno pensa che parlando di vini il naso sia per forza di cose l'organo più tutelato, si stupirà davanti alla noti-

CORBIS

www.ecostampa.it
036286
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Mensile

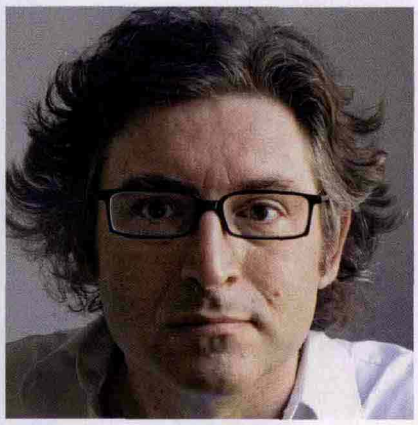
Data 06-2009
Pagina 114/16
Foglio 3 / 3

www.ecostampa.it

POTENZA DEL MARKETING, SPECIE SE OLFATTIVO

Se filosoficamente l'olfatto sembra nato a nuova vita negli ultimi anni, lo stesso si può dire da un punto di vista commerciale. Gli esperti di marketing, infatti, danno sempre maggiore importanza al profumo dell'ambiente nel quale le persone si ritrovano a effettuare spese o a usufruire di servizi. Alcune ricerche hanno mostrato che i clienti si fermano mediamente il doppio del tempo in un ambiente con dei profumi gradevoli piuttosto che in uno dove questi non ci sono. Il buon odore di un negozio si identifica, nell'inconscio, con la bontà del prodotto, e chiunque sia passato davanti a una panetteria la mattina presto, lo sa bene. Gli americani, però, ne hanno fatta una vera e propria filosofia: «Sell with Smell», che sottolinea come gli stimoli olfattivi restino impressi a lungo nel cervello e creino una connessione forte con emozioni e sensazioni.

Anche in questo campo l'olfatto è l'ultimo arrivato, perché più immediato è stato associare una musica o un colore a un prodotto, piuttosto che lavorare su un senso così istintivo e irrazionale. Proprio queste caratteristiche, però, fanno del naso uno dei più forti alleati delle strategie di marketing. Ecco, allora, che all'ingresso della lussuosa ed esclusiva lounge riservata alla business class della British Airways, i passeggeri possono essere accolti da profumi di mare o di erba appena tagliata, così come i dipendenti di alcune aziende giapponesi, al mattino, sono accolti in ufficio da essenze di limone come stimolo e incoraggiamento o da profumi di bosco alla sera per trasmettere ottimismo. I risultati, affermano gli esperti, ci sono. Di sicuro, se non altro, nessun potrà più rinfacciare al proprio collega di avere «la puzza sotto il naso».

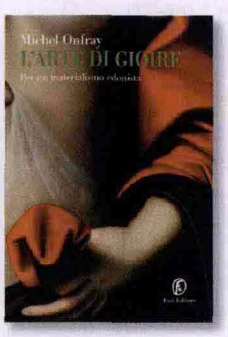


Il naso avrà il **potere** di dare al mondo un accesso singolare. La **coscienza** accrescerà i suoi poteri, la **memoria** i suoi **prodigi**

zia del progetto, a metà tra l'applicazione bellica e ludica, co-finanziato dal ministero della Difesa inglese, di sviluppare una tecnologia che permetta di ricreare gli odori dei fumi e la puzza delle battaglie nei giochi e nelle simulazioni di guerra. Gli appassionati di videogiochi avranno un fattore in più per immedesimarsi nel gioco e sentirsene realmente parte e i militari di professione potranno contare su esercitazioni quantomai al limite della realtà virtuale.

Come ha spiegato al *Corriere della Sera* **Bob Stone**, il professore a capo degli esperti della Birmingham University che stanno portando avanti il progetto: «L'odorato è il più sottovalutato e il meno usato dei nostri sensi, ma se noi facciamo leva solo sulla vista e sull'udito, rischiamo di chiudere la mente a tutto quello che sta succedendo attorno a noi. E per un soldato questo può fare la differenza fra la vita e la morte». Specie quando «annusare la paura» non è più, per nulla, solo un modo di dire.

Al di là di queste applicazioni, però, Onfray si sofferma, più che su guerra e morte, sul piacere legato alla sensazione olfattiva, sul «godimento estetico» che è «volontà di produrre forme uniche, di trasfigurare il reale in emozioni, di cogliere il mondo come pretesto di bellezza, eccellenza e piacere».



In alto, Michel Onfray, scrittore e filosofo francese. Qui sopra, il suo ultimo libro, **L'arte di gioire. Per un materialismo edonista** *(Fazi).*

In appoggio alla sua tesi, Onfray cita **Feuerbach** e **Nietzsche**, due filosofi che, fuori dal coro dei tanti «denigratori olfattivi», hanno rivalutato l'importanza di questa sensazione e dell'organo che ne è alla base. Scrive Nietzsche nel *Crepuscolo degli idoli*: «Il naso, per esempio, di cui ancora nessun filosofo ha parlato con riverenza e gratitudine, è talora addirittura il più delicato strumento che sia posto a nostra disposizione». Sulla stessa lunghezza d'onda è l'antropologia di Feuerbach che, anzi, sottolinea la capacità del corpo di cogliere «l'odore del mondo» e farne tesoro. «Il naso sarà dunque investito del potere di dare al mondo un accesso singolare», conclude Onfray. «La coscienza accrescerà i suoi poteri, la memoria i suoi prodigi».

036286

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.