

Anna Barbara, Anthony Perliss **Architetture invisibili**

L'esperienza dei luoghi attraverso gli odori



FrancoAngeli 

Serie di architettura e design

FRANCOANGELI



OPEN ACCESS la soluzione FrancoAngeli

Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [Pubblica con noi](#)

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "[Informatemi](#)" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Anna Barbara, Anthony Perliss
Architetture invisibili

L'esperienza dei luoghi attraverso gli odori

FrancoAngeli 

Serie di architettura e design

FRANCOANGELI

a Margherita e Rocco

Immagine di copertina: Anna Barbara and Anthony Perliss

ISBN e-book Open Access: 9788835164388

Prima edizione italiana: © 2006, Skira, Milano.

Copyright © 2024 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Pubblicato con licenza *Creative Commons Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale* (CC-BY-NC-ND 4.0)

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

Indice

Olfactive Design. La nascita di una disciplina	pag.	9
Olfatto nei luoghi di lavoro, di cura, di vendita	»	10
Architetture invisibili	»	14
Multiculturalismo e discriminazione	»	15
Olfactive Design	»	17
Bibliografia	»	19
Prefazione	»	23
Introduzione	»	25
1. Morte/Entropia	»	29
L'ultimo respiro	»	29
Separare la dimora dei morti da quella dei vivi	»	30
Il naso dell'architettura	»	30
L'architettura del naso	»	31
Alchimia e farmacia	»	33
Putrescina e cadaverina	»	35
Dosaggi e concentrazioni	»	35
Scatologico	»	36
Futurismo e necrofilia	»	37
Sangue	»	39
La pena	»	40
Cibo	»	41
Eau de New Orleans	»	42
Composti Organici Volatili	»	43
Polvere e infrasottile	»	44
Inodore di morte	»	45

2. Emozione e rito	pag.	47
Architetture come urne	»	47
In odore di santità	»	48
Paradiso terrestre e giardino celeste	»	49
Giardini	»	50
Segreti	»	51
Zolfo	»	52
Il posto del fuoco	»	53
Per fumum	»	55
Ascoltare l'incenso	»	56
Tabacco	»	57
Cerimonia del tè e riti del caffè	»	58
3. Marketing e tempo	»	60
Conservazione e accelerazione	»	60
Serre	»	61
Il genio della lampada	»	63
Sottovuoto	»	64
Il mezzo è il messaggio	»	65
Viaggi e commercio	»	67
Architettura fisiologica	»	68
Subliminale	»	69
Marketing emozionale	»	70
Sottrazione	»	71
Placebo	»	72
4. Identità e memoria	»	74
“To smell”	»	74
Architetture non standard	»	75
Essere-essenza	»	76
Circuiti e connessioni	»	77
Parole	»	79
Materia olfattiva	»	80
Composizioni	»	81
Vernacolare, tribale, ipogea	»	83
Memoria	»	84
Mediterraneo	»	85
Odori di città	»	86
Open 24 hours	»	87

5. Corpi e distanze	pag.	89
Territorio e appartenenza	»	89
Trigemino e le bussole olfattive	»	90
Animalità	»	91
“Pet me”	»	92
Sport	»	93
Attrazione e repulsione	»	94
Seduzione	»	96
Sessualità	»	97
Antropologia	»	98
George Orwell	»	99
Ora d’aria	»	100
Atmosphere is my style	»	101
6. Secco e umido	»	103
Epidemie	»	103
Erasmus e la nascita delle “buone maniere”	»	104
Moralità	»	105
Utopie e igiene	»	106
La casa borghese	»	107
Secolo secco	»	108
Vapori e nebbie	»	109
Terme, bagni e saune	»	111
Ventilazione naturale e forzata: gli inizi	»	112
La rosa dei venti	»	113
7. Realtà e riproduzioni	»	116
Confermare il reale	»	116
Vaniglia e vanillina	»	117
Mangiare gli aromi	»	118
Stati allucinatori e metaspazi	»	119
A volte ritornano: odorama e sinestesie	»	120
Ubiquità	»	121
Iperventilazioni	»	122
Pneumatico e gonfiabile	»	123

Incontri

I mulini a vento di Zaanse, Amsterdam Petra Blaisse e Martin Gras	pag. 127
Il Meatpacking Market di New York Liz Diller e Roger Schmid	» 133
Le Catacombe di Parigi Philippe Rahm e Maurice Roucel	» 137
Il Giardino dei Semplici a Firenze Lorenzo Villoresi e Clino Trini Castelli	» 141
L'atelier di Hermès a Parigi Jean-Claude e Hervé Ellena	» 147
Bibliografia	» 153

Olfactive Design. La nascita di una disciplina

Sono trascorsi alcuni decenni ormai dalla pubblicazione del libro *Architetture invisibili. L'esperienza dei luoghi attraverso gli odori* e quella che era sembrata solo una ricerca dentro un senso trascurato dall'architettura e dal design è, nel corso del tempo, diventata una disciplina nascente e una pratica professionale sempre più promettente.

Negli anni trascorsi dalla prima edizione ho proseguito la ricerca in giro per il mondo, cercando di capire chi lavorasse con l'aria, e anche chi stava sperimentando nell'area dell'olfatto in relazione alle discipline del progetto. Nel corso degli ultimi 20 anni sono nate linee di ricerca dedicate all'olfatto nel design degli spazi, dei prodotti e dei servizi; nelle neuroscienze per indagare l'impatto degli odori sul nostro cervello; nella psicologia comportamentale con applicazioni nel marketing, nelle vendite, nell'esperienza; nella chimica e nell'ingegneria dei nuovi prodotti e materiali; nella meccanica per la progettazione di piccole tecnologie e strumenti per la diffusione negli ambienti e per il corpo; nelle terapie per la salute e la cura; nel digitale per restituire materia all'immateriale (Milotic, 2003; Henshaw, McLean, Medway, Perkins, Warnby, 2018).

Quella che era una ricerca di nicchia è diventata un settore in crescita in termini quantitativi e qualitativi.

L'olfatto è l'unico senso che non possiamo spegnere: possiamo chiudere gli occhi, tappare le orecchie, non toccare, rifiutare il cibo, ma non possiamo smettere di respirare (Levi, 2012).

È "fratello del respiro", recitava il protagonista del *Profumo* di Patrick Süskind, e con l'aria, infatti, l'odore penetra nel nostro corpo e non possiamo resistergli. Gli odori diventano quindi veicolo di emozioni, ricordi, malattie, ma anche desideri. Il dominio degli odori è legato al controllo delle persone e delle loro emozioni ed è per questo che l'interesse verso questo organo e il suo potenziale è ancora in parte da esplorare (Nestor, 2020).

Tutti i nostri sensi rispondono a stimoli esterni, ma solo l'olfatto richiede l'immissione di particelle di mondo all'interno del nostro organismo (Gorman, 1964; Fuso, 2022).

La natura involontaria e internalizzata dell'olfatto è parte di quelle qualità che lo rendono intangibile, profondo e intimo (Levi, 2012).

In tal senso la pandemia ha contribuito ad aumentare la consapevolezza del ruolo esistenziale di questo senso, non solo sul piano estetico, ma anche vitale.

La letteratura scientifica mostra che ci sono settori estremamente interessati all'olfatto: nelle aree del marketing e del neuromarketing, rivolte a esplorare l'impatto sul comportamento dei consumatori, nell'area delle esperienze immersive collegate frequentemente ai musei e anche al retail per comprendere il contributo dell'olfatto sulle esperienze fisiche in contesti fortemente digitali e/o immateriali (Ischer, Baron, Mermoud, Cayeux, Porcherot, Sander, Delplanque, 2012; Lupton, Lipps, 2018).

Olfatto nei luoghi di lavoro, di cura, di vendita

La rivoluzione digitale che stiamo vivendo rende questo senso, immateriale e immanente, uno strumento cardinale di presenza, attraverso l'esperienza fisica dei luoghi che ospitano, nonostante le connessioni, i nostri corpi. Perché qualunque esperienza, anche la più virtuale, provoca delle emozioni che ricadono sul nostro corpo. Non esistono luoghi privi di odori, ma esistono luoghi in cui la soglia è talmente bassa da non essere percepita o altri in cui l'odore o la somma di odori costruisce un paesaggio olfattivo. La questione è se la somma degli odori produce una cacofonia o se, invece, qualcuno ha progettato il bouquet olfattivo e i vari odori compongono un risultato piacevole o disgustoso.

Una buona educazione olfattiva non solo aumenta la sensibilità, ma diventa anche uno strumento imprescindibile per i progettisti affinché le qualità invisibili dello spazio siano coerenti a quelle degli altri sensi e non siano variabili fuori controllo, se non addirittura avverse.

La prossima generazione di progettisti dovrà acquisire quella sensibilità che Joseph Rykwert richiedeva ai suoi studenti affinché fosse evidente che progettare un luogo non significa unicamente progettare la sua immagine, eccitare la vista, ma coinvolgere tutti i sensi, che sono i media fondamentali perché l'esperienza di un luogo sia memorabile, emozionante e necessariamente coerente.

La rivoluzione digitale che ha realizzato alcuni primari desideri dell'umanità, come la smaterializzazione, l'eternità, l'ubiquità, ha trovato nell'olfatto il senso più alleato e performativo.

Andy Warhol scriveva nel 1975, in *From A to B and Back Again*, che l'odore è realmente un mezzo di trasporto, più di quanto lo siano vista e udito, tatto e gusto. È l'olfatto il media potente nel riportarci altrove. Gli odori ci fanno viaggiare nel tempo e nello spazio, ma anche simultaneamente qui e lì (Warhol, 1979).

L'olfatto spesso viene erroneamente associato solo al settore del lusso o al benessere e all'ospitalità, ma le sue ricadute sono invece molto più ampie e profonde, impattando e alterando la nostra psicologia, il nostro stato mentale ed emotivo, le nostre condizioni fisiologiche (Morrin, Ratneshwar, 2000).

Le neuroscienze stanno ampiamente indagando su come l'olfatto inibisce o accelera alcuni stati mentali o processi fisici e fisiologici. Le nuove esplorazioni contribuiscono a scoprire come molti dei nostri comportamenti siano spesso reazioni a stimoli di tipo olfattivo (Ruzzon, 2022; Bitner, 1992; Barwich, 2020).

L'impatto delle stimolazioni olfattive è un potenziatore di prestazioni e performance nell'area della produttività, dell'apprendimento e della concentrazione. Che gli odori influenzino l'umore è cosa nota, ma dalla letteratura scientifica emerge che essi influenzano anche le prestazioni professionali e i comportamenti. Da dati raccolti da ricerche sui luoghi di lavoro, emerge che ambienti profumati in presenza di diffusori riducono l'assenteismo del personale e che uffici ben ossigenati e aerati aumentano la produttività e le funzioni cognitive di oltre il 60% rispetto alla media. Per questa ragione la progettazione dei luoghi di lavoro è fortemente interessata, sia per introdurre materiali con caratteristiche olfattive, sia per la progettazione di impianti di aerazione che contemplino la possibilità di intervenire non solo su temperatura, pressione e umidità dell'aria, ma anche profumazione (Baron, 1990).

I risultati di ricerche e sperimentazioni hanno reso evidente che l'impatto degli odori sul nostro organismo, sul piano emotivo e comportamentale, può influire su aspetti terapeutici e riconfigurare i luoghi di cura, attraverso un design olfattivo che, in alcuni spazi e in alcuni momenti, coadiuvi la cura stessa.

Tutte le qualità dell'aria – odore, temperatura, umidità, pressione – diventano strumenti terapeutici con cui si può curare corpo e psiche.

È testato e misurato il potenziale dell'olfatto nelle terapie di alcune patologie senili, dalla demenza all'Alzheimer. I disordini olfattivi sono di solito rilevati nell'85-90% dei pazienti già nelle fasi iniziali e peggiorano

con il progredire della patologia. Tuttavia, solo il 6% lamenta questa perdita senso.

Sebbene nei pazienti affetti da Alzheimer i disturbi olfattivi siano dovuti a carenze sia periferiche che centrali – con perdita delle capacità di rilevazione, riconoscimento, identificazione, ricordo – permane comunque la capacità di giudizio qualitativo degli odori come intensità, edonicità, familiarità, commestibilità, ecc. (Brand, 2019).

In questi anni ho sviluppato (con Francesca Ripamonti) un progetto di *Olfactorium*, nel *Paese Ritrovato*, un piccolo villaggio per i pazienti di Alzheimer a Monza, in cui gli abitanti praticano ginnastica olfattiva per rallentare la degenerazione della malattia. Questo progetto nasceva dall'evidenza scientifica che i pazienti affetti da Alzheimer perdono gradualmente il senso dell'olfatto e conseguentemente la relazione cognitiva tra odori e memoria, ma voleva sperimentare quello che la letteratura scientifica degli ultimi anni invece faceva emergere, ossia che la perdita di memoria cognitiva non è accompagnata da altrettanta perdita di memoria emotiva (Albrecht, Schreder, Kleemann, Schöpf, Kopietz, Anzinger, Demmel, Linn, Kettenmann, Wiesmann, 2009).

Dalle ricerche effettuate dalla Alzheimer's Society, infatti, i pazienti reagiscono ad alcuni odori, come ad esempio la cannella, con un significativo aumento di alcune funzioni cognitive, come le risposte visivo-motorie, la memoria operativa e la soglia di attenzione. La stimolazione olfattiva, che è in grado di suscitare sugli anziani memorie piacevoli, induce a una maggior socialità e al desiderio di uscire di casa e instaurare relazioni, superando l'isolamento che è spesso causa di depressione. Alcune fragranze sono in grado di veicolare indietro nello spazio e nel tempo e quindi l'inserimento in case di riposo o abitazioni per anziani può essere di grande aiuto alla loro socialità (Ansari, Johnson, 1975).

L'*Olfactorium* era quindi una palestra olfattiva per esercitare la memoria emotiva dei pazienti e stimolarne socialità e vitalità.

Oltre all'interesse per l'area salute e cura, una parte significativa delle ricerche si è rivolta all'area commerciale, guidata dal marketing anziché dal design degli interni.

La relazione emotiva tra olfatto e memoria emotiva è stato un territorio privilegiato di sperimentazione nel retail, nell'ospitalità, nella moda, nel cibo, nello sport, nella cosmetica, nell'intrattenimento, nel turismo e per tutto l'immaginario che l'experience design è in grado di inventarsi e progettare (Spangenburg, Crowley, Henderson, 1996).

I primi studi, svolti già negli anni Novanta, riguardavano la reazione psicologica dei consumatori nei punti vendita che presentavano delle profumazioni (Gulas, Bloch, 1990).

Ogni anno vengono spese somme esorbitanti per inserire nei negozi luci accattivanti, carpet sonori, arredi e apparecchiature in grado di creare atmosfere per aumentare le vendite o rendere memorabile l'esperienza (Bouzaabia, 2014).

Progettare per l'olfatto negli spazi significa occuparsi di *ambient scent*, ossia di aria, di respirazione, di temperatura, di umidità, di materiali, di orientamento, di profumi, e non specificatamente dell'odore emanato da un oggetto in particolare (Morrin, Ratneshwar, 2000; Zemke, Shoemaker, 2007).

Generalmente le ricerche si sono focalizzate su odori localizzati (Gulas, Bloch, 1990), oppure su oggetti profumati a scopi promozionali (Morrin, Ratneshwar, 2000), e solo in casi isolati si sono concentrate su studi olfattivi degli spazi, testando il comportamento all'interno di alcuni ambienti simulati (Spangenburg, Crowley, Henderson, 1996).

Da esperimenti sull'*ambient scent* emerge che le valutazioni dei consumatori sono migliori laddove l'ambiente è profumato rispetto a quando non c'è alcuna profumazione e che un ambiente profumato ha sempre un effetto positivo sul comportamento e sulle valutazioni (Baron, 1997; Chebat, Michon, 2003).

Inserire odori nei luoghi di vendita, nei negozi, nelle palestre, ma anche collegare odori a viaggi ed esperienze è un mercato lucrativo. Chi progetta spa, navi da crociera, grandi alberghi conosce il potere persuasivo e attrattivo dell'esperienza olfattiva dentro esperienze di ospitalità (Shoemaker, Lewis, 1999).

Il brand olfattivo riguarda anche i designer degli spazi, che devono progettare e governare questa esperienza, creare veri e propri paesaggi emotivi che siano memorabili, senza essere tossici e invasivi (Bone, Jantrani, 1992).

Altri studi dimostrano che una progettazione degli stimoli ambientali che si concentri sulla coerenza tra olfatto e suono produce maggiore soddisfazione rispetto all'esperienza e rende più efficienti i processi decisionali dei consumatori (Mattila, Wirtz, 2001; Mitchell, Kahn, Knasko, 1995).

Una ricerca per testare gli effetti degli odori ambientali sulla valutazione e sul ricordo di un marchio dimostra che la congruità dell'odore ha una relazione con la memoria del brand. La presenza di odori nella fase di valutazione del marchio determina una maggiore attenzione dei partecipanti agli stimoli del marchio, un maggiore richiamo al marchio e una maggiore accuratezza nel riconoscimento del marchio (Morrin, Ratneshwar, 2003).

Architetture invisibili

Il libro è strutturato intorno a sette grandi aree tematiche, che rimangono oggi di grande attualità perché fungono da ponte tra odori e luoghi, oggetti, rituali che coinvolgono la morte, lo spirito, i corpi, il sesso, il tempo, l'identità e l'autenticità, la memoria, le emozioni, i rituali, ecc. (Chu, Downes, 2002).

Il tema della morte affronta le mutazioni inesorabili della materia che, trasformandosi, rilascia nell'aria le componenti volatili che in qualche modo noi respiriamo. Queste trasformazioni, che si dirigono inevitabilmente verso la morte, mostrano un continuum senza soluzione di continuità. Le poliammine cadaverina e putrescina, che sono dei composti cristallini che si trovano nella materia organica che si decompone, appartengono alla medesima famiglia della spermidina e spermina, che si trovano nello sperma.

Anche il tema della spiritualità e dei luoghi ad essa connessi trova ancora nell'olfatto un media di straordinaria importanza.

Sebbene i rituali stiano scomparendo, gli odori di incensi e candele rimangono espedienti per conferire spiritualità ai riti più laici e profani, e viceversa l'uso di profumazioni serve a inventare nuovi riti e altri spazi di sacralità (Han, 2021; Turley, Milliman, 2000).

Gli odori riguardano principalmente le identità dei luoghi, quelle autentiche e quelle artificiali, per veicolare emozioni e ricordi. L'identità di luoghi, persone, animali, materiali è iscritta nell'odore e per questo motivo è così potente e pericolosa. L'identità olfattiva è così memorabile che gli esseri umani, a meno di patologie gravi, difficilmente riescono a cancellarla. La memoria olfattiva è infatti una memoria a lungo termine più precisa e attendibile di quella cosciente. Mentre la memoria visiva perde oltre il 50% della propria intensità dopo 3 mesi, i ricordi legati alla sfera olfattiva perdono solamente il 20% della propria intensità solo dopo un anno (Barwich, 2022).

Oltre alle aziende che ripongono nell'esperienza olfattiva dei propri spazi una parte importante della memoria emotiva del marchio, anche i musei nell'ultimo decennio hanno scoperto la natura identitaria e narrativa degli odori applicabile a mostre, installazione o opere d'arte. A parte alcuni musei interamente dedicati ai profumi, come il Musée du Parfum a Parigi (fondato nel 1983) e la Osmothèque di Versailles (fondata nel 1990), c'è una grande esplorazione dell'olfatto nell'arte, nell'exhibition e nella curatela di importanti mostre (Nieuwhof, 2014; Levent, Pascual-Leone, 2014).

Negli ultimi anni ho progettato in Cina alcuni musei dedicati alla grappa locale, chiamata *baidu*. Il primo si trova a Shaoyang, Xiangjiao Liquor

Museum in Hunan, il secondo Tongwangyao Liquor Museum a Changsha, il terzo nell'Heritage Village di Lidu.

Il liquore è prodotto dalla fermentazione del sorgo, che è un elemento di forte identità di questa bevanda popolare in tutta la Cina. L'identità olfattiva è stata indispensabile nel definire la narrazione, l'esposizione e l'esperienza all'interno dei 3 musei. Scarti di sorgo sono stati impiegati per la realizzazione di alcuni intonaci, ma sono stati progettati anche degli appositi diffusori per la degustazione olfattiva dei differenti stati di invecchiamento dello stesso liquore.

Identità olfattiva significa anche somiglianza o diversità, comporta prossimità o distanza, attrazione o repulsione, regola quella distanza sociale che ci induce a comprare profumi per aumentare l'aura di seduzione e attrazione, o a deodorare gli spazi affinché siano più gradevoli (Baron, 1981).

Multiculturalismo e discriminazione

Il tema del multiculturalismo, della diversità tra i popoli, che le migrazioni rendono cogente, riguarda anche l'olfatto e la prossemica tra corpi che profumano sovente in maniera differente (Allen, Havlicek, Roberts, 2015).

Per il socialista George Orwell, ossessionato dagli odori, il cattivo odore era una barriera insuperabile al successo del socialismo (Sutherland, 2016).

La discriminazione olfattiva è indubitabilmente inscritta anche nell'esperienza dei luoghi e delle relazioni. Ognuno emana odore in maniera differente, in base alla propria alimentazione, alla propria età, all'attività fisica, alla salute (Brand, 2019).

La storia degli spazi e dell'architettura riguarda la necessità degli esseri umani di prendere le distanze dai cattivi odori (Hamblin, 2020).

Inizia con la distinzione tra odori umani e animali, allontanando le bestie dalle case e confinandole nelle stalle, proseguendo con il nascondimento degli odori del proprio corpo relegati nel bagno, e continuando con la negazione dell'odore del cibo in cucina, strategicamente distante dalle stanze di rappresentanza come nella casa borghese del XIX secolo (Muschmied, 2020).

Quando gli ominidi abbandonarono l'andatura quadrupede per assumere una posizione verticale, segnarono una svolta rivoluzionaria nella percezione dello spazio attraverso l'olfatto. Il naso non era più lontano dal terreno. Gli esseri umani si alzarono in posizione verticale.

Sigmund Freud attribuì al disgusto per le feci la spinta più forte per passare dalla quadrupedia dell'infanzia alla bipedia dell'età adulta. L'inizio dell'era industriale pose fine all'“età escrementizia” dell'architettura, quando gli spazi erano stretti e promiscui con gli odori della terra e dei corpi, delle bestie, del sesso (Freud, 1991; Hamblin, 2020).

La nascita dei grattacieli fu paradigmatica nel tentativo di elevare il candore e la pulizia oltre le qualità igieniche, fino a farli diventare veri e propri valori morali. La regolamentazione degli odori divenne controllo sociale e morale. Nel corso del XX secolo gli spazi vennero asciugati e disidratati, per paura di tubercolosi e malattie di ogni tipo, luce ed aria divennero diritti per tutti, come proclamò il X CIAM (Congresso Internazionale di Architettura Moderna) del 1953 (Colomina, 2019; Hamblin, 2020).

Negli ultimi vent'anni il tema è diventato ossessionante in alcuni contesti e in alcuni Paesi, come in Giappone, dove il design e la produzione di deodoranti, alitometri e strumenti per garantire che il nostro odore non infastidisca gli altri, è uno dei mercati più fiorenti.

Con la pandemia la sensibilità si è nevrologizzata perché l'ossessione non è esclusivamente contro i cattivi odori, ma contro potenziali virus inodore.

L'aria come veicolo di contagio ci riporta indietro nei secoli, riproponendo maschere di protezione, distanze maggiori tra le persone, spazi meno affollati e sistemi di aerazione e ventilazione più efficienti e più controllati (Nestor, 2020).

Pur essendo in grado di riconoscere oltre 10.000 odori differenti, siamo tra gli animali quelli che hanno l'olfatto meno sviluppato e che nel corso dei secoli lo hanno esercitato sempre meno.

L'olfatto è anche collegato ai materiali, perché l'aria che respiriamo contiene VOC (Composti Organici Volatili) che vengono rilasciati gradualmente dalla maggior parte dei materiali utilizzati in architettura e nel design. Sono presenti nelle costruzioni, nei materiali, negli elementi d'arredo, nei pannelli di legno, nei laminati, nei tessuti sintetici, nei tappeti, nei rivestimenti, negli isolanti, nelle schiume poliuretaniche, nelle colle, nelle lacche, nelle resine e nei detersivi per la pulizia degli interni (Henshaw, McLean, Medway, Perkins, Warnby, 2018).

I materiali a loro volta reagiscono tra di loro in una sorta di composizione che mescola le qualità immateriali di materiali differenti in un'unica identità dinamica (Zumthor, 2006).

In un mondo multispecie e digitale, la perdita dell'olfatto potrebbe comportare una nostra estinzione. Per questo la pandemia ha sollevato una questione fondamentale per l'esistenza umana, che le tecnologie digitali potranno contribuire a salvare.

Il rapporto tra tecnologie virtuali, aumentate, artificiali, e l'olfatto è una grande scommessa.

Ad oggi non si è ancora riusciti a veicolare digitalmente gli odori, ma è previsto che entro il 2030 l'olfatto giocherà un ruolo chiave nei sistemi IoT e nelle esperienze immersive.

Oltre metà della popolazione mondiale vive a scarso contatto con la natura per via della continua urbanizzazione, che aumenta il bisogno di avere esperienze naturali. I dati rilevati da alcune ricerche mostrano che il 60% delle persone spera che a breve i video vengano accompagnati da odori, oltre che da suoni, e oltre il 56% degli intervistati si aspetta entro il 2030 di annusare gli odori dei film che sta guardando. Quello che negli esperimenti degli anni Sessanta con gli *odorama*, durante le proiezioni dei film, è fallito, oggi potrebbe essere consentito dalle tecnologie (Ischer, Baron, Mermoud, Cayeux, Porcherot, Sander, Delplanque, 2012).

La vita phygitale sarà priva di odori o invece più stimolata? Che odore avranno gli spazi virtuali? Che aria ci sarà negli spazi estremamente artificiali che progetteremo e vivremo? Che ruolo avrà l'Intelligenza Artificiale?

Esistono già esperimenti di AI per predire, addestrare al riconoscimento di alcune sostanze chimiche in grado di allertare, modificare e reagire in base agli stimoli, così come esistono tecnologie in grado di monitorare quanto accade negli spazi, ma anche di scegliere la qualità dell'aria che respiriamo. Ed esistono brevetti e ricerche di tecnologie *wearable* per consentire a materiali e tessuti che ci circondano di reagire agli odori (Tillotson, 1991).

Un mio progetto del 2018 per una torre residenziale a Xi'an, in Cina, esplorava la possibilità di personalizzare il paesaggio olfattivo di ciascun appartamento a seconda delle ore del giorno, dell'umore dell'inquilino e dell'esigenza di rilassarsi o svegliarsi. In questo caso sia i materiali, sia un sistema domotico consentivano gestione e controllo dell'aria e delle eventuali fragranze.

In un mondo digitale che favorisce la separazione tra percezione ed emozione, in cui il presente è un tempo spesso di uploading di immagini da vivere altrove, continuare a usare l'olfatto potrà servire a mantenere il corpo al centro dell'esperienza dei luoghi e sede esclusiva delle emozioni.

Olfactive Design

Il rapporto tra l'olfatto e molte discipline del design e dell'architettura non è una novità. Gli odori si trovano nei materiali che costruiscono l'architettura, nei rituali che vengono ospitati, nelle attività delle persone, nelle persone stesse.

Quando l'architettura visibile e concreta e quella invisibile sono coerenti, si produce piacere, narrazione, comfort; quando non lo sono, si crea disagio, spaesamento, e addirittura malattia.

Inspiriamo ed espiriamo 25.000 volte al giorno, facciamo entrare pezzi di mondo dentro noi stessi: non va trascurata questa dimensione del progetto e i significati che reca con sé.

I luoghi hanno odori, le città hanno odori. Paul Valery racconta quelli dei sottoportici di Genova, Alberto Savinio quelli amabili di Venezia, e una pletera di scrittori ha descritto quelli di Parigi, puzze e profumi. L'artista Sissel Tolaas ha riprodotto, dal 1998 ai giorni nostri, il paesaggio olfattivo di 52 città (Henshaw, McLean, Medway, Perkins, Warnby, 2018).

Joseph Rykwert raccontava che quando uno dei suoi studenti citava, ad esempio, tipi di architettura greca, lui gli chiedeva cosa facessero i Greci nell'edificio: cosa succedeva sull'altare, per esempio, dove si sacrificavano mucche, tori e altri animali.

I grandi maestri dell'architettura hanno progettato considerando la matrice olfattiva dei loro edifici: Richard Neutra, Alvar Aalto, Peter Zumthor, Herzog e De Meuron, Gigon e Guyer, Diller e Scofidio, Philippe Rahm, per citarne solo alcuni.

Oggi, questa dimensione immateriale e profonda va progettata, non può più essere lasciata solo in mano alle holding delle emozioni, pronte in maniera subliminale a guidarci verso i propri interessi.

Siamo agli albori di una nuova importante disciplina del progetto, quella del design olfattivo, che non solo ci porta in una dimensione ancora in parte da esplorare e presidiare, ma che richiede nuove competenze, offre nuove professioni e mercati. Una disciplina che richiede competenze trasversali e verticali in grado di esplorare un'estetica oltre la vista, un'etica oltre il consumo, una sostenibilità dei materiali, una salubrità dell'aria indoor e outdoor, una conoscenza dell'impatto neurologico e fisiologico di alcune sostanze sulle nostre azioni e reazioni emotive (Bonnaud, Fraigneau, 2021).

L'Olfactive Design esplora gli aspetti legati agli spazi, ai prodotti, ai servizi, ai comportamenti, alle esperienze, alle interfacce e alla qualità dell'aria. È una disciplina il cui obiettivo principale non è la profumazione degli ambienti, ma la conoscenza della natura dei materiali che vengono scelti per arredare un ambiente, del movimento dell'aria negli spazi, della temperatura e dell'umidità di questi in grado di veicolare odori e componenti volatili.

È una disciplina composta dall'integrazione di più competenze di design, di energetica, di chimica, di meccanica, di neuroscienza, di arte, di profumeria, di storia, di antropologia, di etnografia, di marketing, di psicologia comportamentale, ecc.

L'Olfactive Design serve a progettare una composizione olfattiva dinamica che ridisegna gli spazi. Progettare con l'olfatto significa infatti costruire forme di architettura invisibile dentro quella visibile, nello spazio, ma anche nel tempo, perché gli odori si muovono naturalmente e artificialmente e mutano in continuazione. Non si tratta dunque di scegliere un diffusore di fragranze, ma di scegliere i materiali da impiegare nel progetto anche per le loro qualità olfattive, decidere come far muovere l'aria che le trasporta, dove mettere una finestra o un bocchettone del sistema di aerazione. Si tratta di decidere quale odore deve attivare l'esperienza e quando farlo iniziare, e poi come deve mutare nel corso dell'esperienza di un luogo, dove essere saturo e dove invece essere eliminato per lasciare il posto ad altri odori o a nessuno. L'ingresso in un luogo diventa il momento di attivazione di memoria, di emozioni, di comportamenti, anche se in quel luogo entriamo tutti i giorni. La lobby, la reception, la sala di attesa sono luoghi in cui la presenza dell'olfatto dà il via all'avventura invisibile delle emozioni nello spazio.

Progettare gli spazi con l'olfatto è come scrivere una partitura musicale, con pause, ritmi, volumi, note. La banalizzazione proposta dal mercato per consentire l'esperienza olfattiva, veicolata da candele, incensi, fiori, diffusori, si sta emancipando verso una progettazione integrata, che nasce con il progetto e non viene inclusa esclusivamente alla fine come decorazione posticcia. Il passaggio dalla profumeria e dalla decorazione al design l'ha trasformata in un'area di ricerca e progetto del mondo contemporaneo, distante dalla cosmetica e dalla profumazione ambientale, integrata alle tecnologie digitali e sensibile alla fisiologia delle persone.

L'Olfactive Design offre opportunità illimitate. Una pratica progettuale che, nonostante sia presente nella storia dell'umanità, oggi diventa disciplina cardinale nell'esperienza dei luoghi.

Bibliografia

- Albrecht J., Schreder T., Kleemann A.M., Schöpf V., Kopietz R., Anzinger A., Demmel M., Linn J., Kettenmann B., Wiesmann M. (2009), *Olfactory detection thresholds and pleasantness of a food-related and a non-food odour in hunger and satiety*, "Rhinology", 47, 160-165.
- Allen C., Havlicek J., Roberts S.C. (2015), *Effect of fragrance use on discrimination of individual body odor*, "Frontiers in Psychology", 6, 11-15.
- Ansari K.A., Johnson A. (1975), *Olfactory function in patients with Parkinson's disease*, "Journal of Chronic Diseases", 28, 493-497.
- Baron R.A. (1981), *Olfaction and human social behavior: effects of a pleasant scent on attraction and social perception*, "Personality and Social Psychology Bulletin", 7, 611-616.

- Baron R.A. (1990), *Environmentally induced positive affect: its impact on self-efficacy, task performance, negotiation, and conflict*, "Journal of Applied Social Psychology", 20, 368-384.
- Baron R.A. (1997), *The sweet smell of helping: effects of pleasant ambient fragrance on prosocial behavior in shopping malls*, "Personality and Social Psychology Bulletin", 23, 498-503.
- Barwich A.S. (2020), *Smellosophy. What the Nose Tells the Mind*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Bitner M.J. (1992), *Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees*, "Journal of Marketing", 56, 57-71.
- Bone P.F., Jantranis S. (1992), *Olfaction as a cue for product quality*, "Marketing Letters", 3, 289-296.
- Bonnaud X., Fraigneau V. (2021), *Novuaux Territoires de l'Expérience Olfactive*, Infolio, Parigi.
- Bouzaabia R. (2014), *The effect of ambient scents on consumer responses: Consumer type and his accompaniment state as moderating variables*, "International Journal of Marketing Studies", 6, 155-167.
- Brand G. (2019), *Discovering odors*, Wiley, New York.
- Chebat J.-C., Michon R. (2003), *Impact of ambient odors on mall shoppers' emotions, cognition, and spending. A test of competitive causal theories*, "Journal of Business Research", 56, 529-539.
- Chu S., Downes J.J. (2002), *Proust nose best: Odors are better cues of autobiographical memory*, "Memory and Cognition", 30, 511-518.
- Colomina B. (2019), *X-Ray Architecture*, Lars Müller Publisher, Baden.
- Freud S. (1991), *Case Histories II*, Penguin Books, Londra, 1909.
- Fuso S. (2022), *Sensi Chimici. La scienza degli odori e dei sapori*, Carocci, Roma.
- Gorman W. (1964), *Flavor, Taste and the Psychology of Smell*, Charles C. Thomas, Springfield, Ill.
- Gulas C.S., Bloch P.H. (1990), *Right under our noses: ambient scent and consumer responses*, "Journal of Business and Psychology", 10, 87-98.
- Hamblin J. (2020), *Clean. The New Science of Skin*, Riverhead Books, New York.
- Han B.C. (2021), *La scomparsa dei riti. Una topologia del presente*, Nottetempo, Milano.
- Henshaw V., McLean K., Medway D., Perkins C., Warnaby G. (2018), *Designing wit Smell. Practices, Techniques and Challenges*, Routledge, New York e Londra.
- Ischer M., Baron N., Mermoud C., Cayeux I., Porcherot C., Sander D., Delplanque S. (2012), *How incorporation of scents could enhance immersive virtual experiences*, Methods Article.
- Levent N. (2014), *Pascual-Leone, A., The Multisensory Museum. Cross-Disciplinary Perspectives On Touch, Sound, Smell, Memory, And Space*, Rowman & Littlefield, Lanham, MD.
- Levi J. (2012), *Engraved in the Mind: The Significance of Smell*, The London Consortium, Londra.

- Lupton E., Lipps A. (2018), *The Senses: Design Beyond Vision*, Princeton Architectural Press, New York.
- Mattila A.S., Wirtz J. (2001), *Congruency of scent and music as a driver of in-store evaluations and behavior*, "Journal of Retailing", 77, 273-289.
- Milotic D. (2003), *The impact of fragrance on consumer choice*, "Journal of Consumer Behaviour", 3, 179-191.
- Mitchell D.J., Kahn B.E., Knasko S.C. (1995), *There's something in the air: effects of congruent or incongruent ambient odor on consumer decision making*, "Journal of Consumer Research", 22, 229-238.
- Morrin M., Ratneshwar S. (2000), *The impact of ambient scent on evaluation, attention, and memory for familiar and unfamiliar brands*, "Journal of Business Research", 49, 157-165.
- Morrin M., Ratneshwar S. (2003), *Does it make sense to use scents to enhance brand memory?*, "Journal of Marketing Research", 40, 10-25.
- Muchembled R. (2020), *Smells, A Cultural History of Odours in Early Modern Times*, Polity Press, Medford, MA.
- Nestor J. (2020), *Breath: The New Science of a Lost Art*, Riverhead Books, New York.
- Nieuwhof A. (2014), *Olfactory Experiences in Museums of Modern and Contemporary Art. Smell As A New Curatorial Strategy* (Research Master Leiden University).
- Ruzzon D. (2022), *Tuning Architecture with Humans*, Mimesis International, Milano.
- Shoemaker S., Lewis R.C. (1999), *Customer loyalty: the future of hospitality marketing*, "International Journal of Hospitality Management", 18, 345-370.
- Spangenberg E.R., Crowley A.E., Henderson P.W. (1996), *Improving the store environment: do olfactory cues affect evaluations and behaviors?*, "Journal of Marketing", 60, 67-80.
- Sutherland J. (2016), *Orwell's Nose. A pathological Biography*, Reaktion Books, Londra.
- Tillotson J.R. (1991), *Interactive Olfactory Surfaces*, BA (Hons) Fashion Communication & Promotion, Central St Martins, Londra.
- Turley L.W., Milliman R.E. (2000), *Atmospheric effects on shopping behavior: a review of the experimental evidence*, "Journal of Business Research", 49, 193-211.
- Warhol A. (1979), *From A to B and Back Again: The Philosophy of Andy Warhol*, MacMillan Education, Australia.
- Zemke D.M.V., Shoemaker S. (2007), *Scent across a crowded room: Exploring the effect of ambient scent on social interactions*, "Hospitality Management", 26, 927-940, 939.
- Zumthor P. (2006), *Atmospheres. Architectural Environments, Surrounding Objects*, Birkhäuser, Basilea.

Prefazione

«Quando uno studente mi illustra, poniamo il caso, i tipi dell'architettura greca» – racconta Joseph Rykwert –, «dopo un po' gli chiedo che cosa facessero i Greci nell'edificio che sta descrivendo. Che cosa succedeva, tanto per dire, sull'altare? C'erano mucche, tori, si sacrificavano, macellandoli, gli animali. Quindi c'era sangue e puzza... Non si pensa mai a queste cose, all'odore di un luogo... invece questa è una parte importante della conoscenza che si può avere di un edificio».

Questo libro parte da una serie di interrogativi che noi autori ci siamo posti, in circostanze differenti della nostra vita, quando siamo entrati in relazione con il mondo degli odori, dei profumi, degli aromi. I nostri percorsi diversi portavano a interrogarsi su come rappresentare, in una cultura visuale, l'olfatto e i suoi attributi e su come utilizzarlo come strumento progettuale dell'architettura.

A cascata altre questioni ampiamente trattate in questo libro: perché gli odori, al di là delle fragranze, dei profumi, delle candele o degli incensi, non vengono usati come ingredienti per progettare? Perché la dimensione olfattiva non è quasi mai indagata da chi non appartiene al mondo della profumeria o della chimica? Che architettura hanno le costruzioni olfattive?

Interrogativi come questi hanno mosso i primi passi di questo volume, che è diventato negli anni un vero viaggio attraverso la storia e la geografia di quei luoghi che hanno una relazione significativa con gli odori, con l'aria, con la percezione olfattiva.

Attraverso questa analisi è stato possibile verificare che numerosi erano i luoghi da vivere seguendo le tracce invisibili dell'olfatto, cardinali le questioni da indagare, inaspettate le connessioni tra la dimensione olfattiva e alcune problematiche dell'architettura.

Non abbiamo volutamente considerato solo la gamma delle fragranze e degli aromi, ma abbiamo svolto una perlustrazione più ampia che va dalle puzze ai profumi più sublimi, dall'uso consapevole dell'aria come risorsa all'impiego della medesima come macchina temporale, abbiamo tenuto conto delle caratteristiche fisiologiche almeno quanto delle qualità organolettiche.

Il risultato è una raccolta di riflessioni, di appunti sull'incredibile intreccio tra alcuni luoghi e odori, che c'è servita ad avvicinare problematiche altrimenti incomprensibili e ci ha aperto filoni ancora sfruttabili. I luoghi indicati sono quelli di uno dei percorsi possibili, che possono mostrare quanto ancora c'è da perlustrare.

Durante la ricerca ci siamo accorti che, nonostante le distanze apparenti, esistono contatti avvincenti tra profumieri e architetti, dei linguaggi condivisi e delle questioni equiparabili, tali che abbiamo deciso di farli incontrare, farli conversare, invitarli al confronto, spesso conviviale, su alcune tematiche. Nessuno ha declinato l'invito e questo è stato un incoraggiamento a proseguire.

I luoghi dell'incontro non sono mai stati casuali, ma sempre in qualche modo collegati al mondo degli odori: le catacombe sotto Parigi; i mulini a vento di Zaanske in Olanda; il Meatpacking District di New York; il Giardino dei Semplici a Firenze; l'atelier di profumeria e accessori di Hermès a Parigi.

Oltre agli specialisti abbiamo anche incontrato persone che, pur lavorando in altre discipline, come noi si stanno interrogando sulle questioni olfattive. Alcune delle loro riflessioni, contributi e provocazioni, sono presenti nel libro come bussole di orientamento e approfondimenti su alcuni temi.

Interessarsi al mondo degli odori, in maniera un po' eretica, ossia senza passare attraverso le discipline rigorose delle scuole di profumeria o una formazione da "naso", ha lasciato la libertà di indagare e intrecciare in modo trasversale argomenti e persone che altrimenti sarebbero rimasti nei loro territori di specializzazione.

Se questo lavoro risulterà scontato ai più esperti, ci auguriamo che invece desti curiosità ai meno avvezzi alle questioni di naso, a cui questo libro è destinato.

È stato un bel viaggiare che ha lasciato la sensazione di muoversi, un po' da pionieri, in spazi ancora inesplorati, da perlustrare, da scoprire, da abitare. Sarebbe potuto continuare all'infinito, ma come i viaggi reali e non leggendari, c'è un momento di arrivo, di restituzione, di condivisione che questo libro vuole riassumere.

Introduzione

Il titolo di questo volume, *Architetture invisibili. L'esperienza dei luoghi attraverso gli odori*, vuole ricordare che le costruzioni olfattive sono spesso invisibili, anche se pregnanti e presenti nell'esperienza dei luoghi. Ma il titolo è anche un riferimento ad *Architecture invisible*, un allestimento di Philippe Rahm e Jean-Gilles Décosterd, che sintetizzerebbe perfettamente molti degli argomenti qui trattati.

La cultura occidentale è storicamente concentrata sulla vista più che sugli altri sensi e malvolentieri considera altre dimensioni, che tuttavia sono fondamentali dell'esperienza dell'architettura, della progettazione, dell'abitare. La dimensione olfattiva è quella che maggiormente sembra essere estranea alla formulazione degli spazi, eppure da un'attenta lettura dei fenomeni cognitivi e percettivi, culturali e sociali, progettuali e antropologici, sembrerebbe che gli odori non solo siano profondamente presenti nei luoghi, ma addirittura diventino talvolta ingredienti imprescindibili per la loro definizione.

Nel 1949, Richard Neutra scriveva: «Dovremmo quindi rivolgere tutta l'attenzione possibile a tutti gli aspetti non visivi dell'ambiente». E forse prevedeva il limite progettuale di chi non considerava anche gli altri sensi. È sorprendente che l'affermazione di Neutra risalga a tempi non sospetti, quando i *dictat* del Modernismo avevano raggiunto le fasi più mature e la dimensione visuale era ben lontana dalla crisi che la colse successivamente. Eppure Neutra, alle prese con architetture ai bordi del deserto, non poteva limitarsi al funzionalismo formale, mentre la terra fine e pungente gli riempiva occhi e narici.

Le ragioni di questa scarsa considerazione dell'olfatto in architettura sono innumerevoli, e questo libro prova a indagarne alcune nei loro contesti e nelle loro ragioni.

Una problematica molto evidente riguarda proprio la dimensione invisibile dell'esperienza olfattiva, perché è scarsamente maneggiabile attraverso gli strumenti usuali e visuali della progettazione. L'invisibile, per essere considerato, ha dovuto spesso inventarsi altri media, formulare nuovi linguaggi espressivi, diventare palese, rendersi visibile, pena l'oblio.

Un'altra ragione va ricercata nella relazione intima che l'olfatto instaura con le emozioni, con quella sfera percettiva profonda capace di smuovere passioni primarie e talvolta ingovernabili non solo dai progettisti, ma dal genere umano in senso lato.

Il potere evocativo dell'olfatto è la conseguenza di quello emotivo, perché l'odore è veicolo di memoria e come tale si immerge nella dimensione profonda del ricordo, a seconda dei livelli emozionali che ha stimolato, e fa riemergere piacere o dispiacere senza possibilità di esenzione dal coinvolgimento.

Ancora, l'olfatto è un senso estremamente instabile e inafferrabile, alle prese con il dinamico scorrere del tempo sulle cose, come per il suono e la luce naturale. E questa evanescenza lo rende ingovernabile per la cultura progettuale occidentale, che affonda le proprie radici nella cultura greca – che poneva vista, udito e tatto al centro –, mentre, proprio per la sua impalpabilità e trascendenza, lo pone alla base della cultura orientale.

Pensare a ripercorrere una storia possibile degli odori nell'architettura vuol dire riconoscere quasi immediatamente non solo le differenze culturali tra Oriente e Occidente, ma anche tra Sud e Nord, tra regioni del mondo, tra siti paludosi e siti asciutti, tra climi tropicali e zone aride, tra rifugi alpini e tane ipogee, tra peculiarità locali e omogeneità globali.

Il rapporto che si instaura tra lo spazio e l'odore è quindi la risultante complessa di vari odori: quelli dei materiali che costruiscono lo spazio, degli arredi che vi stanno dentro, delle azioni che si svolgono a seconda delle ore del giorno, dell'orientamento, dell'umidità dell'aria, della persistenza, del grado di saturazione, della temporalità e anche della qualità... insomma di una pleora di coordinate che è impossibile, o quantomeno molto difficile, gestire.

Tuttavia, se si vogliono considerare gli odori in architettura non ci si può esimere dal considerare le domande che Tala Klinck pone nel libro *Immateriale/Ultrmateriale*, curato da Toshiko Mori: «Ma che odore hanno il marmo lucido, il legno rivestito di uretano e l'acciaio laminato a caldo negli edifici di Alvaro Siza? In che modo le resine, i solventi e i pigmenti contenuti nelle vernici a base di lattice o i pannelli di cartongesso e i muri a secco o le moquette di nylon o le colle epossidiche per moquette influenzano la nostra percezione degli spazi? Rudolph e-Khoury sostiene che la superficie moderna sia l'estensione di una logica visiva di pulizia

e che il fascino universale suscitato dal muro bianco nell'architettura moderna derivi dalla sua capacità di tradurre in immagine l'assenza di odore. Una svolta epocale».

Ed è questa forse la sensazione più forte che ci lascia in eredità il lavoro di ricerca svolto per la stesura di questo libro, quella di sentirsi in presenza di una "svolta epocale" nell'evoluzione degli studi sull'olfatto, confermata dall'assegnazione del Nobel per la Medicina, nel 2004, a Richard Axel e Linda Buck per aver chiarito i meccanismi che controllano il modo in cui vengono percepiti gli odori, dal livello molecolare fino a quello cellulare, e dalla sensazione che questa invisibile dimensione dell'architettura stia diventando sempre più immanente, sempre più materia di studio, di ricerca, di progettazione artistica e architettonica, come mai è avvenuto finora.

1. Morte/Entropia

L'ultimo respiro

La relazione del corpo fisico e metafisico con la morte e con l'entropia è una delle chiavi più importanti per comprendere il rapporto che l'odore instaura con l'aldilà, con la vita terrena e con le cose del mondo.

La morte è un'esperienza fortemente collegata agli odori, del corpo-fisico che si separa dal corpo-spirito: l'uno si decompone ritornando alla terra, l'altro si volatilizza, esalando un "ultimo respiro" che veicola l'uscita dalla materia e il passaggio di stato.

La morte è sempre stata connessa a esalazioni profumate o mefitiche a seconda dei casi, dei contesti e perfino delle biografie dei defunti. Conseguentemente i riti e i luoghi della morte sono stati sin dall'inizio odorosi, impregnati di una dimensione olfattiva che è un vero racconto di questo trapasso. Durante le grandi epidemie, le guerre, i drammatici stermini, veri e propri territori olfattivi univano tutti nel medesimo respiro esiziale.

Bisognerà arrivare al Novecento e alla morte non più intesa come evento collettivo, ma privato, solitario, in ospedale, perché l'odore del corpo morto diventi clinico, disinfettato, congelato nei suoi processi di decomposizione, e si acquisisca una distanza anche olfattiva dall'accadimento mortale, come scriveva Michel Foucault.

Che la morte abbia a che fare con l'esalazione dell'aria in corpo, lo si credeva sin dagli Egizi. L'usanza di tappare il naso e la bocca al defunto o agli spettatori in presenza di un morente è sempre stata diffusa, e nei periodi di grandi epidemie e contagi chi andava a visitare un malato o un morente indossava, addirittura, una sorta di becco riempito di essenze, a sottolineare quanto i fiati del morente potessero veicolare loro stessi la morte. L'odore veniva considerato quindi causa, anziché effetto della morte

stessa: una morte volatile e invisibile, più terribile perché ovunque, aspirata attraverso il naso con la respirazione, senza alcun modo di potersi esimere dall'inalazione.

Separare la dimora dei morti da quella dei vivi

Occuparsi di separare l'odore dei morti da quello dei vivi è cardinale nei riti di sepoltura: imbalsamare, tumulare, cremare. Tutti vengono compiuti con i medesimi modi e tecniche dei processi di lavorazione degli ingredienti ed estrazione dell'essenze per i profumi: essiccazione, enfleurage, distillazione.

I rituali di imbalsamazione degli Egizi, finalizzati a sincronizzarsi sull'eterno presente, svuotavano il corpo degli umori terreni per farcirlo di fragranze, balsami divini, come la mirra, e di resine, come lo storace.

Nella "casa della purificazione" avveniva il processo di imbalsamazione, che iniziava con l'estrazione del cervello dal naso e poi delle viscere. Il corpo non veniva svuotato completamente, ma rimanevano dentro il cuore e i reni. Una volta svuotato il corpo, il taricheuta lo salava immergendolo in una sorta di salamoia, *patron*, dove rimaneva in macerazione per circa trentacinque giorni. Il corpo veniva tinto con l'henné, assumendo un colore rosso per gli uomini e giallo per le donne, e successivamente veniva riempito di tamponi imbevuti di resine e unguenti. Lo storace veniva strofinato su tutto il corpo e poi versato nel cranio attraverso le narici. Anche le bende erano immerse nello storace e successivamente spalmate di spezie. Poi avveniva il processo di avvolgimento per strati tramite bende di lino e altri tessuti.

La mummia veniva alla fine collocata dentro un sarcofago che era da considerarsi la "casa del defunto", e come tale seguiva gli stili architettonici delle varie epoche, con il coperchio come "facciata di palazzo".

Gli Egizi furono incredibili architetti e raffinatissimi profumieri, e forse per questa ragione non ci viene difficile leggere i sarcofagi, e anche le piramidi, come gigantesche confezioni di profumo *ante litteram*.

Il naso dell'architettura

La piramide è la forma standard usata per immaginare la struttura di un profumo e la sua sovrapposizione al corpo umano è evidente, come lo era nell'antico Egitto. Infatti, la piramide olfattiva è divisa in tre parti – testa, cuore, coda –, esattamente come *top* (cima), centro e base. La forma

piramidale venne scelta perché, quando si annusa un profumo, le note di testa, all'apice della piramide, sono le prime che si sentono e, essendo le più volatili, le prime a scomparire (citrus, fruttate, speziate). Le note di centro (floreali) emergono successivamente, seguite dalle note di base (legnose, muschiate, ambrate), che sono quelle che rimangono.

Il tempio di Luxor è considerato una chiave per capire le origini della tradizione alchemica occidentale. L'aldilà era "eterno presente", ossia non semplicemente un attimo che collegava il passato con il futuro, ma una condizione permanente senza proiezioni. «Nell'eterno presente il tempo non scorre, si è eternamente fermi all'istante in cui le divinità e gli spiriti hanno compiuto le loro gesta mitiche entrando direttamente in comunicazione con gli esseri umani», scrivono George H. Dodd e Steve Van Toller in merito alle ricerche di R.A. Schwaller, che dedicò dodici anni della sua vita allo studio dei geroglifici del tempio di Luxor.

Gli Egizi conoscevano la conformazione anatomica interna del cranio. Naso si diceva *fnd* e cranio *shtyy nt fnd*, ossia "sala del naso", "santuario del naso". «Il fatto che gli Egizi ritenevano che nel naso degli uomini ci fosse un santuario, ci permette di comprendere il santuario corrispondente nel tempio di Luxor. Schwaller studiò la struttura anatomica del naso e vide che, se si appoggiava la sezione longitudinale del cranio sulla pianta del tempio, i sensori olfattivi corrispondevano alla stanza V, mentre il bulbo olfattivo e il lobo cerebrale frontale alla stanza XII. Il muro che separava queste due stanze corrispondeva alla lamina fibrosa dell'osso etmoide, attraverso la quale le terminazioni nervose dell'olfatto raggiungono il bulbo olfattivo». Schwaller giunse alla conclusione che la V stanza, il santuario dell'olfatto, era il luogo dove si svolgeva la cerimonia sacra dell'unzione profumata del faraone. Rilevava inoltre che sul muro est della V stanza, che corrispondeva all'area della fronte dove si trova il bulbo olfattivo, era raffigurata per due volte la lista degli oli e dei profumi che venivano applicati sulla fronte del faraone. Proprio in corrispondenza della zona del cranio c'è il disegno della corona del faraone, sui ci si trovava il cobra eretto... simbolo dell'olfatto e della capacità di giudizio. Se la teoria di Schwaller fosse corretta, «il tempio di Luxor sarebbe una rappresentazione architettonica del sistema olfattivo».

L'architettura del naso

Il naso è centrale. Sporge nello spazio dal centro del viso e collega tutti gli altri orifizi facciali. La sporgenza in avanti del naso è controbilanciata dalla sporgenza all'indietro del cranio in corrispondenza del lobo occipita-

le. Nel viso medio o idealizzato, la posizione verticale della punta del naso e l'ampiezza delle narici sono in proporzione alla linea delle sopracciglia, alla linea della bocca e alle dimensioni verticali e orizzontali dell'intero viso, dal mento all'attaccatura dei capelli e attraverso gli zigomi. Il soffitto a volta della camera nasale è sostenuto dal setto, una parete verticale che divide la camera a metà. Il setto è l'asse centrale del naso, che si inarca con una transizione quasi impercettibile dalla base ossea alla calotta cartilaginea. Internamente questa calotta a forma di campana presenta due spirali simmetriche ascendenti, che ricordano la forma idrodinamica e vorticosa dei getti liquidi.

L'osso etmoide, il ponte del naso, è un punto cruciale del volto. Per Alberto Giacometti, che ha trascorso decenni a dipingere e scolpire teste a regola d'arte, la giunzione tra il ponte del naso e il sopracciglio era la chiave di volta; sentiva che se fosse riuscito a catturare quel pezzo di anatomia, il resto della testa sarebbe andato a posto da solo.

Le narici, l'ingresso del naso, sono, come gli occhi e le orecchie, in una coppia simmetrica per la percezione della profondità. Studi di imaging cerebrale hanno dimostrato la localizzazione specifica degli odori nelle narici. Anche se lavorano in stereo per la percezione spaziale, c'è sempre una narice più attiva dell'altra. In cicli di due ore l'attività passa da una parte all'altra. La superficie pelosa della narice funge da filtro, ripulendo da polvere o insetti.

Risalendo la cavità nasale si trovano i turbinati, spirali che ripetono la forma del naso in generale e, in particolare, in una triplice forma a conchiglia, *conchas*. La spirale devia le correnti d'aria in vortici, facendole "rotolare" per ottenere il massimo contatto con la superficie del muco detergente che riveste tutte le superfici nasali interne. Allo stesso modo, anche altre componenti olfattive trasportate dall'aria si muovono, ottimizzando il contatto con i recettori sensoriali. Il muco, una sostanza acquosa, ricca di proteine e carboidrati, cattura la polvere e la espelle con un costante flusso ciliare verso la faringe. L'umidità del muco facilita anche la trasmissione degli stimoli olfattivi elettrochimici. Mentre una turbina genera energia, i turbinati generano muco. Essi oscillano tra contrazione e rigonfiamento, secchezza e umidità per acclimatare l'aria e purificarla prima che entri nel corpo. Questa regolazione è mantenuta dal sistema autonomo, responsabile di altri sistemi corporei come la digestione, la pressione sanguigna e la frequenza cardiaca.

I seni paranasali sono quattro coppie di camere che fiancheggiano il naso. Il muco, liquido salino e detergente, li attraversa, circolando grazie alle ciglia, minuscole strutture simili a peli svolazzanti. Ogni giorno circa mezzo litro di questo liquido passa attraverso i seni paranasali nel tentativo

dell'organismo di decontaminare l'aria in entrata. Il muco scorre lungo la parte posteriore della faringe e nello stomaco, dove viene purificato. Una volta che l'aria in entrata è stata pulita e acclimatata, prosegue verso il basso nei numerosi rami dei polmoni a forma di albero rovesciato.

La cavità nasale e la cavità orale sono come un duplex, separate dalla parte superiore del palato della bocca. A causa di questa vicinanza, alcune caratteristiche normalmente considerate di dominio della bocca, come il gusto e il linguaggio, derivano in realtà da questa configurazione duplex: una parte importante della percezione del sapore è un messaggio olfattivo; e il suono della voce è modellato dalla risonanza del soffitto a volta della cavità nasale.

Il naso è in realtà un'anticamera, una banchina di carico per l'aria e gli odori. L'aria viene aspirata verso il basso e i segnali olfattivi salgono verso l'alto. I nervi olfattivi inviano messaggi elettrochimici al bulbo olfattivo nella parte primitiva del cervello. I messaggi che entrano nel cervello sono collegati a una serie di sistemi. Il sistema limbico, il nostro centro emozionale, la memoria e l'orientamento sono tutti direttamente influenzati dalle informazioni olfattive.

Secondo le nozioni orientali di meccanica corporea, l'energia che carica l'aria, il *chi* in Cina o il *prana* in India, viene ricevuta dal bulbo olfattivo. Entrambe le culture hanno sviluppato raffinate tecniche di respirazione con l'intento di sfruttare questa energia circolante. La respirazione yogica prevede l'immissione di aria in una narice e l'espiazione attraverso l'altra, in modo da agire su diverse parti del sistema nervoso. L'inspirazione trasmette al cervello informazioni olfattive esterne, mentre l'espiazione trasmette informazioni olfattive interne, poiché le molecole provenienti dai polmoni passano attraverso i recettori nasali dell'odore mentre escono. Queste informazioni interne permettono all'organismo di creare un circuito di bio-feedback, che si regola anche in base ai messaggi provenienti dai polmoni.

Alchimia e farmacia

Proprio perché prossimo ai territori della morte, il mondo degli odori è stato frequentato prevalentemente dalla magia e dalla religione, dagli alchimisti e dai monaci, che sviluppando medicina e farmacia durante il Medioevo curavano anima e corpo con le medesime pozioni.

Chiunque, al di fuori di questi due magisteri, nutrisse per il mondo degli odori qualche interesse era guardato con sospetto e addirittura, nei momenti bui dell'umanità, condannato al rogo, come avvenne con le streghe.

Non è un caso che uno dei più celebri cantieri olfattivi al mondo dal 1221 fu l'Officina Farmaceutica di Santa Maria Novella, creata a Firenze dai frati domenicani, che coltivavano erbe medicinali per curare i malati e i moribondi. La sua è una storia emblematica di quanto avvenne con gli odori in Occidente. Dapprima privata e monastica, intorno al Seicento l'Officina si aprì al pubblico e nei secoli successivi si espanse fino alla Cina, alla Russia e alle Indie, facendo convergere sulla medesima via sia gli interessi commerciale sia quelli redentivi. Nei secoli successivi l'Officina passò da un governo religioso a una istituzione laica, sebbene ancora oggi conservi quell'aura mistica e solenne tipica dei monasteri.

Lo strumento fondamentale degli alchimisti e dei medici fu comunque uno solo: l'alambicco.

L'incerta genealogia – *al-Ambik* ha una doppia etimologia, greca e araba – rese meno “sospetto” il suo ingresso in Occidente per effettuare i primi processi di distillazione.

Il suo principio di funzionamento prevedeva un recipiente dentro cui si collocava l'ingrediente. Questo veniva scaldato e i suoi vapori si volatilizzavano in una cupola dove, condensando per raffreddamento, producevano un liquido, chiamato essenza.

Oggi il processo è molto meno “alchemico”, perché esistono strumenti, come l'*headspace*, in grado di fare il rilievo dell'odore in un luogo senza necessariamente estrarlo secondo i processi canonici. Si tratta di un'apparecchiatura a cupola, in vetro, sotto cui viene rinchiuso l'oggetto o l'area interessata all'analisi. Attraverso un processo di sottovuoto si isola la parte interessata e si analizza la composizione molecolare, in modo da ricostituirne l'identità olfattiva.

Questo processo non si può effettuare in tutti i contesti, ma rimane una delle ambizioni di chiunque si avvicini al mondo degli odori.

«Grenouille cercò di distillare l'odore di vetro, l'odore fresco e argilloso del vetro liscio, che le persone normali non percepivano affatto. Si procurò vetro da finestra e vetro da bottiglie, e lo trattò in grossi pezzi, in schegge, in frammenti, sotto forma di polvere... senza il minimo risultato. Distillò l'ottone, la porcellana e la pelle, granaglie e ciottoli. Distillò terra pura. Sangue e legno e pesci freschi. Anche i suoi capelli. Alla fine, distillò persino l'acqua, l'acqua della Senna, il cui odore particolare gli sembrò degno d'essere conservato. Con l'aiuto dell'alambicco, credeva di poter estrarre da queste sostanze il loro aroma caratteristico, come si poteva fare con il timo, la lavanda e i semi di cumino».

Putrescina e cadaverina

L'odore della morte è sicuramente la percezione più tangibile dell'entropia, di quella perdita energetica inesorabile e irreversibile che un corpo in decomposizione esala in forma di gas.

Tuttavia, nella staffetta tra i ritmi di vita e quelli di morte, forse l'informazione più interessante ce la danno le molecole di putrescina ($C_4H_{12}N_2$) e di cadaverina ($C_5H_{14}N_2$). Queste molecole sono le responsabili dell'odore di carne marcia che accompagna la decomposizione di una materia organica, ma quello che è interessante è che le medesime molecole sono al contempo quelle che producono l'odore dello sperma: in termini olfattivi morte e concepimento sono quindi vicinissimi, in continuità.

Forse in maniera istintiva questa continuità vitale del ciclo morte-putrefazione-rinascita era percepita nelle culture rurali dove l'odore di sterco non era maledetto, anzi benvenuto, accolto positivamente per la sua missione di fertilizzante: i benefici e gli inconvenienti si azzeravano a vicenda.

Con la nascita della città industriale, i vari processi di produzione, trasformazione e consumo si separarono inesorabilmente, il ciclo naturale venne forzato dai ritmi continui delle macchine, inesorabilmente si congestionarono i processi di assimilazione e si crearono le prime discariche.

Così l'era industriale procurò una grave indigestione alle città, impose la necessità di governare i detriti, di imbrigliare i fetori, di allontanare gli escrementi, di nascondere le escrezioni dalla casa, dalla piazza, dalla strada.

La sottintesa continuità che rendeva "tollerabile" l'odore naturale della morte si era definitivamente interrotta per lasciare il posto a una delle utopie urbane più frequenti da allora: la città profumata.

Dosaggi e concentrazioni

Il rapporto con l'odore dipende dal giudizio – di gusto, di qualità, di memoria –, dalla durata – una reiterata stimolazione ingenera assuefazione –, dalla concentrazione – essenze maleodoranti che ad alta concentrazione ci metterebbero in fuga, a basse concentrazioni possono produrre un buon profumo.

Questo avviene regolarmente nella profumeria che impiega estratti di escrementi, come secrezioni ormonali, calcoli di animali eccitati, in basse concentrazioni, come ingredienti indispensabili per la composizione.

Non esistono dunque delle puzze o degli odori, se non nelle combinazioni che si vengono a creare e nelle concentrazioni relative. Tuttavia,

qualsiasi indagine volta a comprendere quale possa essere considerata la “super-puzza” ottiene il medesimo risultato: quella degli escrementi.

Nel commercio delle armi, il Pentagono ha svolto una ricerca per capire quale fosse il puzzo assoluto, qualcosa in grado di suscitare come reazione la fuga e il disgusto più totale anche in culture più disparate. Dopo anni di esperimenti sui più disgustosi olezzi del mondo, l’indiscusso vincitore è stato “l’odore ufficiale di toilette”. Prima ancora di essere riconosciuto questo odore mette in immediata fuga tutti coloro che lo subiscono. Si tratta di una concentrazione di odore di più escrementi, che viene impiegata solitamente come test per l’efficienza dei deodoranti. Le applicazioni però stanno rapidamente uscendo dal mondo dell’igiene ambientale, per immettersi in quello dell’igiene sociale, con possibili applicazioni come sfollagente al posto dei lacrimogeni durante le manifestazioni.

Scatologico

Roland Barthes asseriva che «la merda, scritta, non puzza», sottolineando che invece, fuori dall’esperienza semantica, gli odori degli escrementi sono tra le sensazioni considerate più nauseabonde dell’esperienza olfattiva.

Quando i primi ominidi abbandonarono l’andatura orizzontale in favore di quella verticale, avvenne una rivoluzione epocale nella percezione dello spazio geometrico, ma anche olfattivo. Rispetto a quest’ultimo produsse l’allontanamento del naso dalla linea del suolo e conseguentemente dalla sezione spaziale a più alta concentrazione di odori; ma anche attraverso questa distanza, l’uomo perse confidenza e modificò il gusto verso alcuni odori considerati precedentemente come gradevoli e successivamente invece ributtanti.

Sulla scala del singolo individuo anziché della specie, questo pensiero trova riscontri nelle teorie di Sigmund Freud, che attribuiva alla nascita del disgusto per le feci la maggior parte delle nevrosi e psicosi, come una forzatura innaturale che porta il bambino a considerarle estranee a sé e pertanto disgustose.

Se è consentito un parallelismo tra città e individuo, potremmo pensare per esempio che, come a un certo punto della crescita di un corpo (umano o urbano che sia) insorge sempre l’istanza di sollevarsi da terra, di passare dalla posizione orizzontale a quella verticale, lontano dai propri escrementi e dalla linea terrena, analogamente la prima città industriale, oltre che per ragioni di densità demografica, produsse il grattacielo, nuova tipologia che sollevava da terra, che guadagnava spazio in altezza, ma anche che evitava i miasmi della strada, gli olezzi del suolo.

Non è un caso che proprio Roma, la città antica per eccellenza, abbia tramandato un segno della sua potenza in un'opera di ingegneria idraulica come la Cloaca Massima.

In tal senso si potrebbe pensare che l'età escrementaria in architettura sia stata quella della promiscuità con gli odori della terra, dei corpi, delle bestie, del sesso e delle feci considerate risorsa anche nella farmaceutica e nella cosmetica.

L'avvento dell'era industriale segnò la fine di questo mondo, allontanò dalla città e dall'architettura gli odori dei corpi e degli animali, assunse il bianco e il pulito come valori morali oltre che igienici, ventilò gli spazi e li espose alla luce del sole come non era mai avvenuto prima di allora.

Le opere dei primi igienisti andavano in questa direzione di isolamento degli escrementi. Le torri-latrina che si ispiravano tanto alle ciminiere, tanto alla colombaia di d'Arcet, consistevano in una latrina pubblica, «una seggetta quasi sospesa nel vuoto, cui si accede per una passerella metallica». In questa direzione vennero compiuti veri e propri progressi nel campo dei materiali da costruzione e delle finiture – le superfici lisce, lo smalto e la vernice –, per garantire ad aria e acqua di scivolare senza ostacoli.

L'Oriente invece procedeva in altra direzione. L'idea di latrina che Jun'ichirō Tanizaki descrive nella sua opera più celebre, *In Praise of Shadows*, diventa invece un luogo di sosta spirituale: «che sta da parte rispetto all'edificio principale, alla fine del corridoio, in un boschetto fragrante con foglie e terra. Non ci sono parole per descrivere quella sensazione... Lì, sospetto, è dove i poeti di *haiku* sono giunti alle loro idee principali. Si potrebbe senza dubbio affermare che di tutti gli elementi dell'architettura giapponese, il bagno è il più estetico». Per Tanizaki, la durezza, la lucentezza delle piastrelle non è soltanto un'offesa estetica e sensoriale, ma anche religiosa e filosofica.

Futurismo e necrofilia

I futuristi in materia di pulizia, igiene, aria e luce, furono dei veri e propri fondamentalisti militanti. L'esaltazione dei valori ascensionali e diurni contro i simboli notturni non fu solo una manifestazione di progresso ed energia, ma anche un modo maniacale di esorcizzare la morte.

Secondo Eric Fromm un'eccessiva igiene, allo stesso modo della passione per i cattivi odori, è uno dei tratti distintivi della necrofilia.

In tal senso uno dei *Manifesti* pubblicati nel 1910 da Filippo Tommaso Marinetti, nel quale vengono tracciate le linee fondamentali del

Futurismo, più che un proclama di innovazione, sembra un autentico attacco agli umori e agli odori del corpo e dell'architettura. «Noi aspiriamo alla creazione di un tipo non umano nel quale saranno aboliti il dolore morale, la bontà, l'affetto e l'amore, soli veleni corrosivi dell'inesauribile energia vitale, soli interruttori della nostra possente elettricità fisiologica. Dall'altra per un superamento dell'uomo biologico si invoca il concorso della conoscenza scientifica, in specie quella meccanica, che dà luogo alla creazione di un nuovo essere, il 'tipo non umano'. Il tipo non umano e meccanico, costruito per una velocità onnipresente, sarà naturalmente crudele, onnisciente e combattivo. Il mondo della vita è diventato un mondo di 'non vita'; le persone sono diventate 'non persone'. Un mondo di morte. La morte non è più rappresentata da feci e cadaveri maleodoranti. Ora i suoi simboli sono macchine linde, scintillanti; gli uomini non sono più attratti da gabinetti fetidi, ma da strutture di vetro e alluminio».

La biologia della materia era diventata ossessione da esorcizzare con esercizi di progettazione e creatività in tutti i campi, soprattutto in quelli dove ancora c'era traccia di naturalità fuori controllo. *La flora futurista ed equivalenti plastici di odori artificiali* dell'aeropoeta Fedele Azari, dedicata alla morte degli odori e dei fiori naturali e alla loro sostituzione con altri progettati e realizzati in laboratorio, ne è una riprova.

Ma le prime avvisaglie di questa paura di morte ed escrementi insieme le ritroviamo nella letteratura di fine Ottocento, in un'opera cardinale nella letteratura sull'olfatto che è *À rebours* di Joris-Karl Huysmans, che rimetteva profondamente in discussione il dogma olfattivo secondo cui gli odori naturali erano migliori di quelli artificiali. Il protagonista, Des Esseintes, colleziona fiori dall'aspetto artificiale, respingendo quelli naturali, e va ad abitare, per l'appunto "*à rebours*" (controcorrente), in una campagna pervasa dagli odori industriali, segno di quella modernità che prediligeva l'artificiale come emblema del progresso, della perfezione, del controllo e della riproducibilità.

A sostegno della tesi di Fromm l'architetto Bernard Tschumi sostiene in un'intervista che «le strutture totalmente bianche degli anni Trenta rappresentavano, da un lato, le paure che la società nutra verso la morte e la decomposizione e, dall'altro, l'ammirazione per le bianche e disseccate rovine dell'antichità». Tschumi auspica il superamento di questa ipocrita distinzione tra mente ed esperienza spaziale in architettura indicando l'emancipazione da questi "tabù come la decomposizione", ma anche l'erotismo come tra i modi più interessanti per poter trascendere questo paradosso.

Sangue

L'odore violento della morte è quello del sangue. E questa esperienza olfattiva è quella che più allerta e più eccita, che atterrisce e più risveglia l'animale che è in ciascuno di noi. L'odore di sangue è quello dell'aggressione, della prossimità violenta della morte, del primordiale combattimento corpo a corpo.

Nel libro *La conquista del Messico*, Hernán Cortés descrisse l'odore irrespirabile delle città azteche. All'arrivo a Tenochtitlán – una delle città principali, dotata di piazze spaziose, templi, palazzi e giardini lussureggianti –, i sanguinari soldati spagnoli riconobbero immediatamente che l'aria era satura di sangue umano. La notte, infatti, i sacerdoti indulgevano in riti sanguinari che coinvolgevano animali e persone. Per via di queste cerimonie le città azteche svilupparono lo standard del centro urbano che noi conosciamo: furono realizzate ampie piazze per pubbliche adunanze, danze religiose e giochi, che servivano a ospitare tutti coloro che restavano fuori dai templi piramidali dove venivano celebrati i riti sacrificali. Una grande scalinata conduceva alla cima da cui i sacerdoti precipitavano i corpi straziati delle vittime: uccise ritualmente, quattro alla volta, dall'alba al tramonto, per quattro giorni su sette.

Il sangue era ovunque, non solo in prossimità dei luoghi sacrificali, ma anche come malta per impastare materiale costruttivo di edifici e monumenti. «Le statue degli dèi, in cui questa gente crede, sono di statura molto maggiore di quelle di un uomo grande. Sono realizzate con quei semi e legumi che usano per mangiare, macinati e impastati con sangue di cuori umani, estratti dal petto di persone ancora vive, e col sangue che esce, impastano la farina fino ad ottenerne a sufficienza per realizzare grandi statue. E dopo averle fatte gli offrivano altri cuori, sempre di altre vittime umane».

Sono numerosissimi i luoghi collegati all'odore sanguinario di morte: campi di combattimento, are sacrificali, arene, mattatoi...

Se provassimo a risvegliare l'immaginazione olfattiva per sentire l'odore di sangue che impregnava l'arena del Colosseo quando i leoni straziavano i corpi dei primi cristiani, coglieremmo la sensazione travolgente di eccitazione, di partecipazione, di rito e di follia che quel luogo emanava. È la medesima sensazione che potremmo trovare ancora oggi nelle *Plaza de toros*, dove nella corrida si compie l'uccisione del toro, o talvolta del torero. E forse sempre la stessa sensazione troveremmo in altri luoghi di eccitazione collettiva, dove presto o tardi il sangue scorre davvero.

Il sangue della morte e del dolore è scomparso dalle nostre vite, quello caldo, odoroso, appiccicoso e denso lo abbiamo congelato nei freezer, privo

di odore e di senso di colpa, lo abbiamo assorbito in tamponi deodorati, privo di umori e di corporeità.

Del sangue teniamo ricordo visuale, lo ammettiamo come citazione nei film un po' *pulp* di Quentin Tarantino, nell'enfasi di alcune pellicole come *Salvate il soldato Ryan* di Steven Spielberg, in cui la sequenza dello sbarco è esplosione cruenta di corpi, di sangue, di polpa umana che si impasta con la sabbia fine della Normandia ed entra nelle narici degli spettatori in maniera quasi totale come memento.

Per questo ci sconvolge la *body art* quando lo assurge a ingrediente fondamentale delle sue *performance*. Per questo ci prende allo stomaco e alla coscienza qualsiasi opera di Franko B, dove il corpo flagellato e grondante di sangue diventa una tela, non per il bello e per la perfezione, ma «per il dolore, l'amore, l'odio, la perdita, il potere e le paure della condizione umana».

La pena

La sedia elettrica è un teatro di crudeltà i cui odori sono forse il racconto più estremo di questo esercizio di morte. Eppure, quando fu introdotta negli Stati Uniti nel 1888, la motivazione del suo ingresso fu che si trattava di una pena “più umana” rispetto all'impiccagione. E forse per questa ambizione di normalità Andy Warhol la assunse a icona simbolo del suo tempo, come immagine comune da serigrafare nella sua banale violenza nell'opera *Big Electric Chair* del 1967.

È uno strano cortocircuito quello del condannato legato alla sedia a cui vengono fissati elettrodi di rame inumiditi alla testa e alle gambe. Le altre estremità dei cavi sono collegate a un generatore di corrente che a brevi intervalli emette potenti scariche elettriche da 500 a 2000 volt. «Il procedimento procura effetti visibili devastanti: il prigioniero a volte balza in avanti trattenuto dai lacci, orina, defeca o vomita sangue, gli organi interni sono ustionati, si sente odore di carne bruciata»... sono non più di 10 minuti, che nel film *Dancer in the Dark*, di Lars von Trier, del 1998, sono annegati nelle lacrime inarrestabili degli spettatori al di qua dello schermo, davanti alle scosse del corpo di Selma, interpretata dall'insuperabile artista islandese Björk.

Un altro metodo “ispirato” all'uso dei gas venefici durante la Prima guerra mondiale venne introdotto negli Stati Uniti negli anni Venti. Si tratta di una “camera a gas”, a tenuta stagna, nella quale viene seduto il prigioniero. Nell'arco di 8-10 minuti nell'aria viene introdotto del gas cianuro che inibisce l'azione degli enzimi respiratori che trasferiscono l'ossigeno dal sangue alle cellule del corpo. Il prigioniero di solito nei primi minuti trattiene il respiro, poi costretto a respirare muore in breve per asfissia.

Cibo

Gli spazi per il cibo e per la trasformazione degli alimenti sono luoghi ad altissima entropia, dove la materia si trasforma in altro dissipando energia e odori fortemente percepibili.

L'odore del cibo è anche indicatore del suo stato di qualità e di conservazione, o meglio della sua relazione con i processi di decomposizione.

Nel processo di trasformazione degli alimenti, i grandi artefici sono i batteri, attori della decomposizione. I batteri sono per certi versi ingredienti fondamentali nell'alchimia degli odori: se ce ne sono pochi possono condurre processi di stagionatura particolari; se ce ne sono troppi decompongono a tal punto l'alimento da farlo marcire. Importanti processi di conservazione, come la stagionatura, la fermentazione, la lievitazione ecc. non potrebbero esistere senza i batteri.

Per sopperire alla decomposizione del cibo, e anche per coprire il gusto degli alimenti deperiti, furono importate dall'Oriente le spezie che trovarono nell'epoca barocca la loro più perversa elaborazione. I piatti di questa cucina, a base di cacciagione, sapevano molto di cadavere condito, imbalsamato nel miele, negli aromi, nelle spezie e negli aceti balsamici. La cucina barocca non era esercizio felice, ma rito quasi macabro intorno al morto (animale) da parte del vivo (umano).

In merito a questo tema vengono in mente le *nature morte*, soprattutto quelle di Caravaggio, con la frutta pallida ed emaciata, che sembrava emanare quell'odore dolciastro tipico della frutta che sta andando a male.

Vi sono progettisti e artisti che non hanno timore degli odori e degli afrori prodotti dalle materie organiche in decomposizione, anzi utilizzano il fetore come ingrediente di progetto. Tra questi Gaetano Pesce, che espone opere deperibili nelle sue mostre. Tra le più note, si ricordano le esperienze olfattive durante la mostra *Made in Italy*, in cui fece esporre cibi e vivande tipici che si alteravano con il passare del tempo, offrendo al visitatore un'inconsueta e indimenticabile esperienza olfattiva.

L'industria degli aromi industriali, che si occupa della profumazione degli alimenti, è tra le più ridenti e forse quella a cui dovremmo rivolgere sguardi più indagatori per i prossimi decenni, come indicava il profetico Philip Dick in *Ubik*: «Stanchi dell'unto? Un gusto di cavolo ammuffito s'insinua nei vostri cibi? Un odore di marcio vi rovina la vita? Ubik cambierà tutto questo (...). Una spruzzata di Ubik, modello economico, ed eliminerete la paura ossessiva di vedere il mondo trasformato in latte andato a male, in televisore regredito, in ascensore di altri tempi, per non parlare di altre manifestazioni di decrepitezza non ancora avvenute. Vedete, questi

processi di deterioramento costituiscono un'esperienza normale per molti semi-vivi, particolarmente nel caso in cui si fondono parecchi sistemi di memoria, come succede nel vostro gruppo. Ma con Ubik nuova formula, più attivo che mai, tutto è cambiato!».

Eau de New Orleans

Quando Noè aprì la finestra della sua Arca per controllare se avesse smesso di piovere, dovette sentire un odore che era forse l'essenza olfattiva del mondo, la fragranza totale. In quell'acqua, su cui la sua arca galleggiava, c'era dentro il creato: umani, animali, vegetali, tutto ciò che era stato sommerso. Chissà quanto tempo trascorse prima che quell'acqua si prosciugasse, che il fango diventasse terra asciutta togliendo dalle narici dei sopravvissuti quell'odore primordiale.

L'esperienza della morte attraverso l'odore dell'acqua stagnante è forte, come se quella soluzione ipossigenata, densa di batteri, fosse espressione aerea della fine.

Nel celebre libro *Il profumo*, di Patrick Süskind, Parigi è una città dagli umori mortali: «L'odore del fango di Parigi è orribile. È un luogo spaventoso; le strade hanno un odore così disgustoso che non lo si può sopportare; il gran caldo vi fa marcire una quantità di carne e di pesci; e tutto ciò si aggiunge alla folla di persone che per le strade emette un odore così repellente che non lo si può sopportare».

L'acqua che sommerge fa venire in mente lo *tsunami* che nel 2004 colpì le coste della Thailandia, dell'Indonesia, che spostò Sumatra, che annegò migliaia di persone e vite, abitazioni e palazzi, che sommerse una vasta regione del Sud est asiatico; fa venire in mente l'uragano Katrina che nel 2005 si è abbattuto sulla città di New Orleans uccidendo persone, devastando edifici, strade; fa percepire col naso il ciclo continuo dell'ecosistema.

Il progetto *Palude*, realizzato da 2A+P per l'Ecocenter del Nakdong River, nasce con l'intenzione di realizzare una struttura che si poggia sul suolo e che poi, per via della scarsa resistenza del suolo, sprofondi nuovamente in esso.

La parte centrale del progetto, privo di fondazioni, è alla quota dell'acqua, in continuità diretta con il suolo naturale. Un fitto canneto consolida la struttura e regge la copertura, ma serve anche a far respirare il sistema, permettendo il ricircolo dell'aria attraverso le loro cavità, innescando un processo di ventilazione naturale integrata da una forzata con ventole di aspirazione.

«Una struttura ad anello, priva di fondazioni, galleggia reagendo alla spinta del suolo sabbioso. La duna di sabbia muta in una palude abitabile, uno spazio ipogeo capace di realizzare un microclima nel suolo profondo. Una serra abitabile in diretta relazione con l'ambiente naturale, dove il visitatore si immerge fino a raggiungere la quota dell'acqua. Un'esperienza sommersa nello spazio espositivo, un'esplorazione nelle profondità del suolo». *Palude* è un'architettura invisibile priva di valore formale, un sistema organico, laboratorio operativo per studiare le condizioni ecologico-ambientali dell'area del Nakdong River.

Composti Organici Volatili

L'inquinamento olfattivo delle città contemporanee è dovuto a tre cause fondamentali: difficoltà di smaltire i rifiuti prodotti; inquinamento atmosferico dovuto agli scarichi automobilistici; assenza di una politica degli odori e di una benché minima tutela delle attività profumanti.

Nell'aria che respiriamo esistono i Composti Organici Volatili (VOC) che sono dei veri e propri killer. Vengono percepiti come una sensazione pungente, perché in un certo qual modo eccitano il nervo trigemino che nell'olfatto ha un ruolo fondamentale nel segnalare gli stati di pericolo.

Si tratta di elementi organici (ossia contenenti carbonio) che percepiamo solo quando sono in alte concentrazioni, ma che vengono rilasciati lentamente nel corso del tempo dalla maggior parte dei materiali che usiamo in architettura e nel design.

Si trovano: nei materiali da costruzione; nelle finiture dell'arredamento (pannelli di legno composti, truciolati, carte, tessuti sintetici, moquette, rivestimenti plastici, isolanti e schiume poliuretatiche, colle, lacche e resine, tarmicidi e preservanti del legno e altri); nei detersivi per pulire gli ambienti. Ma possono anche sprigionarsi durante processi di combustione, come usando riscaldamento a kerosene, cucinando a gas, oppure fumando.

Altri fattori che intervengono sulla qualità dell'aria sono le caratteristiche elettrostatiche di alcuni prodotti, come la moquette o alcune tappezzerie sintetiche ecc., e le caratteristiche igroscopiche di alcuni materiali che assorbono gli odori, come le spugne.

Alcune opere ipogee di Emilio Ambasz hanno rivelato una tale presenza di emissioni di radon, per via dell'inclusione nel terreno dell'opera, da richiedere dei controlli accurati in occasione della realizzazione delle opere successive.

Tuttavia, un'analisi mirata della volatilità delle polveri può anche contribuire alla qualità olfattiva ed estetica di alcuni luoghi.

È il caso dei primi lavori di Annette Gigon e Mike Guyer per l'ampliamento e il restauro della Collezione Oskar Reinhart, in cui i due architetti mescolano nel calcestruzzo pietra calcarea del Jura con del rame: le superfici diventano rapidamente rosse e poi verdi. O ancora, è il caso della Switching Box della stazione di Zurigo, in cui sono stati integrati nel piccolo edificio pigmenti di ossido di ferro, che hanno la stessa base chimica della polvere prodotta dai treni sulle rotaie, e anche lo stesso odore.

Polvere e infrasottile

La polvere trasporta l'odore del tempo trascorso e quello della materia che l'ha prodotta.

Il critico d'arte Elio Grazioli, nel suo libro *La polvere nell'arte*, segue il percorso che inizialmente la interpreta come manifestazione negativa, della materia informe, della materializzazione entropica dello scorrere del tempo, ma che poi, dall'opera *Allevamento di Polvere* di Marcel Duchamp in avanti, diventa ingrediente espressivo e positivo dell'arte. Da allora, scrive Grazioli, «la polvere è traccia», quindi scrittura e racconto.

Un altro libro cardine per comprendere il rapporto tra la polvere e il nostro tempo è *Crolli*, di Marco Belpoliti, che si concentra su un arco temporale compreso tra lo sbriciolamento di due architetture – il Muro di Berlino e le Torri del World Trade Center – per raccontare l'arte di fine millennio.

Belpoliti riporta l'incredibile congiuntura che fa nascere l'opera *Senza titolo* di Wolfgang Staehle, del 2001. Quell'anno l'artista era presente a New York con un'installazione che prevedeva una serie di videocamere posizionate in vari luoghi del mondo: una di queste era puntata sulle due Torri la mattina dell'11 settembre, una diretta involontaria. La videocamera filma tutto: «anche la polvere, che si solleva fittissima su Manhattan e invade le strade, gli edifici, gli appartamenti, si posa sulla folla in fuga dal luogo del disastro, sulle automobili, sulle panchine, i parchi, gli alberi, una polvere densa, grigiastra che volatilizza il cemento, l'amianto, le carte, gli oggetti contenuti nelle due Torri, diventa parte stessa dell'opera». E allora «la polvere prodotta dal crollo delle Torri contiene le torri stesse, è la sua traccia, il suo indice, che l'aria, il vento ha trasportato lontano fino a disperderla nell'atmosfera terrestre: ora e ovunque».

Art Spiegelman disegna quella scena nell'*Ombra delle Torri*, il fumetto che narra l'11 settembre, con le Torri che si polverizzano nei toni incandescenti del fuoco e nei pixel più piccoli che scompongono l'immagine. E racconta: «Ricordo mio padre che cercava di descrivere l'odore del fumo

di Auschwitz. La definizione più precisa che mi ha dato è ‘indescrivibile’» – Spiegelman sta fumando una sigaretta. «E dopo l’11 settembre l’odore dell’aria a Lower Manhattan era proprio così! Amianto, difenile, piombo, diossine e brandelli umani... L’aria di Lower Manhattan è l’intruglio di una strega che fa assomigliare Chernobyl alle terme!».

Nella memoria delle narici di chi era a Manhattan quella mattina è rimasto un odore irrespirabile, che non si riesce ancora a diluire: quello della polvere delle Torri – costruite tra il 1920 e il 1940 dall’architetto americano di origine giapponese Minoru Yamasaki – impastata con le vite perse nel crollo.

Inodore di morte

L’odore di morte più terribile e traditore è l’inodore.

Il gas come mezzo di sterminio era già stato impiegato in passato. Secondo quanto scrive Polibio, intorno al 187 a.C. i Romani usarono dei fumi venefici per stanare i difensori della città di Corinto, che si erano ritirati nei passaggi sotterranei. E durante la Prima guerra mondiale vennero usati gas asfissianti composti da acido prussico, cloropicrina, arsina ecc.

Ma è lo sterminio degli ebrei nelle camere a gas dei campi di concentramento durante la Seconda guerra mondiale a palesare l’atrocità di questa morte, dimostrando in maniera incontrovertibile che l’inodore è più letale. Si trattava dello Zyklon B, un composto di acido cianidrico e altri veleni, prodotto dalla società tedesca Tesch&Stabenow, ufficialmente presentato come prodotto per bonificare dai parassiti.

È un odore che corre il rischio di essere dimenticato, da chi non ha avuto esperienza diretta, ma appartiene ai sopravvissuti, come scrive Erri De Luca nei *Colpi dei sensi*: «a quella umanità sterminata con il gas Zyklon B, il cui odore ha avvelenato il nostro secolo, e che nessuno conosce».

Purtroppo, la lista di gas letali, per avvelenare i nemici o i presunti tali, è tanto lunga quanto infame: il napalm, il gas nervino, l’uranio impoverito, il fosforo bianco, per citare solo quelli più noti.

I fabbricanti di queste armi “intelligenti” le chiamano “non letali” – lo Zyklon B era etichettato come “diserbante” –, perché dovrebbero essere sparse su nemici o presunti tali non per ucciderli, ma per “incapacitarli”.

Si tratta di gas tranquillizzanti e anestetici, che hanno tra gli ingredienti ufficiali il valium e i derivati dell’oppio, e chissà cos’altro di non dichiarato. Costituiscono un mercato tra i più potenti, che nemmeno i divieti del *Trattato internazionale contro le armi chimiche e batteriologiche* riescono a controllare.

Come avvenne nel 2002, quando l'impianto di condizionamento dell'aria di uno dei più bei teatri dell'opera di Mosca si trasformò in dispensatore di morte. Un commando di guerriglieri ceceni, asserragliati al teatro Dubrovka, teneva in ostaggio centinaia di persone senza possibilità ufficiale di trattativa. Vennero quindi sparati dei gas "non letali" nell'impianto di condizionamento del teatro e morirono 120 persone. Dei sopravvissuti, o "incapacitati", come dir si voglia, non si è più avuta alcuna notizia.

2. Emozione e rito

Architetture come urne

Gli odori sono spesso ponti che collegano aldilà e aldilà, ed è forse per questa ragione che le istituzioni religiose hanno fatto incetta di incensi, candele, unguenti e balsami di ogni tipo come strumenti per garantirsi il monopolio delle anime.

Offerto in dono agli dèi di tutte le civiltà antiche, il profumo eleva spiritualmente e divinizza il corpo, trasforma i luoghi sacri in urne.

La storia dei luoghi religiosi e di culto è impregnata di un misto di aromi purificatori e di fetori cadaverici, di terra e di cielo, d'orrore e d'estasi, di ascensione e d'inumazione, di sublimazione (l'alto, il paradiso, il balsamico) e di decomposizione (il basso, la tomba, il sottosuolo, l'inferno).

Le composizioni olfattive nei luoghi sacri non sono mai state casuali, potremmo considerarle vere e proprie architetture invisibili sovrapposte nella forza e nelle intenzioni a quelle formali, luminose, acustiche. La loro azione era finalizzata alla guida emozionale dei fedeli in modo da condizionare psicologicamente gli stati d'animo e di coinvolgimento.

A tal proposito, Daniel Defoe raccontava che: «... quando entravamo in una chiesa piena di gente, eravamo assaliti all'ingresso da una mistura di odori ben più forte di quella che eravamo soliti percepire in una farmacia o in una drogheria; in una parola, l'intera chiesa era come una bottiglia piena di odori, in un angolo c'erano tutti i profumi, in un altro vi erano sostanze aromatiche, balsamiche ed una varietà di farmaci ed erbe; in altri angoli vi erano sali e spiriti ed ognuno provvedeva per la propria preservazione».

In termini architettonici, il movimento che maggiormente segnò il passaggio dall'urna all'ampolla fu la *Glasarchitektur*, che aveva in Bruno Taut e Paul Scheerbart i maggiori esponenti. Al contrario dell'architettura precedente, che prediligeva la struttura a urna, ossia di contenitore buio,

chiuso e privo di ventilazione, l'“architettura di vetro” introduceva l'idea di ampolla, trasparente, apribile e traspirante. Erano gli stessi anni (1914-1920) in cui il vetro per il *packaging* delle confezioni di profumo si rivelava insostituibile per la produzione industriale e per la democratizzazione dell'uso dei profumi.

Il Padiglione di vetro di Bruno Taut, realizzato in occasione dell'Esposizione di Colonia del 1914, presentava le medesime fattezze delle bottiglie di profumo che qualche anno prima il profumiere François Coty aveva fatto realizzare a René Lalique. Erano gli anni in cui Adolf Loos rinnovava la facciata del negozio di profumi Knize, mentre il *packaging* veniva realizzato da Ernst Dryden, allievo di Klimt.

In odore di santità

Se il profumo veicola il divino, allora Dio è dispensatore di essenze (e di esistenze), il sacro è profumato e i suoi luoghi sono impregnati di odori.

Uscire dal proprio corpo veicolati nell'aldilà da un profumo è segno positivo per qualsiasi cultura e religione, dagli incensi alle candele, dalle corone di fiori ai rami di sandalo usati per le cremazioni tradizionali.

Già nell'antico Egitto si riteneva che Osiride facesse trasudare un odore delicato a tutti quelli che respiravano il suo alito. E coloro i quali gli facevano una visita postuma avrebbero potuto riposare in pace, poiché avevano respirato il suo alito di mirra e di incenso.

L'associazione tra odore e santità era talmente esplicita che i sacerdoti del suo culto masticavano gomme di cedro per profumare il proprio alito e conferirsi un'aura profumata di sacralità... proprio il medesimo concetto che oggi ritroviamo nei dentifrici e nei prodotti per l'igiene orale.

I Greci avevano una toilette funeraria che consisteva nel lavare il corpo del defunto con olio profumato, nell'avvolgerlo in un lenzuolo anch'esso profumato prima di accedere al paradiso dei Campi Elisi.

Nel mondo precristiano la presenza invisibile del divino si percepiva dall'odore inespriabile dell'ambrosia. Ma anche nel Cristianesimo, la santità emanava profumo. Cristo resuscitava nell'odore della mirra e dell'aloe, con cui era stato unto dopo la deposizione dalla croce. Di conseguenza, anche i santi, e le loro ferite e stimmate, non puzzavano di carne putrefatta, ma profumavano come quelle di San Francesco e Santa Chiara, o di violetta come quelle di Padre Pio.

Un corpo profumato, anche se povero e lacero, per il Cristianesimo indica positività e magari anche una vocazione alla santità. Così i defunti, durante i giorni che precedono la sepoltura, vengono tutt'oggi profumati in

modo che emanino santità, barando un po' rispetto ai processi di naturale putrefazione.

Il Cristianesimo tra tutte le religioni è quella che ha sempre avuto un atteggiamento altalenante sull'uso dei profumi come ponte col divino. Se da un lato la Chiesa condannava l'uso personale e dionisiaco dei profumi, e addirittura la liturgia ufficiale arrivava ad ammettere solo l'uso dell'incenso e dei fiori, dall'altro promuoveva rituali religiosi e festività più urbane, che erano vere e proprie performance olfattive. Si pensi al *Corpus Domini*, in cui le strade vengono pavimentate con tappeti policromi di petali di fiori per il passaggio del "Corpo di Cristo".

Esiste un'opera di J.-G. Décosterd e P. Rahm, dal titolo *Il buon odore di Cristo. Aria d'artificio (The Sweet Odor of Christ)*, realizzata nel 2004 per la mostra *Dal Paradiso all'Inferno*, curata da Giacinto Di Pietrantonio alla Fondazione Bevilacqua La Masa di Venezia, che esprime appieno questo odore di santità. Si tratta di un fungo rovesciato, che scende dal soffitto fino a terra emanando odore a base di incenso, mirra e cannella. L'idea è che gli odori santi, impregnati di santità, siano dei veri e propri placebo: curano, beatificano, guariscono...

Paradiso terrestre e giardino celeste

Se l'aldilà è un luogo profumato, allora l'iconografia segue fedelmente le metafore: del cielo con l'aria fine e algida, dai profumi freschi; del giardino dalle sembianze terrene, ma molto più ricco e zuccherino; dei Campi Elisi con cinquecento fontane profumate; della grande prateria ecc.

Il Paradiso Terrestre descritto nella *Genesi* è un giardino dove nulla manca, dove tutto è fiorito e pieno di frutti maturi. Tutti sanno come andò a finire. Quello che è certo è che quel giardino è rimasto desiderio e dannazione di buona parte dell'umanità. Almeno delle religioni abramitiche, che da allora cercano di riprogettarlo sulla terra in tutte le versioni e dimensioni. Già nel Vecchio Testamento si descrive un altro giardino, nel *Cantico dei Cantici*. Un giardino ben chiuso, serrato, «un frutteto di melograni, con i frutti più squisiti: il nardo e lo zafferano, il giunco odoroso e il cinnamomo, con tutti gli alberi da incenso, la mirra, l'aloè, con gli aromi più fini», i cui ingredienti fanno pensare al sesso vergine dell'amata. Ma fu con i Giardini Pensili di Babilonia che questo sogno provò a concretizzarsi.

L'idea del giardino celeste si ritrova anche in altre religioni. Nel Taj Mahal di Agra, per esempio, è presente un importante elemento di decorazione: uno zoccolo con un bassorilievo di piante fiorite che corre dentro e fuori il tempio, circonda il cenotafio e le strutture esterne. Se il Paradiso è

un giardino, non poteva trovarsi simbolo più appropriato per far sorgere la tomba da un campo fiorito.

Anche i Giardini dell'Alhambra, concepiti come metafora del Paradiso e come anticipazione su questa terra, sono un'interpretazione dell'Islam, di quella civiltà spirituale e sensuale insieme, dove si concentrano sofisticata bellezza e leggero edonismo.

Un progetto di Décosterd e Rahm cercò di portare questa idea alla sua dimensione olfattiva. In occasione del capodanno del 2003 realizzarono, alla Fondation Cartier pour l'Art Contemporain di Parigi, un'installazione dal titolo *Paradise Now*, che si basava sulla contemporanea spazialità dell'ineffabile. Senza materialità o limiti fisici altri che l'odore, *Paradise Now* era una versione interreligiosa del paradiso terrestre, o del giardino celeste, che nello spazio olfattivo coincidevano senza troppe differenze: muschio, aloe, latte, miele, vino come fragranze del paradiso islamico, e qualche tocco in più di incenso per il paradiso cristiano.

Giardini

Il giardino è sempre stato un luogo di costruzione di emozioni attraverso dei riti: di semina, di cura, di raccolta.

Esso è per definizione un grande bouquet, il quale, a seconda delle specie di piante, alberi e fiori presenti, delle stagioni dell'anno e della loro distribuzione nella planimetria, costruisce a scala reale e naturale quello che da secoli i profumieri cercano di imbottigliare.

La storia del giardino – alla francese, all'inglese, all'italiana – è una materia troppo vasta per essere trattata in maniera esaustiva in questo libro, ma ognuno potrebbe fare uno sforzo di immaginazione per afferrare l'orgia olfattiva che in alcuni di essi si poteva respirare.

Il progetto di un giardino è estremamente complesso perché le dimensioni invisibili e le dinamiche variabili degli odori sono più palesi che altrove.

In antitesi al giardino fiorito vi è quello secco per definizione: il giardino zen. In esso le piante sono sostituite dalle rocce e la terra dalla sabbia di granito e marmo chiaro. Il giardino zen non vuole sedurre i sensi, ma avviare alla meditazione.

Per esprimere come ancora oggi il giardino si riveli uno spazio di progettazione olfattiva, abbiamo considerato i progetti *outside* di Petra Blaisse e un giardino zen particolare progettato da Yukio Nakagawa.

I progetti di Petra Blaisse sono particolarmente interessanti per l'evoluzione del concetto di giardino contemporaneo. In esso l'idea di naturale

e artificiale non mantiene più una distinzione netta, ed è proprio su questa soglia poco definita, tra l'artificiale che si naturalizza e il naturale che si artificializza, che si sviluppa il lavoro della progettista olandese. Uno dei suoi progetti è la Biblioteca degli Alberi, realizzata a Milano, in cui sono presenti alberi di ogni tipo, come un archivio vivente di profumi ed essenze.

Per quanto riguarda il lavoro di Yukio Nakagawa, nel 2003 presentò per tre mesi, nello spazio di Hermès a Tokyo, un'installazione dal titolo *Onde onirique*, che aveva tutte le caratteristiche di un giardino zen, ma profumato da nuvole di lavanda tracciate sul pavimento. Settecento chili di boccioli di lavanda creavano delle onde lilla e blu, che si componevano con bolli rossi, blu e bianchi in un mondo onirico che avvolgeva anche per il suo delicato profumo. In un'altra opera più recente, dal titolo *Tenku Sange* (il *Paradiso*), Nakagawa ha fatto cadere dal cielo una pioggia multicolore e profumata composta da 200.000 petali di tulipano: lo spazio geometrico resta immobile, quello olfattivo è dinamico.

Segreti

L'Hortus Conclusus ispirato al *Cantico dei Cantici*, che recita «Giardino chiuso tu sei, sorella mia, sposa, giardino chiuso, fontana sigillata», esprime non solo il giardino, ma la metafora della verginità. Dal punto di vista architettonico si tratta di un giardino recintato all'interno del quale si trovano i fiori simbolo del Paradiso. Questa tipologia è stata ispirazione dei chiostrini dei conventi medievali, che sono anche i luoghi in cui ebbe principio la classificazione sistematica delle piante.

Damasco è una città piena di giardini, ma tutti nascosti dietro alti muri. Invisibili alla vista, ma non all'odore, che li percepisce e li immagina nel loro autentico fascino. Damasco è un'altra capitale della rosa. I suoi profumieri furono da sempre abili estrattori di essenze che usavano per la tappezzeria, ma anche per "tinteggiare" la casa di profumo. Si narra che, quando conquistò Gerusalemme, il feroce Saladino portò ben 500 cammelli carichi di acqua di rose per purificare la città prima di entrarvi in trionfo.

La cultura araba è piena di racconti di giardini segreti e colmi di fiori. Dalle prime battute del racconto di *Sinbad il marinaio* nelle *Mille e una notte* una descrizione esaustiva: «Un giorno di gran calura, mentre trasportava un pesantissimo carico da un capo all'altro della città, si sentì molto stanco per la strada già percorsa. Poiché gliene restava da fare ancora molta, arrivato in una strada dove spirava un dolce zeffiro e il cui acciottolato era bagnato di acqua di rose, non potendo desiderare un vento più favorevole per riposarsi e riprendere nuove forze, posò il suo carico a terra

e vi si sedette sopra, accanto a una grande casa. Presto si rallegrò di essersi fermato in quel luogo: infatti, il suo odorato fu piacevolmente colpito da uno squisito profumo di legno di aloe e di altri aromi, che usciva dalle finestre di quel palazzo e che, mescolandosi all'odore di acqua di rose, contribuiva a profumare l'aria. A parte questo, udì venire dall'interno un concerto di diversi strumenti, accompagnati dall'armonioso cinguettio di un grande numero di usignoli e di altri uccelli tipici del clima di Bagdad. Questa graziosa melodia e l'odore che emanava il fumo di parecchie qualità di carni gli fecero giudicare che si stesse svolgendo un festino e che ci si divertisse. Volle sapere chi abitava in quella casa che non conosceva bene, non avendo avuto spesso occasione di passare spesso per quella strada. Per soddisfare la sua curiosità, si avvicinò ad alcuni domestici, magnificamente vestiti, che stavano sulla porta, e a uno di loro chiese chi fosse il padrone del palazzo».

Il giardino segreto è un tema ricorrente nella progettazione. Persino Le Corbusier ne progetterà uno a Parigi, nel 1930, in cima alla Casa Beistegui: una stanza senza soffitto, con un prato al posto del pavimento, evoluzione poetica del tetto-giardino.

Quasi una citazione di Le Corbusier è il progetto di Martha Schwartz dello Splice Garden, in cima al Whitehead Institute, datato 1997. Il tetto dell'edificio, di dimensioni molto ridotte, non consentiva alcuna irrigazione, così l'artista decise di fare un lavoro ironico dividendo a metà il giardino: in una metà ricostruì un giardino pop-zen, con piante finte al posto delle rocce, e nell'altra metà, invece, un finto giardino rinascimentale francese, anch'esso artificiale. L'odore? Tutto da immaginare.

Zolfo

Se l'incenso è l'aroma divino, lo zolfo è il fiato infernale.

Il Tartaro, la città sotterranea della pena e del tormento, era un luogo nauseabondo, serbatoio di abominevoli fetori, ma soprattutto dove l'olfatto diventava il senso preposto alla misurazione dei crimini e delle pene. Il naso veniva considerato uno scandaglio che rilevava il peccato, che filtrava il puzzo mefitico dell'inferno che, secondo la morale, odorava di latrina.

Nella tradizione cristiana il puzzo è sempre stato considerato come il male, e tutta la letteratura si riferisce all'inferno come pozzo venefico, lager tenebroso e immondo nel quale le anime-corpi venivano condannate.

Dante Alighieri nella *Divina Commedia* affonda i simoniaci negli escrementi, gli accidiosi nella "lorda puzza" dello Stige, i falsari e gli alchimisti li condanna alla scabbia e alla lebbra. Ma anche Torquato Tasso

nella *Gerusalemme Liberata*, a proposito della bocca di Plutone, che presiede l'inferno, scrive: «tal della fera bocca i negri fiati, tale il fetore e le faville sono».

Le città odierne puzzano, ma non meno di quelle antiche, come si può desumere dal *Profumo* di Patrick Süskind, ma ancor di più puzzano quelle città che sorgono sui vulcani, i cui sfiati riempiono l'aria urbana di odore inconfondibile di uova marce, di zolfo.

Nel libro *Mediterraneo*, di Studio Azzurro, si narra che: «A Napoli come in molte città del Mediterraneo, il sottosuolo morbido è scavato come un labirinto. Si sprofonda nella terra dal centro della città e si riemerge insieme dai vapori delle numerose piccole fonderie che lì sotto hanno trovato il loro habitat... Un moto leggero che partendo dalla materia incandescente si sprigiona verso l'alto, trasformando la terra in puro vapore. Seguendo idealmente questa potenziale nuvola ci si allontana dal calore insopportabile percorrendo le cavità rugose della terra, ci si distende nei coni che naturalmente aspirano in su verso l'orifizio incorniciato dal giallo dello zolfo, per poi sbucare fuori liberato dalla compressione e dal buio della grotta. In quel momento diventa tutto bianco, prende le sue rotondità e se ne va verso il cielo».

Un lavoro che si muove in questa direzione è Vulcania, Centro Europeo di Vulcanologia, che Hans Hollein ha progettato nei pressi di Clermont-Ferrand nel 2002. Il Centro è un tutt'uno con la roccia basaltica del paesaggio, da cui emerge una struttura conica, regolare, rivestita anch'essa di basalto. L'interno del cono è rivestito in acciaio dorato, evocativo dei calori interni a un vulcano. Ma parte dell'edificio è scavato sottoterra, con gallerie e sale che prendono luce dall'alto, interamente rivestite da strati lavici in totale continuità con il contesto.

Il posto del fuoco

Una volta che l'uomo primitivo comprese l'importanza del fuoco si pose il problema di come portarlo dentro casa senza provocare un incendio. Così imparò ad addomesticarlo e a mantenerlo, nutrendolo di legni, arbusti, erbe secche, e queste dovettero sprigionare un odore tale da suggerire all'uomo preistorico altre saporite applicazioni.

Il posto del fuoco nell'architettura è fondamentale per comprendere l'evoluzione di alcune tipologie.

Inizialmente la sua posizione fu in prossimità dell'ingresso, per ragioni che sono facili da immaginare, e la casa si compose di due stanze dapprima uguali – una per dormire e una per le attività quotidiane –, successivamente

differenti, come si vede nel *megaton* greco trovato a Micene – una hall e un disimpegno. Per evitare un'eccessiva dispersione del calore, il fuoco fu poi posto al centro, e così nacque una tipologia a corte usata nei monasteri e nelle università. La regolazione della temperatura e, quindi, il camino avevano un ruolo fondamentale nella distribuzione degli interni: attraverso il camino centrale, difatti, veniva espulso dal tetto il fumo. Ma si trattava di un camino enorme, dalle dimensioni di una stanza e dall'altezza di una torre, che serviva da sostegno per tutto quello che doveva essere affumicato.

Solo quando la sua posizione perse centralità e si spostò verso una delle pareti, si sviluppò la tipologia rettangolare.

Quando il fuoco in casa divenne più di uno, dislocandosi in due, tre o più punti per assolvere a varie funzioni – riscaldare (camino), cuocere (cucina), illuminare (candele, lanterne a olio) –, allora nacque la casa moderna.

Riscaldare. L'architetto che nel Novecento spese maggior energia a definire la posizione del fuoco fu Frank Lloyd Wright, che durante l'Esposizione Mondiale Colombiana di Chicago, del 1893, si innamorò dell'architettura giapponese e provò a interpretarla in tutti i suoi lavori. Una citazione esplicita era il *tokonoma*, l'elemento permanente degli interni giapponesi, che caratterizzerà molte case di Wright. Il centro della casa diventa il camino e tutti gli altri elementi vengono distribuiti in relazione a questo grande attrattore, cuore della contemplazione e delle cerimonie, in termini simbolici e microambientali.

Cucinare. Anche la cucina nei medesimi anni inizia il suo processo di razionalizzazione. Già nel Settecento l'introduzione del fornello a più fuochi aveva permesso nuove tecniche culinarie. Ma è nel 1869 che inizia una sorta di movimento di studi intorno alla cucina e alla gestione dei fuochi. Catherine e Harriet Beecher pubblicano il loro *The American Woman's Home*, prendendo spunto dalla razionalizzazione delle cucine nei battelli, mentre nel 1913 sarà Christine Frederick a pubblicare negli Stati Uniti *The New Housekeeping. Efficiency Studies in Home Management*, in cui viene tradotta in cucina l'ottimizzazione taylorista del lavoro. Negli anni Venti il manuale arriva in Europa e viene tradotto in molte lingue. La traduzione architettonica si trova nelle *siedlungen* tedesche di Ernst May, dove Margarete Schütte-Lihotzky arriverà a progettare la notissima Cucina di Francoforte, manifesto della razionalizzazione della casa e dei suoi flussi, ma anche pietra miliare dell'emancipazione femminile non solo nell'ambiente domestico, ma anche nell'architettura.

Illuminare. L'avvento dell'elettricità abolirà lentamente i sistemi di illuminazione a olio e a cera, e conseguentemente farà scomparire il loro odore pregnante nell'architettura, portando negli edifici il giorno perenne, con tutti gli ingredienti dell'abitare moderno: aria, luce, calore.

Per fumum

Nelle civiltà antiche i “profumi” non esistevano in quanto tali, ma venivano impiegati fiori, piante aromatiche e resine come materie prime da offrire agli dèi. Successivamente, l’uso delle sostanze odorose si intensificò e nacque un’estetica olfattiva che prevedeva prodotti più elaborati, come suffumigi, oli, balsami, liquori fermentati, ma prevalentemente sempre come media per avvicinarsi al divino.

Nessuno dei grandi imperi d’Oriente fu così religioso e al contempo appassionato di profumi come l’antico Egitto. All’inizio del II millennio a.C., la prima spedizione in quella che è l’attuale Eritrea permise di procurarsi l’incenso, la mirra e gli arbusti da cui venivano estratti. Le conquiste orientali fornirono lo storace, il legno di cedro, il galbano e il bitume. Dall’Estremo Oriente arrivarono il benzoino, il cardamomo, la cannella e il pepe. Alcune di queste sostanze servivano ai rituali di risveglio della statua al mattino, altri ai riti di unzione degli altari.

A questa originaria pratica di bruciare le materie prime risale l’etimologia della parola “profumo”, che deriva dal latino *per fumum*, “attraverso il fumo”, tramite nebulizzazione, trasformazione aerea di una sostanza. Nell’antichità, infatti, le pratiche di profumazione del corpo erano le medesime di quelle dei luoghi: per fumigazione. “Fumigare” era sinonimo di purificare, sia in termini religiosi sia sanitari, e questa pratica ben presto si allargò dai templi alle residenze.

Due rituali fondamentali associano le sostanze profumate al culto degli dèi: la fumigazione e l’unzione.

Le sostanze che bruciando esaltavano il proprio odore salivano verso l’alto e si disperdevano nell’aria, giungendo fino alle divinità. I legni aromatici e le resine, oltre l’incenso, divennero gli ingredienti migliori e più ricercati.

L’unzione invece consisteva nello spalmare olio o pasta profumata e consacrata in alcune parti dei santuari, negli altari, sulle statue, sugli oggetti di culto, sulla testa e le mani dei sovrani, dei preti, dei malati, sulle armi, gli stipiti delle porte delle case e tutto ciò che doveva essere glorificato o preservato.

Si arrivò perfino ad aggiungere essenze profumate, mirra e spezie, come la cannella o il muschio, nelle malte durante le costruzioni di moschee, cosicché, durante le ore calde della giornata, il calore del sole esaltava il profumo e la dimensione mistica. A Harar le 80 moschee esalano ancora oggi profumo di mirra.

Ascoltare l'incenso

L'incenso, o *koh*, fu introdotto in Giappone nel VI secolo da monaci buddisti che lo usavano per i loro rituali di purificazione. Prodotto da un legno aromatico, è talmente connesso alla cultura nipponica che nei secoli furono fondate delle scuole che insegnavano l'arte di apprezzarlo. L'incenso segue la storia dei riti e dei luoghi simbolici del Giappone, incluso l'avvento dell'era industriale, con cui una pratica così ancestrale dovette fare i conti. Così all'Esposizione Universale di Chicago, verso la fine del 1800, il Giappone partecipò presentando per la prima volta l'incenso in forma di piccoli coni, come anche oggi lo conosciamo.

Non poteva mancare un rituale apposito che nei secoli venne elevato a forma di arte: il *koh-do* o "ascolto dell'incenso". Si tratta di una sorta di educazione al riconoscimento e al gusto di questa fragranza, con rituali molto precisi, simili a quelli della cerimonia del tè.

Nel rituale vengono impiegati tre tipi di legni: Byakudan (sandalò), Jinkoh (gincobiloba) e Kyara (un legno pregiato più dell'oro).

Il legno di sandalo è molto importante perché ha delle applicazioni precise in architettura: è molto profumato e resiste ai vermi e alla muffa; è un battericida naturale e quindi mantiene nel tempo anche le sue caratteristiche olfattive. La porta del tempio di Somnath, appunto in sandalo, che risale a duemila anni fa, ancora oggi profuma naturalmente.

La cerimonia del *koh-do* avviene in una stanza in presenza di una quindicina di persone, sedute a terra a formare un quadrato. Ogni giocatore è munito di un foglio su cui registrare le proprie sensazioni ogni qualvolta gli viene presentato un incenso. Il *komoto*, colui che guida il gioco, prepara un piccolo braciere delle dimensioni di una tazza contenente cenere di riso in cui si trova un pezzo di carbone di legno di bambù caldo. Sopra di esso viene posta una piccola piastra di mica, su cui si adagia il pezzo di incenso. In questa maniera il calore consente alla fragranza di sprigionarsi nell'aria senza che bruci. Dopodiché il *komoto* aspira l'odore emesso dall'incenso e passa la coppa alla persona seduta alla sua sinistra, che di solito è anche la più importante della cerimonia. Il giro prosegue in senso orario e ognuno annota le proprie sensazioni. Alla fine, ciascuno interpreta i propri appunti, sintetizzandoli in una storia, in una poesia, e, per i più esperti, nella visualizzazione di uno spazio.

Tabacco

In piena epoca di proibizionismo antifumo, entrare in una casa, in un luogo di lavoro, in un luogo pubblico o in automobile e sentire odore di fumo di sigaretta colpisce e disorienta, perché ci stiamo sempre più disabitando alla sua presenza e quindi lo percepiamo in modo persistente e invasivo.

Insomma, sembriamo essere tornati a quando il tabacco fu importato in Occidente. Era una delle stramberie giunte con Cristoforo Colombo, il quale l'aveva visto a Cuba, dove gli indigeni *tainos* portavano alla loro bocca “dei tizzoni dai quali aspiravano il fumo”.

Come tutto l'invisibile, fu bollato inizialmente come “erba del diavolo”, quindi condannato dalla Chiesa e dalle corti, finché non venne considerato terapeutico e, infine, anche decorativo. Così nel XVII secolo i *Gantiers-Parfumeurs* lo profumeranno al gelsomino, alla rosa, al mughetto, al giacinto, all'ambra e al muschio, secondo i gusti del tempo.

Ma fu nella casa borghese che il fumo delle sigarette, dei sigari e delle pipe, tracciò invisibili quanto incontestabili perimetri tra i luoghi domestici del femminile e quelli del maschile. La *smoking room* non nasceva per ragioni igieniche, ma per caricare un luogo simbolico maschile di tutti i valori misogini della cultura borghese dell'Ottocento.

Vi sono luoghi e persone che non sono pensabili senza l'odore del fumo, come se questo appartenesse alla loro identità. Città come Cuba e Siviglia, dove nacquero nel 1676 le prime manifatture, hanno fondato le loro storie sul tabacco e pertanto i loro luoghi più iconici sono intrisi di questo odore.

Per seguire le varie fasi di produzione ufficiale si sviluppò la tipologia architettonica della *casas de tabaco*, dove si mettono a seccare le foglie e dove si producono i sigari. Queste costruzioni di legno, con grandi aperture e griglie su cui appendere le foglie da essiccare, assicurano una ventilazione naturale.

L'architettura del sigaro, la sua vita e il suo gusto sono collegate all'aria, al sole, all'umidità, all'acqua. Per preservare tutte le sue qualità, bisogna garantire a ciascun sigaro condizioni ambientali vicine a quelle del suo paese tropicale di origine: una igrometria relativa del 70%, delle scatole traspiranti, come quelle in legno di cedro, che garantiscono umidità facendo circolare l'aria. Fu Zino Davidoff a rivoluzionare il mondo del sigaro quando, agli inizi degli anni Venti, fondò a Ginevra la prima cantina umidificata d'Europa, accostando i riti del fumo a quelli del vino, ed entrambi al mondo del lusso.

Cerimonia del tè e riti del caffè

Se si mette da un lato una citazione da *The Mysterious Affair at Styles* di Agatha Christie – «Si sentirà meglio dopo una buona tazza di tè bollente, signora» – e dall'altro una di Eduardo De Filippo tratta da *Questi Fantasmi* – «Quando morirò, tu portami il caffè e vedrai che io resuscito come Lazzaro» – si capisce forse la profonda differenza tra i due scenari di riferimento.

I luoghi del tè e quelli del caffè non sono solo culturalmente, geograficamente e spazialmente diversi, sono due stili di vita che forse solo ai nostri giorni tendono a conciliarsi.

In entrambi i casi si tratta di infusioni di sostanze, di foglie o di semi che a contatto con il calore e con il vapore restituiscono all'aria un profumo molto particolare, che è la sensazione più importante del rito.

La dimensione più territoriale di questi riti è quella dell'essiccazione delle foglie e della tostatura dei grani, che sono due processi che immettono nell'aria odori che sono dei veri e propri *landmark*. Si pensi a intere regioni dell'India come quella dell'Assam, dove vengono seccate le foglie per i più importanti marchi dell'export del tè, oppure al Minas Gerais in Brasile, completamente dedicato alla coltura del caffè e alla sua tostatura.

Il loro odore pervasivo e la ritualità della loro preparazione li fece rientrare tra le “pozioni” prima che tra le bevande: bere tè era originariamente associato ai monaci buddisti Zen, che lo consumavano per tenersi svegli durante la contemplazione; consumare caffè era usato per riti religiosi e guarigioni.

Come tutti i riti, entrambi hanno sempre avuto una dimensione pubblica e una privata, fatte di luoghi e di strumenti insostituibili (teiera e caffettiera) per garantire la qualità dell'effetto.

La casa del tè e la conseguente cerimonia sono la sintesi del modulo giapponese di architettura tradizionale.

Il *cha-do* non è, infatti, semplicemente un rito, ma una matrice prima di un modello di vita. La cerimonia del tè si svolge in un padiglione apposito, costruito all'interno del giardino tradizionale. Il padiglione è semplicemente decorato: un vaso con qualche fiore, un *kakemono* (un rotolo sospeso) e gli strumenti necessari alla cerimonia.

Protagonista del padiglione è il *matcha*, la polvere di tè verde sulla quale viene versata acqua bollente. L'infuso viene poi battuto con un frustino di legno e questo serve non solo a miscelare bene, ma anche a diffonderne i vapori nell'aria. Il rito continua servendo l'invitato secondo un cerimoniale molto preciso.

Ma il tè è anche il rito che il Regno Unito esporterà nelle colonie, collegato quindi agli interni pieni di mobili, di legni speziati, di tappezzerie pesanti che arredavano le case di cultura britannica. Era un odore-tempo, perché segnava la fine della giornata lavorativa, oltre che lo status sociale.

Vita parallela quella del caffè, le cui vie passavano altrove, ma talvolta intrecciavano quelle del tè, stipati nei carichi dei medesimi porti e bastimenti.

Chiamato originariamente “vino d’Arabia”, solo nel XV secolo diventa simbolo di convivialità, tanto che vengono aperti due caffè a Istanbul. La Chiesa lo tiene lontano dal Sacro Impero perché troppo “islamico”. Così bisogna aspettare il XVII secolo perché inizino le importazioni di caffè dal Cairo verso Venezia. Poi la passione si sposta in centro Europa, da lì in Francia e dappertutto.

Il rito si sdoppia: quello del caffè espresso, che fa nascere il bar di radice italiana, e quello del caffè lungo, in tazza grande, per tempi più lunghi accompagnati dalla pasticceria.

I caffè diventano in Europa luoghi importanti, vetrine politiche, culturali e di costume. Città come Vienna ne assurgono a capitali e perfino l’architetto Adolf Loos ne progetta uno, nel 1899: il Café Museum.

3. Marketing e tempo

Conservazione e accelerazione

Salvador Dalí diceva che «Dei cinque sensi umani, l'olfatto è senza dubbio quello che rende meglio l'idea di immortalità», forse per sottolineare la vocazione dell'olfatto a manipolare il tempo che scandisce la vita di un odore, ma che è anche un suo grande nemico.

Il tempo di un odore può seguire il ritmo naturale, oppure essere progettato, accelerando o decelerando i processi di trasformazione, di invecchiamento, di durata delle sostanze.

Che il tempo e l'olfatto siano collegati lo afferma anche Marshall McLuhan, che negli *Strumenti per comunicare* scrive che sia i cinesi sia i giapponesi, fino al Seicento, usavano l'incenso e le sue gradazioni per misurare il tempo: in base alla sequenza si misuravano le ore, i giorni, le stagioni.

Le tre fasi che scandiscono la durata di un odore (testa, cuore e coda) sono scansioni che hanno differenti tempi, intensità e qualità.

Progettare il tempo di durata di un odore è materia che sembra interessare molto, per ragioni diverse, il marketing e l'arte: entrambi intervengono su di esso, esasperando o eccitando le prestazioni del prodotto e delle sue performance.

La relazione tra spazi e olfatto viene oggi sviluppata attraverso due modalità: da un lato quella che tenta di recuperare, un po' filologicamente gli odori delle materie, dei corpi, degli spazi, talvolta museificandoli; dall'altro quella che separa l'effetto dalla causa, utilizza gli odori come fine anziché come veicolo dell'esperienza.

Attraverso gli odori un luogo ha un'identità; se non ne ha una particolarmente significativa, se la può inventare, oppure comprare.

In tal senso due opere d'arte rendono bene l'idea dei processi di accelerazione e di conservazione, lavorando entrambe con elementi naturali: la *Heart Room III* di Walter De Maria (la prima installazione risale al 1977), attualmente installata in una galleria newyorchese, e l'installazione di Zaha Hadid e Cai Guo-Qiang per lo *Snow Show* di Rovaniemi, nel 2004.

L'opera di Walter De Maria, *Earth Room*, la terza, consiste in una stanza piena di terra dissodata e odorosa, mantenuta a un livello di umidità relativa che le impedisce di seccarsi. La sensazione di umidità e di conservazione è profonda. Lo spettatore sembra respirare un'esperienza eterna, ancestrale, la stessa emozione che si può avere davanti a qualcosa che è lì da sempre, anche se è evidente che così non è.

Le costruzioni di Hadid e Guo-Qiang per lo *Snow Show* consistevano in due volumi: uno in ghiaccio e uno speculare in neve. Nel programma dell'evento avveniva a un certo punto che l'artista cinese cospargesse di vodka l'architettura di neve, provocandone la liquefazione e movimento di acqua, di fuoco e di aria. Questa linea di fuoco scolpiva le forme, ammorbidiva gli spigoli mutandone il profilo costantemente. Tutto si consumava, velocemente, anche l'architettura, come in una ripresa accelerata.

Serre

L'Ottocento, il secolo della bonifica igienista degli spazi, che considerò l'odore sinonimo di insalubrità e conseguentemente di sporco, iniziò con le esposizioni universali, che sarebbero state il primo vero esercizio di architettura industriale in vetro e ferro.

Non esistevano tipologie già pronte, così gli architetti se le fecero prestare da altri contesti: stazioni ferroviarie, ponti, serre. Proprio queste ultime divennero il modello per i padiglioni delle fiere internazionali.

Esiste una descrizione molto avvincente, in un libro di Alessandro Baricco dal titolo *Oceano mare*, del Crystal Palace, che «Sembrava una serra immane con dentro solo tre olmi giganteschi. Sembrava una assurdità bell'e buona. Ma bisognava immaginarla con migliaia di persone dentro, e un immenso organo a canne nel fondo, e fontane, *tapis roulants* di legno, e oggetti portati da tutte le parti del mondo, pezzi di navi, invenzioni strambe, statue egizie, locomotive, sommergibili, stoffe di tutti i colori, armi inarrestabili, animali mai visti, strumenti musicali, quadri grandi come pareti, bandiere ovunque, cristalliere, gioielli, macchine volanti, tombe, laghetti, aratri, mappamondi, argani, ingranaggi, carillon. Bisognava immaginare i rumori, le voci, i suoni, l'odore, i mille odori».

Infatti, cos'altro erano le serre se non enormi ampolle di vetro dentro cui crescevano fiori e piante profumate? Il XIX secolo fu contrassegnato dalla nascita delle produzioni in serie, dei processi industrializzati, dei primi prodotti di sintesi. In architettura come in profumeria si cercava di associare componenti naturali a prodotti di sintesi, a materiali evoluti. Tuttavia fu necessario attendere un po' prima che l'ingegneria giungesse alla raffinatezza dell'architettura e l'alchimia alla profumeria moderna.

Edifici come ampolle d'aria sono numerosi, ma in tal senso un progetto pioniere fu la Dymaxion House di Buckminster Fuller, del 1945, un prototipo di casa ad alta efficienza energetica che non fu mai messa in produzione e in esposizione permanente all'Henry Ford Museum di Dearborn, nel Michigan. Si trattava di una struttura sferica simile alla campana di una medusa. C'era una doccia nebulizzata per ridurre al minimo il consumo di acqua e l'intera cupola della casa poteva ruotare per sfruttare il vento per la climatizzazione naturale.

Uno dei progetti più straordinari in tal senso è l'Eden Project, realizzato in Cornovaglia nel 2001 da Nicholas Grimshaw & Partners. La pelle dell'edificio forma un microcosmo, come un secondo cielo, e la leggerezza di questa pelle toglie la vertigine delle dimensioni delle cupole, con luce fino a 124 metri di diametro. Si tratta di cupole geodetiche a doppio involucro, di cui quella esterna in cuscini di EFTE (etilentafluoretilene) gonfiati da compressori. Il peso dell'intera costruzione è minore dell'aria inclusa in essa. La serra non ospita solo piante esotiche, ma anche piante più comuni, come peperoncino, tabacco, cotone, tè, caffè ecc.

Un'altra serra è quella che verrà costruita a San Francisco, nella capitale dell'ambientalismo mondiale, dal Renzo Piano Building Workshop, come ampliamento della California Academy of Science. Prenderà il posto degli attuali padiglioni, che sono lì dal 1916, e sarà una grande copertura rettangolare dalle morbide ondulazioni. Il tetto sarà quasi interamente coperto di vegetazione e nelle parti libere in vetro. L'edificio sarà un'efficiente macchina termica ed energetica, in maniera integrata attiva e passiva. L'accorgimento più rilevante sarà il meccanismo a ventilazione naturale "a effetto camino", che sfrutterà il vento umido e temperato proveniente dal mare per rinfrescare in estate e per integrare il riscaldamento in inverno. L'aria entrerà dai bocchettoni della parete a sud, si riscalderà per effetto serra, poi verrà estratta nuovamente e fatta fluire nella zona espositiva, fuoriuscendo dalle cupole attraverso portelli mobili. Sostanzialmente si sfrutteranno l'accelerazione dell'aria in prossimità delle uscite. L'approvvigionamento energetico sarà integrato da pannelli solari e celle fotovoltaiche collocate sulle pendenze a sud, mentre il controllo dell'acqua impiegherà la pressione del mare, che riempie delle vasche sotterranee per gestire la temperatura del pavimento.

Il genio della lampada

Il mondo degli odori è sposato strettamente a quello della cosmesi, non solo per le caratteristiche degli ingredienti e dei prodotti, ma soprattutto per le medesime aspirazioni e vocazioni.

Un profumo in una bottiglia può essere considerato un genio in una lampada magica, perché la missione del profumo è sempre quella di veicolare un desiderio, di piacere, di sedurre, di ricordare, di avvicinare, di trattenere, di amare, di potere... Come se aprendo la confezione che lo contiene, in forma eterea, il profumo diventa genio che esaudisce qualsiasi aspirazione.

Esiste un passaggio delle *Mille e una notte* in cui si descrive il genio in un modo che sembra riferirsi a un profumo: «Esaminò il vaso da tutti i lati; lo scosse per vedere se il suo contenuto facesse rumore. Non udì nulla, e questa circostanza, unita all'impronta del sigillo sul coperchio di piombo, gli fece pensare che dovesse contenere qualcosa di prezioso. Per saperlo prese il coltello e, con qualche difficoltà riuscì ad aprirlo. Subito ne inclinò l'orifizio verso terra, ma non ne uscì niente, il che lo stupì grandemente. Lo posò davanti a sé e, mentre lo considerava attentamente, ne uscì del fumo molto denso che lo costrinse ad arretrare di due o tre passi. Il fumo si innalzò fino alle nuvole e, spandendosi sul mare e sulla riva, formò una spessa nebbia: spettacolo che, come si può immaginare, meravigliò straordinariamente il pescatore. Quando tutto il fumo fu uscito dal vaso, si raccolse e divenne corpo solido, dal quale si formò un genio alto il doppio del più grande dei giganti».

Il profumo è un po' questo: una forma invisibile che esaudisce un desiderio.

Non fu mai realizzato il Cenotafio di Boullée, ma la sensazione che avrebbe prodotto sarebbe stata quella di trovarsi nella grande ampolla di un profumo, in una bolla d'aria che profumava di utopia.

La sensazione tangibile di bolla d'aria si riscontra in alcune installazioni dell'artista e architetto argentino Tomás Saraceno, che nel 2005 realizzò, all'interno di una galleria d'arte a Genova, *In-formare l'aria: Air Under Different Pressure*. Una membrana in pvc trasparente veniva riempita d'aria in modo da creare una gigantesca bolla di 6 metri di altezza, che aderiva alle pareti della sala e lasciava al di sopra uno spazio d'aria di pressione differente, che consentiva una "passeggiata" sopra la bolla. All'interno l'aria aveva una pressione maggiore, che veniva percepita a livello timpanico, senza però provocare particolare fastidio. I visitatori in sospensione sulla cima esterna della bolla sembravano figure in rilievo su un soffitto scen-

tesco. La pressione dei loro corpi sulla membrana garantiva il ricambio d'aria all'interno della bolla.

Si tratta di installazioni, di architetture temporanee che introducono il corpo nell'ampolla, come ingredienti della magia.

Come la *Basic House* di Martín Ruiz de Azúa, del 1999, che consiste in una bolla rivestita di pellicola in pvc che si gonfia con il calore del sole e che può contenere una persona, oppure come alcune performance dell'artista contemporanea Victorine Müller, in cui lei stessa o altre persone se ne stanno dentro ampolle gonfiabili, come è avvenuto in *Gate C* del 2003 e in *Timeline* del 2005. E come avveniva nella *Città delle Semisfere* di Superstudio, negli anni Settanta, che aveva 10.044.900 sarcofagi in materiale trasparente, che contenevano individui immobili, a occhi chiusi, mantenuti in vita da aria condizionata e da sangue.

Sottovuoto

Contrariamente al vino, il profumo non migliora con l'invecchiamento, ma, al contrario, si altera, deperisce, si snatura, evapora. Tuttavia, alcuni accorgimenti contribuiscono a preservarlo più a lungo. La luce, il calore e l'umidità, fattori ossidanti e aggressivi per le fragili molecole di cui è composto, sono i suoi peggiori nemici. Bisogna proteggerlo dai raggi ultravioletti ed evitarne l'evaporazione... inoltre evitare il contatto con altre superfici e materiali impedisce che i batteri lo facciano deperire. Il fresco e il buio sono ottimi alleati della conservazione degli odori, ma ancor di più lo sono il gelo e il vuoto.

Anche su questo argomento gli Egizi furono autentici precursori. Si potrebbe pensare alla piramide come a un luogo in cui la porta era un'imboccatura anziché una porta.

Conservare sottovuoto non è solo una tecnica di conservazione temporale, ma anche igienica, e talvolta organolettica, rivolta a mantenere immutate le caratteristiche del prodotto confezionato, qualunque esso sia.

In questo senso nel 1919 Marcel Duchamp inventava *Air de Paris*, una provetta di vetro riempita di aria "autentica di Parigi". Si trattava di un *ready-made* come souvenir portatile, che Duchamp regalò originariamente al suo amico Walter Arensberg. Con il medesimo concetto nel 1961 Piero Manzoni realizzava *Fiato d'artista*, una serie di 45 "corpi d'aria", che altro non erano che palloncini riempiti d'aria, gonfiati per l'appunto dall'artista.

Il mezzo è il messaggio

È una celebre frase di Marshall McLuhan che negli anni Sessanta, nel contesto della Pop Art, affermava che non esiste altro messaggio al di fuori del mezzo.

In tal senso la comunicazione attraverso i profumi è sempre andata in questa direzione.

La moda e i profumi hanno sempre condiviso il medesimo *diktat* estetico. C'è una letteratura vastissima dedicata al mondo dei profumi, delle *fines fragrances* soprattutto, che spiega in particolar modo perché, da un certo momento in poi del Novecento, gli stilisti, oltre a far indossare le loro creazioni di abbigliamento, abbiano deciso di vestirci di fragranze.

Ma l'usanza di indossare oggetti profumati e profumi per estendere la propria aura oltre il corpo fisico è sempre esistita.

Già all'epoca del Nuovo Regno egizio (1570-1085 a.C.), gli ospiti presenziavano alle feste inserendo coni di mirra o grasso animale sulle parucche, al fine di ottenere un'aura invisibile che sottolineasse il proprio carisma. I coni rilasciavano vapori che sembravano provenire dal volto stesso.

Anche i Romani furono autentici maniaci dei profumi, degli ambienti e degli eventi profumati. Nerone era talmente sedotto da questo mondo che non esitava a eccederne nell'uso. Celebri erano le feste in cui strati di petali di rose venivano sospesi con delle reti al soffitto delle sale, per inondare gli ospiti con una pioggia profumata, che però a volte arrivava addirittura a soffocarli. In epoca imperiale si cospargevano addirittura i sedili dei circhi, e il popolo durante le manifestazioni veniva spruzzato con essenze profumate. Fino alle frenesie estreme che si raccontavano a proposito di Eliogabalo. Si disse perfino che la pressione che le importazioni di incenso e di profumo esercitarono sull'erario fu uno dei fattori determinanti nel collasso finale dell'Impero Romano.

Il mondo orientale e arabo conosceva da sempre i profumi, che arrivarono in Occidente con il ritorno dei Crociati e poi definitivamente con i commerci delle repubbliche marinare: Pisa, Amalfi, Genova e Venezia.

Proprio in quel periodo, tra i profumi più importanti apparve quello della foglia di mirto secca, particolarmente strategico perché serviva per conciare le pelli. Quella che oggi è una delle capitali mondiali del profumo, Grasse, iniziò la sua storia profumiera proprio dal commercio di questa sostanza, che serviva a un'altra attività fiorente in città: la conceria. Del resto, era successo qualcosa di simile anche a Firenze.

Alla fine dell'XI secolo i Crociati riportarono dai loro viaggi l'acqua di rose, il muschio e l'ambra, bandite dalla Chiesa fino a quando, nel Seicen-

to, proprio un frate francescano, Domenico Auda, lanciò un'acqua sacro-profana, per chiese e camere di signori: una sorta di profumo per arredare casa e chiese del medesimo aroma beatificante.

Fu nel Settecento che il profumo divenne nuovamente espressione estetica impareggiabile, perché correggeva il brutto, esaltava l'apparenza più della realtà, vestiva il corpo e arredava gli spazi.

L'apoteosi di questa estetica della finzione ebbe sede alla corte di Luigi XV, anche detta "la corte profumata", in cui era persino obbligatorio usare un profumo diverso ogni giorno. Si riscoprì l'igiene, e i gusti olfattivi evoluti apprezzarono quei profumi più delicati che fecero la fortuna delle prime grandi case parigine. I chimici di Grasse prosperarono e migliorarono enormemente le tecniche dell'*enfleurage* e della distillazione. A Colonia, Jean-Antoine Farina lanciava la prima acqua di Colonia.

Furono due i profumi che segnarono la fine della monarchia e l'inizio della Rivoluzione Francese: quello di Maria Antonietta, che, come racconta una leggenda, venne scoperta durante la fuga per via del suo inconfondibile profumo, e quello della polvere da sparo per le vie di Parigi durante gli scontri.

I profumi, troppo legati agli sprechi della corte, scomparvero, per tornare nuovamente in auge sotto il Consolato e l'Impero. L'imperatrice Giuseppina dilapidò un vero patrimonio in profumi esotici e Napoleone abusò nell'uso di frizioni di acqua di Colonia.

Rispetto all'olfatto e all'importanza dei sensi in generale, ebbe un ruolo anche l'empirismo inglese, una corrente filosofica che individuava nei sensi la fonte dell'intero sapere. Partendo dall'idea che la base di tutta la conoscenza fosse l'esperienza, molti studiosi cominciarono a usare in maniera intensiva i loro sensi, olfatto compreso.

Nell'Ottocento l'industria degli odori crebbe a dismisura e parimenti avvenne un processo di democratizzazione della profumeria e di affermazione delle teorie igieniste, che portarono le persone al mare, alle terme, ai bagni.

All'Esposizione Universale di Parigi del 1868 appare il "vaporizzatore", che fece in breve scomparire tutti gli altri modi di profumarsi, ma che segnò anche il superamento dello stadio tradizionale e artigianale. Le nuove scoperte della chimica e dell'industria delle fragranze e degli aromi fecero emergere nuovi bisogni, conseguentemente nuovi prodotti e piaceri olfattivi.

Gli odori diventarono maschera dell'io borghese: il profumo si indossava per vivere momenti speciali e non per curarsi. Le case produttrici di profumi si separarono definitivamente dalla medicina per diventare a tutti gli effetti marchi cosmetici.

Un periodo estremamente interessante per la relazione tra profumeria e architettura e design fu alla fine della Prima guerra mondiale, quando l'Europa sembrò essere attraversata da un vento di creatività e ottimismo. A Parigi l'Esposizione delle Arti Decorative del 1925 impose la *Black art*, si affermò il Cubismo e dilagò tra le avanguardie la passione per il Giappone. Furono gli anni in cui Coco Chanel rivoluzionò l'immagine femminile e, contro l'odore "sdolcinato" e i fiori bianchi, si inventò una delle icone del profumo, ancora in produzione, *Chanel N°5*. Per la prima volta una casa di moda creava una società di profumi; seguita da altri, in pochi anni nacquero i più incredibili profumi del XX secolo. Oltre a *Chanel N°5*, *Shalimar*, *Joy* e *Arpège*.

Viaggi e commercio

I profumi e il commercio delle materie prime usate per realizzarli sono stati spesso motori di viaggi, di commerci e di grandi scoperte. Dai viaggi si è sempre tornati con l'odore del luogo visitato. È straordinaria la nostra capacità di collegare un'esperienza di viaggio a uno o più odori. Forse perché nei luoghi meno noti attiviamo maggiormente le bussole della sensorialità, forse banalmente perché siamo più rilassati, certo è che ogni meta di viaggio ha nella nostra memoria una cartolina olfattiva molto precisa e meno indelebile di quella visuale.

Cinque o seimila anni fa, già molte civiltà usavano i profumi: quelle del Nilo, quelle cretesi, del Tigri e dell'Eufrate, del Fiume Giallo, dell'Indo e del mar Baltico. Ma fu Corinto la prima città a riunire il commercio delle piante aromatiche, la fabbricazione dei profumi e quella dei relativi flaconi.

L'Oriente fu il mercato più grande di materie prime per la profumeria, locali ma anche arrivate da molto lontano. Il loro commercio contribuì alla fortuna dei Fenici, alla fondazione di Palmira, di Petra e di Antiochia. L'incenso consentì la creazione dei regni di Arabia, la cui immensa ricchezza sopravvisse attraverso la leggenda della regina di Saba.

In realtà esiste un filo invisibile che lega la storia degli odori a una serie di città che sembrano essersi passate il testimone nel corso dei secoli: Corinto nel VI secolo; Costantinopoli nel Medioevo, fino a quando, conquistata dagli Ottomani nel 1453, il testimone passò a Venezia, dove venne perfezionato l'alambicco e nacque la profumeria moderna; infine la Francia, Grasse per la produzione e Parigi per la distribuzione.

Il ruolo dei viaggiatori fu quindi determinante per mescolare ingredienti olfattivi provenienti da tutto il mondo. Marco Polo porterà dalle sue

spedizioni, descritte nel *Milione*, profumi e spezie che assicurarono a Venezia il monopolio medievale del mercato dei profumi.

Se le vie d'Oriente furono aperte dai Polo, Cristoforo Colombo fu il pioniere delle vie d'Occidente, portando a casa altre materie prime fino ad allora sconosciute: vaniglia, tabacco, cardamomo ecc.

Architettura fisiologica

La denominazione “architettura fisiologica” è stata coniata da Philippe Rahm e Jean-Gilles Décosterd per descrivere il loro approccio all'architettura che si occupa delle interazioni che lo spazio extra-corporale può produrre in quello corporale.

Il loro lavoro è concentrato sulla possibilità di modificare lo spazio lavorando su quelle variabili considerate “invisibili”, ma in grado di modificare gli stati fisiologici e conseguentemente i modi di abitare un luogo.

Al di là della percezione sensoriale in grado di rilevare alcuni agenti spaziali, vi sono anche altri captatori che non producono né sensazione, né percezione, ma che comunque alterano lo stato del soggetto: cellule fotosensibili della pelle; afferenti di origine retinica che proiettano direttamente sul sistema ipo ed epitalamico; captatori di umidità nelle vie respiratorie superiori; rilevatori del sistema vomero-nasale di emanazioni volatili come i feromoni...

L'architettura fisiologica è stravolgente non solo per le reazioni che suscita, ma per la quasi totale assenza dell'edificio. Quello che accade nelle loro opere è la manifestazione palese di quanto avviene normalmente nelle persone, portato a una dimensione extra-corporale: la respirazione nell'*Hormonorium*, il sonno nella *Melatonin Room* e la sudorazione nella *Salle omnisports*.

L'*Hormonorium* era ospite del Padiglione della Svizzera alla Biennale di Venezia del 2003. Riproduceva la sensazione di alta quota e quindi di ipossigenazione e di luce dal basso. Il suolo, infatti, era un soppalco luminoso abbagliante, realizzato in plexiglass per lasciare passare i raggi UV, e costituito da 528 tubi fluorescenti che emettevano una luce bianca, riproducendo lo spettro solare. Questa luce, che dal basso non era ostacolata dalle ciglia, colpiva la retina, che trasmette alla ghiandola pineale informazioni che fanno calare la produzione di melatonina. La diminuzione di questo ormone fa diminuire la fatica, aumenta il desiderio sessuale come pure la regolazione dell'umore. L'altro componente fondamentale era l'aria, che era stata arricchita di azoto in modo da ridurre la quantità di ossigeno presente, creando le caratteristiche proprie dell'aria in alta quota. Questa lieve

ipossia ingenerava inizialmente disorientamento, ma anche una lieve euforia indotta dalla produzione di endomorfine. Senza spiegare tutti i processi, si arrivava a ottenere un effetto dopante in grado di migliorare le prestazioni fisiche del 10%.

Un altro progetto di Rahm e Décosterd fu quello dei *Jardins physiologiques*, che riprendeva l'idea di «edificazione intra-corporale di un'architettura del paesaggio, che pianta, semina, livella, sfiora, profuma, avvelena il nostro parco interiore attraverso i sensi e i sistemi ormo-timici del cervello: un giardino sulla pelle, dal più vellutato al più urticante; un giardino nel naso, dal più profumato al più nauseante; un giardino nella bocca, dal più delizioso al più disgustoso; un percorso infine attraverso i viali del cervello, dal più tranquillizzante al più angosciante».

Subliminale

Nel celebre libro *Il profumo*, di Patrick Süskind, si trova una delle descrizioni più esaustive del perché gli odori sono per loro natura meravigliosi e terribili insieme: «La gente poteva chiudere gli occhi davanti alla grandezza, agli orrori, alla bellezza, e turarsi le orecchie davanti a melodie o a parole seducenti, ma non poteva sfuggire al profumo. Poiché il profumo era fratello del respiro. Assieme al respiro penetrava negli uomini, che non potevano resistergli, se volevano vivere. E il profumo penetrava la loro essenza, direttamente al cuore, e qui discerneva categoricamente la simpatia dal disprezzo, il disgusto dal piacere, l'amore dall'odio. Colui che dominava gli odori, dominava il cuore degli uomini».

Ed è proprio questo dominio celato, ma potente, questo controllo emozionale indissolubile che rende gli odori pericolosi e attraenti.

Intervenire sull'odore delle cose significa agire sulla sfera emozionale che gestisce gli aspetti motivazionali di una scelta. Per questa ragione il mondo olfattivo è l'ultima frontiera del marketing, della comunicazione, dell'arte.

Entrare in un ambiente e sentire l'odore di lavanda fa scattare nella mente di un occidentale la sensazione di essere in un luogo arieggiato e pulito. Anche se magari è, al contrario, un luogo chiuso e tutt'altro che lindo.

In tal senso, è molto più potente la sensazione olfattiva rispetto a quella visuale: se l'olfatto segnala qualcosa di incongruente con quanto comunica la vista, ci si fida più dell'invisibile sensazione olfattiva. Un odore di cavolo lesso entrato, per strani giri dell'aria, all'interno di una cattedrale gotica può demolire la sua immagine in maniera inesorabile... e addio asceti mistici. Ci si fida più dell'olfatto che della vista. Non è un caso che molte espressioni per comunicare fiducia utilizzino metafore olfattive.

Marketing emozionale

Quando Eraclito scriveva «Se tutte le cose fossero fumo, il naso le riconoscerebbe», diceva una confortante verità o un'inaccettabile ingenuità. Ad ogni modo, non si finisce di ribadire che l'olfatto è il più autentico e, al contempo, il più adulterato dei sensi.

Nel sistema generalizzato di riproduzione di copie e di surrogati della realtà, l'olfatto è uno dei maggiori complici per far sembrare vero il falso, per aumentare il grado di realtà di un'esperienza altrimenti evanescente, per coadiuvare l'esperienza sensoriale all'interno di metafore commerciali, ambientali, artistiche.

Se si definiscono sensoriali le esperienze in cui i sensi sono il mezzo per conferire all'opera un senso di unitarietà e coerenza, sensorialismi sono le esperienze che hanno i sensi come fine dell'opera.

Quando, a cavallo tra la fine degli anni Settanta e i primi anni Ottanta, Brian Eno componeva *Music for Airports*, non era chiaro il confine tra la provocazione dell'artista e la spregiudicatezza commerciale dell'operazione. Quando poi il fenomeno divenne realmente commerciale, con la *Muzak* che veniva emessa dalle filodiffusioni negli uffici e nei negozi di Giappone e Stati Uniti, in molti rimasero sarcasticamente perplessi.

Eppure, negli anni successivi il paesaggio sonoro è entrato sempre più nella nostra vita, intervenendo sugli stati emozionali e psicologici che un luogo ci può suscitare, senza essere considerato con sospetto o con fastidio.

Da qualche anno i medesimi fenomeni stanno avvenendo nel mondo della deodorizzazione artificiale degli ambienti. In assoluta e anche giustificata emulazione si parla di "paesaggi olfattivi" che vengono confezionati su misura.

Di solito questo avviene in quei luoghi privi di una identità, in questo contesto, olfattiva, non necessariamente dei "non-luoghi", come li avrebbe definiti Marc Augé, ma dei luoghi con scarsa personalità.

In effetti sono proprio questi i luoghi più adatti ai nuovi odori, perché l'essere privi di carattere odoroso consente di progettarne di nuovi senza dover intervenire sulla depurazione degli odori preesistenti.

Avendo appurato che l'odore può veicolare le sensazioni di un luogo e renderlo memorabile – già avviene per esperienze straordinarie, come un viaggio di piacere o un appuntamento amoroso –, la nostra società estremamente consumistica cerca di rendere "straordinarie" anche le esperienze più normali, incrementando gli aspetti realistici, come per l'appunto gli odori.

Già i Cinesi dei tempi di Marco Polo usavano profumare con foglie di patchouli e radici di vetiver i loro tessuti per invogliare i clienti all'ac-

quisto; così ai nostri giorni questo avviene nelle auto, nei ristoranti, negli alberghi, nei centri commerciali, nei luoghi di lavoro per incrementare il rendimento degli impiegati.

Nell'aeroporto londinese di Heathrow viene diffuso l'odore di pino per mettere i passeggeri a proprio agio. Così come molte ditte giapponesi, nel corso della giornata, usano addirittura diversi odori per stimolare le attività svolte: la mattina un po' di limone, in tarda mattinata fiori, nel primo pomeriggio odori di bosco.

Nei negozi dei centri commerciali gli odori vengono invece usati per trattenere più a lungo i clienti, oppure per smorzare l'aggressività, per indurre desideri di consumo, per rendere plausibile qualche prezzo ingiustificatamente alto.

Steven Holl, nel libro *Parallax*, scrive in merito a questi luoghi: «Un mio recente soggiorno in un Ramada Inn del Midwest cominciava in un atrio privo di luce naturale [...], dal quale si accedeva a una serie labirintica di corridoi rivestiti in cartongesso Sheetrock, con pavimenti in moquette e stanze su entrambi i lati, profumati da detersivo per pavimenti. Infine, una porta di truciolare rivestita in formica si apriva su una "spaziosa" camera con moquette di poliestere, carta da parati in vinile e soffitto insonorizzato. L'odore era soffocante, ma la finestra in alluminio anodizzato non era apribile. Gli interni sintetici (a volte tossici) degli alloggi tipici sparsi nei paesaggi inquinati caratterizzano l'attuale ambiente usa e getta».

Sottrazione

Nel racconto *Il Naso*, di Nikolaj Gogol, contenuto nei *Racconti di Pietroburgo*, il protagonista si sveglia una mattina senza naso: «Dio mio! Dio mio! Perché mai una simile disgrazia? Fossi senza braccio o senza una gamba, sarebbe meglio; fossi senza orecchie, sarebbe brutto e tuttavia sempre più sopportabile; ma senza naso lo sa il diavolo cos'è un uomo: uccello non è, cittadino nemmeno, è solo qualcosa da prendere e buttare fuori dalla finestra!... Che aspetto da buffone!».

Progettare con gli odori non significa semplicemente deodorare degli spazi, ma molto spesso significa pulire l'aria dagli odori presenti e, magari, successivamente profumarla di nuovo. L'industria dei detersivi per la casa si è rivolta per decenni all'invenzione di prodotti che coprissero gli odori presenti, senza alcuna strategia in merito all'eliminazione dei preesistenti.

Eliminare un odore è sicuramente più difficile che produrlo o immerterlo nell'aria e richiede alcune caratteristiche come la ventilazione degli spazi, il filtraggio dell'aria ecc.

Un processo più chimico, ma sicuramente molto efficace per ripulire l'aria degli odori presenti, è l'ossidazione attraverso acqua ossigenata oppure utilizzando, come in un progetto giapponese chiamato *Black Cube*, filtri assorbenti a base di gel di silice, idrossido di alluminio e caolino. Uno svantaggio di queste sostanze, però, è che agiscono indistintamente sia sugli odori cattivi sia su quelli innocui e gradevoli.

Altre sostanze che puliscono l'aria sono, ad esempio, il cloro, che sebbene elimini tutti gli odori lascia anche letteralmente senza fiato, e il carbone, che viene impiegato negli olfattometri e nei filtri per purificare l'aria prima che essa si mescoli a una sostanza odorosa.

Un progetto orientato in tal senso era *La Camera Linda* (1986), di Clino Trini Castelli e Marek Piotrowski, che introduceva in ambiente domestico una particolare camera tecnica, nota come "camera bianca", solitamente impiegata per la conservazione di apparecchi molto sofisticati (sale operatorie e computer). Il trattamento di purificazione dell'aria incideva sulle componenti immateriali, ma anche sulle reazioni emozionali dei presenti, che rimanevano disorientati nel trovarsi in un contesto domestico con un'aria asettica tipica degli ambienti tecnologici.

Viene in mente quando Italo Calvino, in *Sotto il sole giaguaro*, ammoniva: «Come epigrafi in un alfabeto indecifrabile, di cui metà delle lettere siano state cancellate dallo smeriglio del vento carico di sabbia, così voi resterete, profumerie, per l'uomo futuro senza naso».

Placebo

Qualcuno sostiene che i profumi producano effetti placebo.

Paracelso fu il primo a suggerire che i profumi potessero essere in consonanza con lo spirito dell'uomo: per magnetizzare gli ambienti, per eccitare, per deprimere, per facilitare l'intuizione ecc.

In più occasioni nella storia i profumi furono usati come placebo, sostanze innocue che però avevano la missione di calmare, lenire, curare.

Durante i bombardamenti di Londra, nella Seconda guerra mondiale, gli inglesi spruzzavano lavanda nei rifugi, non solo per combattere i cattivi odori, ma forse soprattutto per calmare la paura. L'odore della lavanda riportava a un ambiente domestico, pulito e rassicurante, esattamente il contrario della situazione di cui erano vittime.

L'odore è veicolo per rendere l'esperienza più immersiva e memorabile, per coadiuvare l'esperienza ma anche renderla più vero-simile a quella reale, convincendo attraverso l'odore di olio di cocco di essere in vacan-

za al caldo delle Maldive anziché nell'intervallo di pranzo di una gelida metropoli.

In questo assoluto desiderio di messinscena della salute, hanno un grande successo altre tipologie di luoghi placebo come, ad esempio, gli *oxygen bar*. Il principio è semplice e perverso: andare in un bar per inalare ossigeno aromatizzato alla menta, all'eucalipto, alla salvia e basilico, al limone, allo ylang ylang.

L'obiettivo è "fare finta di essere sani", perché in realtà il tempo previsto di inalazione, che si aggira intorno ai 10 minuti, non è sufficiente a ripulire i polmoni dallo smog, ma sicuramente l'effetto placebo è garantito.

Uno dei progetti più strani di Philippe Rahm e Jean-Gilles Décosterd è *Peinture Placebo*[®], che gioca su una "trappola" tesa al destinatario-paziente. È stato verificato che durante l'azione placebo c'è una secrezione di dopamina (neurotrasmettitore implicato nella soddisfazione del desiderio e nella genesi del piacere) a livello dei sistemi di motivazione e di ricompensa del cervello. La *Peinture Placebo*[®] fu presentata a un'esposizione al Museo d'Arte Moderna di Parigi, in cui si mescolava a normalissima pittura industriale bianca una dose infinitesimale di zenzero o fiori d'arancio. Bisognava in un certo senso qualificare la destinazione di una stanza al di fuori di una qualsiasi rappresentazione visiva. L'effetto fu che la camera ai fiori d'arancio fu considerata rilassante e quella allo zenzero carica di erotismo. Sebbene la causa fosse placebo, non lo era per nulla l'effetto sortito.

4. Identità e memoria

“To smell”

Se è vero che Dio crea la luce *in primis* per illuminare il cosmo, è anche vero che la vita dell'uomo è collegata a un impasto di terra e un soffio vitale. In ordine sensoriale la Genesi è una successione: vista-udito-tatto-olfatto-gusto. Si legge: «E Jahve Elohim formò Adam dalla polvere della terra e soffiò nelle sue narici un alito di vita e l'uomo fu un essere vivente». Dell'uomo si sottolinea la sua natura terrena, impasto di terra, la cui vita non è semplicemente animale, ma fiato divino che significa “esistenza”, alito di Dio.

Nella Grecia di Omero si credeva che pensieri e parole provenissero dai polmoni e lì ne avessero sede assieme a quelle udite. Le parole erano collegate alla respirazione attraverso un canale di accesso che metteva in comunicazione le orecchie con la parte superiore della bocca.

Mentre “percepire” aveva il significato di “inspirare”, nel senso di immettere qualcosa, la parola “guardare” in eolico significava “soffiare in direzione di”: la vista non rappresentava solo un senso passivo, ma anche attivo, un atto verso l'esterno, veicolato dal soffio. Che si trattasse di un'uscita di aria, direzionata e attiva, si capisce meglio dal fonema del termine che traduce invidia – *ftonos* –, che ha un suono onomatopeico che sembra un soffio di vento.

Aristotele ipotizzava che i sensi fossero tutti collegati attraverso gli organi della respirazione, conseguentemente che il respiro fosse collegato ai sentimenti e che i polmoni fossero sede della coscienza e del pensiero. Esisteva una separazione tra mente e psiche: mentre la prima aveva sede nella testa e rappresentava la coscienza, il pensiero e la percezione, la seconda aveva sede nel petto, trattandosi solo di anima intesa come soffio vitale, che alla morte fuoriusciva dalla bocca (come respiro) e andava nell'Ade.

Oggi questa impostazione che lega i pensieri e i sensi attraverso il respiro è quasi scomparsa nelle religioni monoteiste, mentre si riscontra ancora in popoli dove regna l'animismo, come gli indigeni della Nuova Guinea, che collocano l'intelligenza negli organi della fonazione, e in pratiche come lo yoga, le arti marziali ecc., che attraverso la respirazione arrivano a una meditazione più profonda.

In lingua inglese, infatti, questo concetto si esprime attraverso il verbo *to smell* (odorare), che è sia transitivo sia intransitivo, esprimendo sia che noi “percepriamo” gli odori, sia che li “produciamo”. Un'attività che ha qualcosa a che fare con la respirazione, che immette e che emette aria.

Viene da pensare al senso del termine “ispirazione” come atto iniziale della creazione e al “soffio” come sua espressione.

Architetture non standard

Se si volesse pensare a forme architettoniche che abbiano la medesima radice delle forme olfattive, verrebbero sicuramente in mente delle forme curvilinee, di natura dinamica e non standard.

Nella *Pittura dei suoni, rumori e odori* (11 agosto 1913), Marinetti scriveva: «Dal punto di vista della forma: vi sono suoni, rumori e odori concavi e convessi, triangolari, ellissoidali, oblungi, conici, sferici, spirali ecc.

Mentre i suoni i rumori e gli odori degli animali sono gialli e blu, quelli della donna sono verdi, azzurri e viola. Non esageriamo affermando che gli odori bastano da soli a determinare nel nostro spirito arabeschi di forme e di colori tali da costruire il motivo e giustificare la necessità di un quadro. Tanto è vero che se noi ci chiudiamo in una camera buia (in modo che il senso della vista non funzioni) con dei fiori, della benzina o con altre materie odorifere, il nostro spirito plastico elimina a poco a poco le sensazioni di ricordo e costruisce degli insiemi plastici specialissimi e in perfetta rispondenza di qualità, di peso e di movimento con gli odori contenuti nella camera. Questi odori, mediante un processo oscuro, sono diventati forza-ambiente determinando quello stato d'animo che per noi pittori futuristi costituisce un puro insieme plastico».

Sarebbero figure simili a quelle in movimento di Oskar Schlemmer, alle action-foto dei primi esperimenti del cinema; alle forme a nastro di Möbius e agli esercizi topologici condotti dalla Scuola di Ulm; sarebbero gemelle delle *Proiezioni spaziali* di Antoine Pevsner; lascerebbero impronte come quelle delle *Macchine inutili* di Bruno Munari o dei *mobile* di Alexander Calder, delle opere di Aleksandr Rodchenko, delle estensioni di Peter Eisenman, delle variazioni di Bernard Tschumi...

Nel 2003 fu realizzata al Centre Pompidou di Parigi una mostra intitolata “Architectures non standard”, che ospitava 12 agenzie internazionali che usano gli algoritmi numerici, il calcolo, per fare architettura fuori dai canoni stereometrici tradizionali e indicava le opere prima menzionate come matrici concettuali e formali di questa architettura non stereometrica.

Il non-standard nasceva dalle teorie matematiche di Abraham Robinson e proseguiva fino a Henri Poincaré, Gottfried Leibniz e la teoria degli infinitesimali che aveva rivoluzionato l’idea di continuo. Ma la sua attualità oggi la candida a diventare una fase successiva ai vari postmodernismi, neo-modernismi, regionalismi critici, decostruttivismi e minimalismi. Infatti, se questi proponevano un’architettura che nasceva da un concetto a priori da finalizzare nel progetto e nella sua forma, l’architettura-non standard viene invece prodotta da un processo, controllato, di cui si conosce l’origine e la sequenza, ma di cui non è possibile intuire preventivamente una forma.

La relativa possibilità di prototipizzazione delle forme fluide, così come gli strumenti di computazione messi in gioco, rendono le forme del non-standard vicine alla messa in forma dell’immateriale e degli odori.

Potrebbe venire facile pensare che proprio queste forme e i loro sistemi di gestione renderanno possibile un ingresso più significativo degli odori nell’architettura e una loro possibile espressione.

Essere-essenza

Paul Cézanne sosteneva che un quadro dovrebbe contenere in sé perfino l’odore del paesaggio, a sottolineare quanto la dimensione olfattiva fosse intrinseca nella esperienza dei luoghi.

L’odore di un luogo, di un edificio, è frutto della risultante di odori naturali, iconici, artificiali, umani... presenti nello spazio considerato.

Gli odori naturali sono collegati al clima, alla regione, all’orientamento, alla pressione, all’umidità relativa e alla temperatura dell’aria; quelli iconici sono quelli risultanti dai materiali impiegati, dagli ingredienti tipici del luogo; quelli artificiali sono dovuti all’immissione forzata di elementi odoranti di altra natura; quelli umani legati all’odore delle persone, ma anche a quello che svolgono nel luogo, all’odore degli indumenti che indossano.

Già in un trattato alchemico del XV secolo si trova l’indicazione: «Anche dagli odori occorre imparare a riconoscere la finezza e la rozzezza delle materie».

In tal senso è estremamente importante la considerazione dei materiali come “organismi dinamici e interattivi”, ossia in grado di assorbire, tra-

spirare, emettere... modificando il microclima di un ambiente, le qualità dell'aria ecc.

Ogni materiale ha un proprio odore e questo dipende da una serie di fattori come l'umidità, la porosità, la temperatura, la composizione.

Il profumiere Martin Gras ha svolto per anni una ricerca per trovare nuove note legnose. Così nella Xyloteca ENGREF (École nationale du génie rural, des eaux et des forêts) sono catalogati quadri di legno organizzati su scaffali come libri. È sufficiente grattare su un pezzo di legno, anche di cento anni, e il suo profumo fuoriesce nuovamente.

Se si va a guardare nel passato c'era una sorta di abaco di odori di riferimento di ogni cultura. I Mesopotamici: cedro, mirto e storace; gli Egiziani: incenso, mirra, ginepro, benzoino, sandalo vino e uva e quindi il kyphi; i Cretesi: alloro e lavanda, timo e rosmarino; i Greci: iris e ambra gialla; gli Indiani: patchouli, incenso, vetiver; gli Indiani d'America: resine, salvia.

Oltre agli odori sprigionati dai materiali in sé, l'odore è stato usato anche in forma di oli o di cere, per arricchire e conservare le superfici, ma anche per mescolarlo alle malte, come avveniva già nei templi babilonesi e nelle moschee.

L'essere è anche essenza, come essenza è quella olfattiva. Per Maurice Merleau-Ponty: «Il sensibile è appunto quel medium in cui può esserci l'essere, senza che esso debba essere posto». Esattamente come avviene nelle essenze del profumo.

Questa affermazione fa venire in mente quando nel 2003, al Whitney Museum of American Art, fu organizzata la retrospettiva *Scanning: The Aberrant Architecture of Diller+Scofidio*. I due architetti portarono in mostra le pareti su cui erano state appese opere d'arte celebri, nell'idea che questi frammenti di muro si fossero impregnati dell'aura artistica dell'opera sorretta. Come, ad esempio, la parete del Museum of Modern Art sul quale Marcel Duchamp aveva per la prima volta esposto l'orinatoio *Fountain*.

Circuiti e connessioni

Una problematica significativa legata all'olfatto è la difficoltà di esprimere attraverso il linguaggio verbale le sensazioni. Parlando con gli esperti, si è soliti attribuire la mancanza di un vocabolario di termini olfattivi allo scarso esercizio e alla tendenza a non impiegare questo senso. In parte è vero, ma non completamente, visto che ad oggi esistono numerosi sistemi di classificazione, ma non un vocabolario comune tra gli esperti.

Nel racconto sull'olfatto, contenuto nella raccolta *Sotto il sole giaguaro* di Italo Calvino, il protagonista esprime la difficoltà di descrivere l'odore della sua amata. «Era appunto questo che io chiedevo alla precisa esperienza di Madame Odile: di dare un nome a una commozione dell'olfatto che non riuscivo né a dimenticare né a trattenere nella memoria senza che sbiadisse lentamente».

Tuttavia, questa non è l'unica ragione della scarsa capacità di raccontare gli odori, ma vanno anche indagati alcuni fattori evolucionistici.

«L'olfatto è un organo antico che ha relativamente pochi legami diretti con la parte nuova del cervello, specialmente con la neocorteccia sinistra, la parte che ospita i centri del linguaggio. Esso dispone invece di legami ben sviluppati con strutture cerebrali più antiche in prospettiva evolucionistica, che regolano le emozioni e la motivazione, tra cui il cosiddetto sistema limbico, il tronco dell'encefalo e l'ipofisi che regola la produzione ormonale. Il cervello rettile si esprime con il linguaggio non meglio precisato degli istinti, il sistema limbico con l'emozione e l'affetto, la neocorteccia con le parole e le idee».

La sensazione olfattiva scatena primariamente delle emozioni, che solo successivamente si traducono in giudizio cerebrale, e conseguentemente in comportamento consapevole.

Le qualità di un odore che si possono esprimere attraverso il linguaggio e, conseguentemente, possono intervenire nella progettazione dei luoghi sono: la specie (floreale, agrumati, speziati), la temperatura, la pressione, la direzione, la spazialità.

In termini spaziali è importante considerare il comportamento delle narici, che non respirano in contemporanea la medesima quantità ma alternativamente, secondo un processo ritmico della durata di due ore circa, e sono collegate, con sistema incrociato, all'altro emisfero cerebrale; il nervo trigemino si attiva in maniera diversa a seconda di alcune sostanze, come, ad esempio, il diossido di carbonio o il mentolo.

Le teorie sul funzionamento dell'olfatto sono numerose e tutte ancora molto da esplorare. Sostanzialmente ve ne sono due: una "molecolare" e una "ondulatoria".

Quella "molecolare" si basa sul "fattore forma" delle molecole olfattive e viene chiamata teoria della chiave-serratura. Questa teoria arriva già da Lucrezio, che credeva che agli odori pungenti fossero associati atomi a forma di uncino dentellati, mentre a quelli dolci atomi lisci tondeggianti. Sostanzialmente si pensa che ogni molecola rimanga nel naso fin quando non trova un alloggiamento della propria forma.

La teoria "ondulatoria", uscita nel 1992 dalle ricerche del biochimico Luca Turin, si basa sul principio che ogni odore corrisponda a una lun-

ghezza d'onda, dunque a una vibrazione, e il naso e il cervello funzionino come uno "spettroscopio organico".

Parole

Uno dei problemi più significativi nel mondo olfattivo è la notazione, ossia il sistema di denominazione e classificazione utile per lavorare e anche per comunicare profumi, odori ecc.

Per descrivere e organizzare gli odori si sono succedute e scontrate varie teorie e classificazioni che hanno provato a formulare un sistema condivisibile; tuttavia, ancora oggi non esiste un vero e proprio vocabolario degli odori che sia universalmente condiviso, ogni profumiere ne ha uno proprio.

Il problema terminologico è anche collegato all'idea che più termini si hanno a disposizione, maggiore è la sensibilità agli odori, e conseguentemente più sviluppata è la capacità di riconoscerli e usarli. Per Sherlock Holmes, nel *Mastino dei Baskerville*, «ci sono settantacinque profumi che un esperto investigatore dovrebbe assolutamente saper distinguere», ma, a meno di non utilizzarli per professione o per passione, comunemente siamo in grado di riconoscerne molti di meno. Se vogliamo determinare e definire la qualità di un odore, spesso usiamo termini presi in prestito da altri sistemi sensoriali. Molte parole che si riferiscono agli odori sono concetti che appartengono al gusto (aspro, dolce, rancido, amaro, forte, delicato, buono e cattivo), al tatto (caldo, freddo, pesante, fresco), all'udito (armonico, melodioso) o alla vista (chiaro, vago, scuro).

Come scrive Guy Robert, uno dei più importanti esperti nel mondo di profumi, «siamo rimasti all'età in cui si trovavano i pittori quando i colori non avevano un nome: si diceva color sangue, color del cielo, colore della neve».

Le più frequenti categorie classificano le seguenti famiglie:

- etereo, canforaceo, muschioso, menta, pungente e putrido;
- dolci, acido, austero, grasso, acerbo, fetido (Aristotele);
- aromatico, fragrante, ambrosia, agliaceo, caprino o fetido, puzzolente o velenoso, nauseabondo (Classificazione di Linneo, 1756);
- 18 categorie fra cui: rosa e gelsomino, balsamico, vanigliato, canforato, citrico, eugenato, mentaceo (Classificazione di Rimmel, Ottocento);
- fragrante (di fiori), putrido, etereo (di frutta), bruciato, speziato (o piccante), resinoso (Classificazione spaziale di Hennig, 1916);

- floreale, balsamico, fruttato, empireumatico, commestibile, legnoso, agreste, repellente (Classificazione osmologica di Billot, 1962);
- etero, agliaceo, acerbo (frutta), rancido (grassi), bruciato (piretico), aromatico (piccante), floreale (fragrante), ligneo, muschioso, nauseante (H. Boelens, 1974).

«Quella stessa notte, prima da sveglio e poi in sogno, passò in rassegna l'immenso campo di rovine dei suoi ricordi. Analizzò milioni e milioni di elementi costruttivi aromatici e diede loro una classificazione sistematica... e ben presto poté cominciare a erigere le prime metodiche costruzioni olfattive: case, muri, giardini, torri, cantine, camere, stanze segrete... una cittadella interna fatta delle più deliziose composizioni di aromi, che si ampliava di giorno in giorno, che si abbelliva di giorno in giorno, costruita alla perfezione».

Materia olfattiva

L'idea che un materiale abbia un suo odore e che queste qualità possano diventare elemento architettonico ha sedotto da sempre molti architetti. Alcuni di loro hanno avuto nei confronti dell'odore dei materiali un comportamento esattamente uguale a quello che avrebbe avuto un profumiere.

Un abile progettista di spazi odorosi è Gaetano Pesce, da sempre sperimentatore di dimensioni inusuali dell'architettura e dei materiali. La Casa di Bahia, ancora in costruzione, procede in quella direzione. Si tratta di sette padiglioni di dimensioni ridotte, realizzati in materiali inediti come, ad esempio, i muri in gomma. Dichiara lo stesso Pesce in un'intervista rilasciata per il catalogo della sua mostra *The Scents of Materials* del 2005 alla Triennale di Milano: «Sogno che i muri possano ondeggiare alla brezza del mare. E vorrei che esalassero un'essenza di ginepro, una delle bacche più diffuse fra la flora del luogo».

Nella Casa di Bahia, Gaetano Pesce sperimenta tre materie plastiche per i "mattoni": l'uretano, la gomma riciclata e la gomma naturale. Per eliminare il cattivo odore dell'ammoniaca impiegata per la lavorazione del caucciù, è stato introdotto nella miscela dello sciroppo di ginepro, il medesimo usato per curare il raffreddore.

In tal senso Pesce lavora molto su concetti estetici al di là della visione. Continua il progettista: «un oggetto di arredamento, infatti, non può accontentarsi di essere piacevole, proporzionato o corretto, ma deve assolvere alla funzione di suscitare un desiderio. Deve emanare profumo, deve indurre

al gesto di toccare, deve soddisfare la sensorialità. Evocare, suggerire pensieri che appartengono alla sfera più incodificabile».

Anche Steven Holl, che da sempre si relaziona al progetto di architettura considerando anche queste variabili, scrive nel suo volume intitolato *Parallax*: «L'odore della terra umida di pioggia, la *texture* mescolata con il colore e la fragranza delle bucce d'arancio, oppure la fusione di elementi freddi e duri come l'acciaio e il ghiaccio: queste cose formano il mondo dell'acquisizione tattile. Le essenze di un materiale, odore, *texture*, temperatura e tatto rinvigoriscono l'esperienza quotidiana».

Certamente nel rapporto con questi materiali, va considerato il mutamento nell'ultimo decennio del rapporto tra l'architettura e la sua durata. In questi edifici, che sembrano programmaticamente progettati per durare di meno, si introducono materiali più sperimentali, quelli che l'architettura della permanenza non aveva ancora considerato. Questo spiega la presenza di alcuni materiali come la carta nelle opere di Shigeru Ban, i tendaggi nelle opere di Petra Blaisse ecc.

Composizioni

Comporre con odori è un po' come scrivere un testo.

Riepilogando quanto già detto, esistono: "note principali", che sono quelle che per prime seducono un naso e rimangono più in memoria per il suo riconoscimento immediato, sono note "di facciata"; "note di corpo", che sono quelle centrali, strutturano il profumo e, come nell'edificio, sono "elementi portanti"; "note di fondo", che sono fissative, si occupano della durata e del tempo, come se si trattasse delle "finiture" che danno qualità e calore all'insieme.

Le differenti sostanze che si esprimono nel tempo di un profumo hanno un peso e una presenza differente e servono nella composizione a esprimere le dimensioni dinamiche di quella sensazione che si deve fissare nella memoria: dalle note più volatili dell'avvio a quelle più animali e resinose della fine.

Questa costruzione sintattica fa capire la ragione per cui spesso la letteratura è associata ai profumi, anzi la letteratura di ogni tempo è evocativa di un profumo in quanto spesso segue un medesimo stile.

La poesia di Baudelaire riporta nella cornice domestica l'atmosfera dei bordelli e come tale la passione di moda per i profumi grevi; Émile Zola associava i sensi intellettuali ed estetici (vista, udito) a quelli più istintuali ed erotici (tatto, olfatto); Huysmans faceva vivere al suo protagonista, Des Esseintes, allucinazioni olfattive al frangipane, che è associato ai tempi di Luigi XV.

Questo può dirsi anche del rapporto con l'architettura?

Uno dei più importanti nasi di tutti i tempi, Edmond Roudnitska, sosteneva che «la costruzione di un profumo è un'architettura, con le sue fondamenta, il suo sviluppo e il suo coronamento». E come per l'architettura ci sono delle regole statiche, sintattiche, strutturali, stilistiche.

Se si procede in termini di stile, viene in mente quanto il Barocco sia stato olfattivo, nel suo intendimento di comporre non solo forme, ma sensazioni, movimenti di aria e di odori dentro i suoi spazi curvilinei.

Come non pensare alle volute d'aria e alle spirali di raccordo tra i piani nella Casa dei Filippini di Lorenzo Borromini? La cultura barocca pose il problema della percezione al centro dei suoi interessi e non si occupò dei canoni di simmetria e di perfezione, ma perlustrò le potenzialità espressive della narrazione continua. Leggendo quanto Paolo Portoghesi scriveva sul Barocco – «in Sant'Agnese e in San Carlino la curva sbocca direttamente nello spazio urbano, la sua forza coinvolge lo spazio circostante e diventa frammento aperto di una oscillazione continua, punto in cui si rivela la vera natura dello spazio come mobilità e divenire» –, non si può non pensare a flussi di odori che disegnano le medesime volute e gli stessi spazi.

Un'altra sintesi tra architettura e olfatto avvenne durante il passaggio dall'artigianato all'industria, a cavallo tra XIX e XX secolo, attraverso l'utopia della *Gesamtkunstwerk*, dell'opera d'arte totale, promossa dai movimenti nazional-regionali di Nieuwe Kunst, Liberty, Jugendstil, Art Nouveau. In essi, il progetto avrebbe dovuto sintetizzare tutte le forme dell'esperienza, inclusa quella olfattiva, che sarebbe entrata nell'architettura attraverso tessuti e tappezzerie che foderavano gli interni. Laddove la seduzione olfattiva non fu ammessa in maniera diretta, la si evocò in termini formali, decorativi, come avvenne nell'alloro trionfale in bronzo (1897-1898) sulla cupola del Palazzo della Secessione a Vienna, di Joseph Maria Olbrich.

L'idea di “opera d'arte totale” prevedeva che tutto, fino all'ultimo dettaglio, non solo visivo, ma anche sensoriale, facesse parte del medesimo programma estetico. Si pensi che Henry Van de Velde, per la propria casa di Uccle, del 1895, era arrivato persino a disegnare la vestaglia da camera della moglie.

In questo panorama bisogna ricordare le opere di Antoni Gaudí, che riportava a una fluidità estrema che solo il Barocco aveva sperimentato, creando spazi interni morbidi, senza spigoli, fluidi per la circolazione dell'aria. Gaudí aveva lavorato da giovane su percorsi e grotte che portavano al sacro sito di Montserrat e doveva essere stato impressionato dall'odore di terra umida sprigionata sottoterra e dal suo movimento dentro linee fluide

e mai squadrate. Così giunse alle forme del Parc Güell a Barcellona, del 1900-1914. In *L'architettura moderna del Novecento* William J.R. Curtis racconta: «Nel parco si trovano grotte sotterranee da incubo, suggestioni di cupe radure di qualche foresta nascosta nelle profondità della terra e gradini che scorrono come lava. La terrazza principale è sostenuta da una sala ipostila retta da colonne cave in cemento, nel cui centro scorrono dei canali di drenaggio...».

Da lì a breve nacque il Cubismo, che con la sua scelta di fondere insieme astrazione e frammenti di realtà diede vita a un nuovo rapporto tra spazio e idea, tra materia esistente e le sue altre dimensioni invisibili, in grado di scardinare le forme canoniche e plasmarne di nuove.

Vernacolare, tribale, ipogea

L'architettura cosiddetta vernacolare ha un forte legame con le questioni olfattive per una serie di ragioni evidenti, come l'idea che essa sia fortemente compenetrata nella natura e nell'ambiente circostante, di cui solitamente ne impiega le materie per trasformarle in materiali da costruzione.

- Gli *igloo*, il cui odore è collegato alle lampade di steatite che servono a riscaldare gli interni, alle pelli usate per rivestire gli interni e al ghiaccio.
- I *teepee* degli indiani, affumicati dal fuoco centrale e rivestiti di pelli animali.
- Gli *yurta* dell'Asia Centrale, ricoperti con la lana e con i feltri delle proprie greggi.
- I *kraal* dei Masai, in rami piegati, coperti di sterco, argilla e materiale vegetale.
- Le *goatte* lapponi, in teli di lana, stoffe e pelli di renna, con un pavimento ricoperto in rami di betulla.
- Le costruzioni in *adobe* realizzate in terra cruda e sterpi.
- I *torchis* nel Camerun settentrionale, che sono granai concepiti come enormi orci fissi in argilla.
- I muri delle case in Burkina-Faso, intonacati con un impasto di terra e olio.
- Le case dei Dogon e quelle yemenite, in sabbia e terra, addossate le une alle altre per ragioni termiche oltre che strutturali.
- I *pueblo* messicani dall'odore di roccia.
- I camini delle fate in Cappadocia, dall'odore di tufo.

Memoria

Chiunque si occupi di olfatto prima o poi si trova a leggere del celeberrimo pasticcino *madeleine* di Marcel Proust, che nel libro *À la recherche du temps perdu* rievoca attraverso il dolce qualcosa di perduto: «ed ecco, macchinalmente, oppresso dalla giornata grigia e dalla previsione di un triste domani, portai alle labbra un cucchiaino di tè, in cui avevo inzuppato un pezzetto di *madeleine*. Ma nel momento stesso che quel sorso misto a briciole di biscotto toccò il mio palato, trasalii, attento a quanto avveniva in me di straordinario. Un piacere delizioso mi aveva invaso, isolato, senza nozione della sua causa. M'aveva subito reso indifferenti le vicissitudini della mia vita, le sue calamità inoffensive, la sua brevità illusoria, nel modo stesso che agisce l'amore, colmandomi di un'essenza preziosa: o meglio questa essenza non era in me, era me stesso. Avevo cessato di sentirmi mediocre, contingente, mortale. Donde m'era potuta venire quella gioia violenta? Sentivo ch'era legata al sapore del tè e del biscotto, ma lo sorpassava incommensurabilmente, non doveva essere della stessa natura. Donde veniva? Che significava? Dove afferrarla?».

L'olfatto funziona senza preavviso, senza possibilità di proteggersi, senza dover digitare alcuna password per accedere alle emozioni vissute. Le immagini olfattive, rispetto a quelle visuali, non invecchiano, rimangono intatte nel tempo e riaffiorano decenni dopo con la freschezza del primo giorno.

La memoria dell'uomo e degli animali ha diverse ripartizioni: quella *episodica* e quella *semantica*.

Per memoria *episodica* si intende il ricordo degli avvenimenti vissuti, per memoria *semantica*, invece, la capacità di riconoscere vari fenomeni e oggetti che vengono denominati attraverso il linguaggio. Nell'olfatto partecipano entrambi i processi mnemonici, anche se in maniera differente. Sentire un odore non necessariamente significa essere in grado di denominarlo.

Quando l'informazione olfattiva viene registrata due volte – percettivamente e linguisticamente – allora essa rimane indelebile, come sostiene anche una teoria chiamata della “doppia codificazione”.

Esiste un progetto di Clino Trini Castelli, con Frazer McKimm e Karin Schneewind, che si intitolava *Osmic Gate* e funzionava in termini di doppia codificazione. Si trattava di una porta e un percorso che dovevano segnare l'ingresso a un circolo del golf a Cambridge, che si basava sulla «idea di contaminare un luogo del culto golfistico con una icona odorosa che appartiene agli albori della Rivoluzione industriale, e per di più nel paese in cui quell'icona è venuta alla luce». Il percorso fu realizzato in legno

di pino norvegese, tagliato nelle misure standard delle traversine ferroviarie, e impregnato di creosoto. Il creosoto è un impregnante antitarmico che aumenta la resistenza del legno agli agenti atmosferici, ma è anche l'odore più iconico delle ferrovie di un tempo, in cui per l'appunto le traversine erano in legno. Nel progetto dell'*Osmic Gate* il segno olfattivo doveva essere al contempo rispettoso della tradizione, ma anche essere riconosciuto come portatore di valori innovativi.

Poiché l'odore è identità in termini biologici, ma lo è anche in termini semantici e simbolici, attraverso l'olfatto identifichiamo, memorizziamo e riconosciamo luoghi, persone ed eventi emozionanti. Si pensi ad Al Pacino nel film *Scent of a Woman*, nella parte di un ex soldato cieco e depresso, che balla un tango avvincente con Gabrielle Anwar dopo averne avvertito l'odore; oppure a quando, in *Apocalypse Now*, Robert Duvall, nelle vesti del tenente colonnello Kilgore, percepisce l'indelicato odore del *napalm* come odore della vittoria; oppure ad Andy Warhol, il cui odore preferito era quello della lobby del Paramount Theatre a Broadway.

Mediterraneo

Il Mediterraneo non sarebbe per sua natura e vocazione un confine per separare genti e culture, sebbene per ragioni politiche sempre di più lo stia diventando, ma un "mare solido", come lo definiva nel 2002, in occasione di una mostra in Triennale intitolata *USE (Uncertain States of Europe)*, il gruppo Multiplicity.

La solidità di questo mare è rinsaldata da legami millenari, impastati di mitologia, religione, guerre, scambi, storie, sapori, suoni e sicuramente anche odori.

In un lavoro sul Mediterraneo di Studio Azzurro, in collaborazione con Hermès, questo concetto è espresso dal vento – *anemos* – che dà vita all'arido. «Modella i territori, li prepara, li pulisce, sparge pollini, spore, traccia arbusti, trasporta alberi, li innaffia portando il calore dal sud. Il vento muove il mare e le sabbie, trasporta da una costa all'altra i codici di un DNA che è simile in tutto il Mediterraneo». Sono i venti, infatti, che «muovono i profumi della macchia, dei mirti, dei rosmarini, dei lentischi, dei gelsomini, tanto che dal mare si può sentire arrivare la terra prima ancora di vederla, così come dalla terra arrivano i profumi dei mari, diversi come i disegni che il vento forma su di essi».

Che le architetture mediterranee siano citazioni di imbarcazioni lo aveva certo raccontato Le Corbusier, ma che le imbarcazioni in navigazione nel Mediterraneo siano delle architetture lo racconta in *Mediterraneo Pre-*

drag Matvejević: «Dal catrame e dal suo pregnante odore era facilissimo stabilire dove si trovava il cantiere e di che tipo fosse. Il catrame si faceva con legno di abete vecchio o di pino; tagliati quando erano già esauriti e da loro più non colava, vicino all'intaccatura, il liquido di resina. Il tronco restava a lungo a cuocere o ad ardere finché alla fine restava una materia densa e scura. E anche questa veniva poi ripulita per togliere tutte le impurità residue. Non si può concepire la costruzione della più semplice forma di barca senza catrame (penso e mi riferisco sempre al catrame vegetale, quello minerale serve ai costruttori di strade). Il catrame impedisce che le tavole di legno, al caldo o all'umidità, fermentino come il vino, chiude le cavità e arresta la marcescenza. Viene altresì passato come un rivestimento sulle funi, soprattutto quelle più spesse, e sulle doghe delle botti. Vi si aggiunge talvolta del sego o della cera per stemperarlo. Si indurisce, cioè si solidifica facilmente e allora bisogna scioglierlo. Si ammorbidisce nel fuoco e insieme a dei rotoli di stoppa s'introduce nel fasciame e fra le costole della carena come fosse una medicina. Provoca una fiammata forte e odorosa quando si scioglie, lascia del carbone secco e leggero quando si brucia. Col catrame venivano curata la pelle e la gotta e, quant'è vero Iddio, anche certe altre malattie che i marinai contraevano nei porti del Mediterraneo».

Profumi ispirati al Mediterraneo ne esistono almeno quante poesie, racconti, film, canzoni dedicate ad esso: tantissimi, ognuno nell'ambizione di catturare l'aroma di una brezza marina, di un giardino d'agrumi, di un frammento di macchia verde-olivastra.

Non si finisce mai di aggiungere ingredienti al Mediterraneo, perché è una storia in divenire a cui non permettere di porre confine.

Non è possibile scrivere nulla di più poetico ed esaustivo di quanto sia stato già scritto sul Mediterraneo. È una letteratura sterminata e straordinaria. Non si può smettere di citare.

Odori di città

Ogni luogo ha un abaco di odori che gli appartiene a seconda delle stagioni, delle ore, della sua storia.

In un celebre libro di Oliver Sacks, dal titolo *L'uomo che scambiò sua moglie per un cappello*, l'autore scrive: «Si odora la gente, si odorano i libri, si odora la città, si odora la primavera». Le città odorano, e non nel senso degli odori metropolitani o dell'inquinamento, ma nel senso proprio di una essenza olfattiva, di una identità che talvolta in pochi riescono a riconoscere: città con odore di curry, città portuali con salsedine mista a

ruggine, quelle con odori ammuffiti e stantii, quelle dall'odore amaro di cavi bruciati.

Forse per questa ragione ci sono così tanti profumi con nomi di luoghi e città: *Paris, Un Jardin en Méditerranée, Un Jardin sur le Nil, Jaipur, Roma, 24 Faubourg...*

Sempre Grenouille, protagonista del *Profumo* di Patrick Süskind, si trova a un certo punto «Dinanzi all'area olfattiva più grande del mondo: la città di Parigi... Si mescolavano odori di uomini e di animali, esalazioni di cibi e malattie, d'acqua e pietra e cenere e cuoio, di sapone e pane appena sfornato e uova fatte bollire in aceto, di pasta e ottone lucidato, di salvia e birra e lacrime, di grasso e paglia umida e asciutta. Migliaia e migliaia di odori si condensavano in una poltiglia invisibile che riempiva i buchi dei vicoli, e al di sopra dei tetti si dileguava di rado, giù a terra mai».

Paul Valéry scriveva dei portici sottoripa di Genova, sottolineando la loro natura meticcica, multietnica, dal sapore arabo, dagli “odori concentrati, odori ghiacciati, droghe, formaggi, caffè tostato, delizioso cacao finemente bruciato dalla fragranza amara”.

New York è legata agli «odori dei venditori ambulanti con i loro hot dogs troppo grigliati e bretzel ricoperti di sale e di zucchero». La profumiera Laurice Rahmé ha studiato dei profumi ispirati a New York e ogni fragranza prende spunto da una determinata località della città: downtown, midtown o uptown, partendo dalle essenze specifiche di alcune zone della città.

Ma una città che ha sicuramente un rapporto imprescindibile con l'acqua e con i suoi effluvi è senz'altro Venezia.

Scrivendo Alberto Savinio in *Ascolto il tuo cuore, città*: «Venezia stasera si nasconde, ma io la riconosco all'odore. Odore: spirito della parte mortale degli uomini, delle cose, delle città. Ferrara è sorella in odore a Monaco di Baviera. Entrambe sanno di ceppo bruciato (...) L'acqua di Venezia ha un 'suo' odore (...) Si può amare Venezia per il suo odore, più che per qualunque altra sua ragione di amabilità».

Open 24 hours

Il geografo Luc Gwiazdzinski, studioso dei cicli notturni della città, scrive: «le nostre città possiedono un odore, compagno discreto che accompagna le nostre attività di giorno e di notte, durante le stagioni. Solitamente esso rimane dimenticato, ma qualche volta, senza preavviso, ricompare e in generale lasciandoci spaesati. Evocare l'odore di una città è descrivere un luogo di vita caratterizzato da un movimento incessante, da una promi-

scuità incontrollabile e necessaria, dove l'individuo tenta di ottenere uno spazio d'intimità personalizzato».

In uno dei suoi libri dal titolo *La Ville 24 heures sur 24*, Gwiazdzinski intervista Céline Ellena – un naso della famiglia Ellena, che vanta ormai qualche generazione di nasi e profumieri – sulla natura iconica di alcuni odori collegati ai luoghi. «La Défense possiede una firma olfattiva particolare, un po' minerale, neutra, propria di un luogo dedicato al lavoro terziario. Se invece si percorre il quartiere di Barbès, cosmopolita, e si entra nel grande magazzino Tati, il vostro naso sarà certamente sorpreso per i forti odori di spezie e di colonie aromatiche che emanano i negozi africani... quell'odore rassicura un gruppo di individui che ritrovano così una continuità culturale dentro lo spazio e il tempo. Che siano buoni o ammalorati, che siano inquieti o rassicuranti, questa carta d'identità del quartiere rappresenta la città intima e continua, che tocca le nostre emozioni». Ma la città ha anche dei ritmi e muta nel corso della giornata, quindi, al di là della propria identità, deve fare i conti con le attività, con le stagioni e con altri fattori che incidono sulla natura degli odori presenti: la mattina Parigi ha l'odore fresco di acqua lungo i bordi delle strade, di dopobarba appena spruzzati, di croissant dentro il metrò, mentre la sera cambia regime.

Di giorno o di notte un luogo non ha quasi mai i medesimi odori, perché cambiano il calore, le persone, le attività svolte. Tuttavia, le città aperte 24 ore su 24 hanno un eterno olfattivo che è inquietante quanto l'orologio del coniglio di *Alice nel paese delle meraviglie*, che segna costantemente la medesima ora. Sono luoghi a emozione costante, a controllo perenne... da cui fuggire. Gli odori, come la luce naturale, sono vettori risultanti da molte variabili che è difficile controllare completamente... la città sempre aperta non dovrà fingere un giorno eterno, ma seguire e assecondare i tempi e le qualità di ogni ora del giorno e della notte.

Uno dei profumi più celebri al mondo, *L'Heure Bleue* di Guerlain, fu pensato durante una sera d'estate «del 1912, mentre Jacques Guerlain tornando a casa si era fermato su un ponte sulla Senna. Nel momento stesso in cui il cielo perde il sole ma non sono ancora apparse le stelle, e tutti gli elementi di natura sono intrisi di luce blu. Un vero omaggio agli impressionisti, che Guerlain amava molto», scrive Mariangela Rossi nel *Libro del profumo*.

5. Corpi e distanze

Territorio e appartenenza

Il nostro territorio olfattivo è un'estensione del corpo. Colonizziamo lo spazio intorno a noi, proprio come fanno gli animali per marcare il territorio.

L'olfatto è il primo senso con cui iniziamo la perlustrazione del mondo. Sembrerebbe che la prima percezione sensoriale della nostra vita, prima ancora della nascita, sia un odore percepito nel liquido amniotico. Anzi addirittura che già lo sperma conduca il proprio odore all'uovo. Dunque, già nella placenta, quando ancora si funziona in una maniera un po' anfibia, si riesce a sentire l'odore materno, ossia della presenza più prossima, di chi nutre e protegge, della propria casa primaria.

Nel mondo animale questo è più esplicito: il legame tra genitore e figlio è inizialmente di tipo olfattivo. Questo odore rimane impresso nella memoria come traccia indelebile, come accade ad esempio ai salmoni nella loro spettacolare migrazione. Sembra, infatti, che essi memorizzino, già in fase embrionale, l'odore della polla d'acqua dentro cui sono state deposte le uova, e che attraverso l'olfatto risalgano le correnti per ritrovarlo: un orientamento olfattivo in acqua.

Gianni De Martino, nel libro intitolato *Odori*, si sofferma sulla questione spaziale dell'olfatto: «Collocato tra i sensi della distanza (della vista e dell'udito) e quelli del contatto (il gusto e il tatto), l'olfatto è stato considerato di volta in volta, o complessivamente, un senso animale, primitivo, istintuale, voluttuoso, erotico, egoista, impertinente, libertino, frivolo, asociale, contrario alla libertà (in quanto volenti o nolenti, c'impone le sensazioni penose), incapace di uscire fuori dal solipsismo originario della soggettività».

In tal senso l'olfatto occupa l'area intermedia della prossimità, della relazione sociale, della distanza e della prossemica, dell'abitare. La storia sociale degli odori è quella dei nostri modi di relazionarci con gli altri, con i loro corpi, con le loro abitudini alimentari, con i loro riti e profumazioni.

Pensiamo alle crociate contro il fumo passivo: chi fuma occupa la porzione d'aria di chi non lo fa, imponendo il suo spazio olfattivo agli altri. In termini speculari si può pensare che anche chi usa un profumo invasivo interferisca con i presenti. Anni fa ad Halifax era stato vietato l'abuso di profumo perché poteva provocare disturbo.

La situazione dell'odore dei corpi è molto complessa perché è collegata a molti fattori, tra cui l'alimentazione. Per questa ragione, pur nell'era della globalizzazione dei consumi, ancora abbiamo odori alquanto differenti. Tra i consumatori di burro, di oli animali, di soia e di curry il panorama olfattivo è ancora molto variegato e speriamo che rimanga un po' così.

Trigemino e le bussole olfattive

L'organo dell'olfatto non ha il monopolio della percezione degli odori, ma sono coinvolti altri due organi: il nervo trigemino e l'organo vomeronasale; mentre la direzione e l'orientamento sono legati ad altri due fattori: il naso umido e la bussola olfattiva.

Il naso umido è fondamentale perché in presenza di acqua le molecole si disciolgono meglio, rendendo possibile anche localizzare la direzione del vento e catturare meglio gli odori presenti nell'aria.

Il naso è anche una bussola perché, nell'osso etmoide, in corrispondenza della sella nasale, è localizzata una leggera traccia di ferro. Nell'uomo questa quantità è minima, mentre negli animali, come delfini, tonni, salmoni, piccioni viaggiatori e api, è in quantità molto più consistente e sembrerebbe svolgere una funzione molto simile all'ago della bussola che rileva il campo magnetico terrestre.

Oltre all'orientamento orizzontale, l'olfatto è interessante per la percezione della forza di gravità. Gli astronauti, ad esempio, perdono i loro sensi di gusto e olfatto, per via della congestione nel naso risultante dall'aumento di pressione capillare che, come nel cuore, deve lavorare contro il senso di gravità.

Inoltre, l'olfatto consente una percezione molto significativa dell'alto e del basso, perché la più alta concentrazione di odori si riscontra appena al di sopra del livello del suolo, una volta in aria gli odori si dissolvono in fretta.

Perché si possa percepire l'odore di una sostanza, questa deve sciogliersi in una soluzione acquosa che la membrana della nostra mucosa nasale sia in grado di assorbire. L'incessante flusso di muco si rinnova ogni 20 minuti e funziona come una specie di nastro trasportatore, catturando le molecole odorifere e coinvolgendo polvere, batteri e altre particelle.

Il nervo trigemino consente di percepire ad esempio odori pungenti come l'ammoniaca e solitamente si attiva sulle alte concentrazioni di odoranti, laddove l'apparato olfattivo, nonostante il forte aumento della quantità, praticamente non percepisce più odore. La sensazione dell'odore è, in parte, dovuta alla stimolazione del nervo trigemino. Accade per l'odore dell'ammoniaca, per esempio, allorché insieme all'odore acre si percepisce anche una specie di pizzicorino al naso. La fortuna di una bevanda come la Coca-Cola deve molto al piacere provocato dalla stimolazione del nervo trigemino; questo accade anche per alcuni cibi piccanti e alcuni profumi speziati.

Una caratteristica di questo organo è la sua sensibilità alla "dipendenza" per cui l'avversione può addirittura trasformarsi in predilezione. Come avviene con la cocaina, il fumo di tabacco, il pepe, il senape, il curry, lo zenzero, il cren e l'aceto, tutte sostanze che stimolano intensamente il trigemino.

Secondo il celebre naso Guy Robert: «Non esistono bravi o cattivi nasi, solamente persone appassionate degli odori e altre che non vi prestano attenzione. Tutti possediamo un naso perfetto. I migliori che ho mai incontrato? I bambini tra gli 8 e i 12 anni, che non hanno ancora il cervello inquinato e non sanno prima ciò che sentono».

Animalità

In un libro di racconti dedicato ai sensi, dal titolo *Sotto il sole giaguaro*, Italo Calvino definisce così la condizione animale dell'uomo collegata al naso: «E non facevo forse così quando la savana la foresta la palude erano una rete d'odori e correvamo a testa bassa senza perdere il contatto con il terreno aiutandoci con le mani e col naso a trovare la strada, e tutto quello che dovevamo capire lo capivamo con il naso prima che con gli occhi, il mammoth il porcospino la cipolla la siccità la pioggia sono per prima cosa odori che si staccano dagli altri odori, il cibo il non cibo il nostro il nemico la caverna il pericolo, tutto lo si sente prima col naso, tutto è nel naso, il mondo è il naso, noi del branco è col naso che sappiamo chi è del branco e chi non è del branco, le femmine del branco hanno un odore che è odore del branco, e poi ogni femmina ha un odore che la distingue dalle altre femmine... l'odore sì quello uno ce l'ha differente dall'altro, l'odore

subito ti dice senza sbagli quel che ti serve di saper, non ci sono parole né notizie più precise di quelle che riceve il naso».

L'olfatto è il senso più strano perché è animalità da un lato e sofisticazione dall'altro. Da Aristotele fino a Kant non si fece altro che compiere una svalutazione estetica dell'olfatto e si arrivò ai fisiologi, che considerarono il naso come semplice residuo evolutivo.

Per gli animali l'olfatto svela la presenza di un nemico, e può persino diventare arma di difesa, come nel caso della moffetta.

Gli animali vicini alla terra hanno un odorato migliore dei volatili, che sono quasi tutti anosmatici, ad eccezione del piccione.

Tra gli animali esiste una distinzione tra macrosmatici e microsmatici. I primi hanno un olfatto molto sviluppato e prevalentemente il naso umido, che consente all'animale di determinare la direzione del vento e localizzare così gli odori presenti nell'aria. I macrosmatici sono animali che vivono in prossimità della zona bassa, sia perché le molecole odorose sono più concentrate a terra, sia perché le sostanze si spostano soprattutto in direzione orizzontale e si attaccano agli oggetti.

Per la maggior parte dei mammiferi l'olfatto è assolutamente vitale, è questo il senso che utilizzano per trovare il cibo, per sfuggire ai predatori oppure per scegliere l'accoppiamento.

Gli odori sessuali sono usati dagli animali per attirare a distanza l'altro sesso, così come per segnare il proprio territorio.

Le storie sui comportamenti animali relativi all'olfatto sono numerose, tutte sottolineano quanto molti dei nostri comportamenti olfattivi sono ancora molto legati al nostro istinto animale. Soprattutto se si tratta di contesti di sesso, di guerra, di potere.

Ad esempio, la pantera, che è un animale profumato, si serve di profumo per cacciare, per "sedurre" la vittima, esattamente come avviene in maniera più celata, ma altrettanto esplicita negli umani. Oppure è in guerra che spesso è stato usato l'olfatto per identificare l'ubicazione delle macchine da guerra e del nemico, come accadde in Vietnam.

"Pet me"

Alcuni animali sono sempre vissuti in prossimità degli uomini, anzi per certi versi furono la prima fonte di riscaldamento delle persone e delle case. Tuttavia, la loro presenza era sicuramente contrassegnata da un odore animale che pervadeva gli spazi. Non si notava perché rientrava nel paesaggio domestico ancora privo di quelle nozioni di igiene a cui si arrivò nell'era moderna.

Si pensi quale concentrato olfattivo sia stato l'Arca di Noè: tutti gli animali esistenti in coppia, rinchiusi per giorni e giorni dentro la medesima stiva. Probabilmente la sopravvivenza e la possibilità del naufragio rendevano più tollerabile l'odore presenti.

La presenza degli animali nell'architettura fu altalenante: prima presenti, poi rinchiusi in stalle apposite, poi alcuni, cani, gatti e pochi altri tornarono e con loro arrivarono gli animali esotici dalle spedizioni (vivi o morti, comunque odorosi), poi nuovamente estromessi, per rientrare ai nostri giorni come veri abitanti.

Le stalle per gli animali furono coinvolte in tutte le trasformazioni più significative dell'architettura. Si pensi alla stalla del podere di Garkau, realizzata nel 1925 da Hugo Häring nelle vicinanze di Lubeca, un vero e proprio modello razionale e modernista di architettura per animali. Il centro della stalla era la tavola di foraggiamento per un toro e quarantuno vacche lattifere. Sopra la stalla era situato il fienile in modo che, attraverso una botola a soffitto, il mangime arrivasse direttamente sulla tavola. Per ottenere un'aerazione ottimale, il tetto era inclinato leggermente verso l'interno. L'aria calda ascendente veniva così convogliata verso il muro esterno, da dove usciva attraverso la feritoia continua fra parete e tetto.

Oppure si pensi all'allevamento di cavalli "San Cristóbal", commissionato dagli Egerström e costruito nel 1967 a Los Clubes, in Messico, da Luis Barragán con Andrés Casillas, con le scuderie intorno a uno stagno alimentato dal getto potente di una fontana.

Al di fuori degli ambienti domestici, i luoghi urbani delle bestie per antonomasia sono stati il circo e lo zoo, dove gli animali venivano esposti in un contesto spettacolare, e niente emergeva della loro vera natura se non l'odore.

Tra questi bisogna ricordare la Piscina dei Pinguini con le sue lingue in sottilissima soletta in cemento armato e la Gorilla House allo zoo di Londra, realizzata da Berthold Lubetkin e il Tecton Group nel 1934, e la Voliera di Cedric Price (1960-1963) nel medesimo zoo, realizzata con una struttura in alluminio, acciaio in tensione per creare una struttura leggera che desse il massimo di spazio per il volo degli uccelli.

Sport

I luoghi dello sport sono collegati alla traspirazione del corpo, alla sudorazione, alla tensione che si ingenera durante un'attività agonistica. L'odore di palestra è un'icona della memoria olfattiva dei luoghi del quotidiano alle prese con l'ossigenazione di un corpo in movimento e il ricambio dell'aria di un corpo in sudorazione.

La palestra del Collegio Maravillas a Madrid, del 1961-1962, di Alejandro de la Sota, costruita in un edificio che ha un lato contro la terra, prevede sul fronte libero un interessante gioco di circolazione dell'aria e del sole: sulla parte bassa c'è una griglia che incanala l'aria, la immette nell'interno e successivamente la fa fuoriuscire in alto dall'altro lato.

Anche il progetto di Salle Omnisports di Décosterd e Rahm è particolarmente interessante, perché colloca la sudorazione dei giocatori come parte di un ecosistema. Funziona così: il calore è prodotto da un sistema a riscaldamento solare convettivo, che riscalda la terra degli scavi per accumulare calore. Questo calore viene poi immesso nella palestra, calore e ossigeno vengono assorbiti dai giocatori, che sudando emettono anidride carbonica e vapore acqueo, quest'aria viziata si condensa sulle vetrate. Le piante collocate tra le doppie vetrate assorbono l'anidride carbonica dell'aria come pure la condensa con i sali minerali relativi. Questa fotosintesi clorofilliana permette la trasformazione dell'energia solare in sostanze nutritive, come pure la produzione di ossigeno necessaria per bruciare gli alimenti indispensabili ai giocatori per sviluppare energia.

Sarebbe divertente pensare a un sistema simile impiantato a Kinshasa, Zaire, nel 1974, durante il "combattimento" in cui Muhammad Ali sfidò George Foreman per riconquistare il titolo mondiale dei pesi massimi. Chissà che energia, chissà che dinamo energetica si sarebbe caricata, che ecosistema!

Ma all'odore sono anche legate le piscine, regno del cloro e dell'igiene. Ed è forse per questo senso di pulizia e salute che il Water Cube di Pechino, sede delle piscine che hanno ospitato le Olimpiadi del 2008, evoca esplicitamente la forma di gocce d'acqua intrappolate nella struttura. Gli architetti del PTW National Swimming Centre, coadiuvati dallo studio Ove Arup di Londra, hanno progettato un involucro che dà la sensazione di tensione superficiale tipica delle bolle di sapone.

E anche l'odore di gomma e benzina che brucia l'asfalto nelle corse automobilistiche. Un odore unico e pungente che garantisce con il suono l'effetto di corsa, anche quando le macchine sono lontane e non si possono vedere.

Attrazione e repulsione

Gli odori giocano un ruolo fondamentale nell'area dell'attrazione e della repulsione. Siamo inesorabilmente attratti da qualcosa che ha un odore che ci piace, anche se non ne conosciamo l'origine, mentre siamo respinti dagli odori sgradevoli anche se ci sono noti.

Il civetone ($C_{17}H_{30}O$) e il muscone ($C_{15}H_{28}O$) sono le sostanze che giocano maggiormente come ingredienti nei fenomeni di attrazione e repulsione. Entrambi provengono da zibetto e muschio, che sono di origine animale, confermando la strana contraddizione che da un lato fuggiamo il nostro odore perché considerato troppo “animale”, mentre dall’altro usiamo ingredienti che provengono proprio da quel mondo.

Tra i profumi, il muschio è quello che più si avvicina agli odori corporei naturali. Il muschio naturale è una secrezione proveniente da una specie di ghiandola situata tra le zampe posteriori del maschio di un piccolo cervide che vive in Cina, nel Tibet orientale e in Siberia, mentre lo zibetto deriva da una secrezione dell’animale omonimo; l’ambra, da una concrezione intestinale del capodoglio; il castoreo dall’omonimo animale.

I meccanismi di attrazione e repulsione sono in realtà molto complessi e comprenderli è ambizione di interi settori produttivi, per incrementare grosse fette di mercato.

Scriveva Oscar Wilde nel *Ritratto di Dorian Gray*: «tentò di scoprire le loro vere relazioni domandandosi perché l’incenso spinge al misticismo mentre l’ambra eccita le passioni, le violette risvegliano il ricordo dei morti amori, il muschio turba l’intelletto, la magnolia ravviva l’immaginazione».

Certo non c’è un rapporto così diretto di causa-effetto, tuttavia, ovunque si tentano esperimenti scientifici e commerciali che giocano sull’attrazione mediante gli odori. A Londra è stato condotto un esperimento con il 5-alfa-androsterone, uno steroide umano, secreto dagli uomini, rintracciabile nel sudore e nell’urina maschile, che somiglia ad alcune componenti delle molecole che compongono l’odore del legno di sandalo, considerato spesso un “afrodisiaco”. Questo steroide fu spruzzato sulle poltrone non prenotate di un teatro e si notò che le signore sceglievano inconsapevolmente di sedersi nei posti impregnati da quell’odore anziché nelle altre.

Un altro aneddoto esilarante è descritto da Diane Ackerman nel suo libro *Storia naturale dei sensi*: «Alcune signore alla moda di Manhattan portano un profumo che si chiama Pheromone e costa trecento dollari l’oncia. Nato dalle ricerche sulle sostanze emanate dagli animali per provocare attrazione sessuale, il profumo promette, per sottointesi, di dare alla donna un odore provocante e di trasformare uomini risolti in schiavi del desiderio. La cosa strana, a proposito dei vantii del profumo, è che il produttore non specifica quali feromoni vi abbia messo. Gli scienziati non hanno ancora identificato i feromoni umani, mentre conoscono, per esempio i feromoni del verro. L’idea che per le strade passeggi una generazione di giovani donne impregnate di ormoni di porco è bizzarra, persino a Manhattan.

Lasciatemi fare una proposta un po' piccante: liberare un branco di scrofe in Park Avenue. Mescolare bene con la folla di donne profumate di acqua di colonia Pheromone. Chiamare il pronto intervento».

Seduzione

L'odore è uno strumento irrinunciabile per la seduzione, che governa la straordinaria alchimia tra gusto e disgusto che spinge verso alcune persone e luoghi anziché verso altri. Esistono innumerevoli racconti, storici o leggendari, in merito al ruolo strategico di un profumo per sedurre e cambiare il corso degli eventi: la regina di Lemno, Caterina de' Medici, Isabella d'Este, Alessandro Magno, Napoleone... e una lista lunghissima di illustri hanno avuto un rapporto speciale con gli odori. Ma sopra tutti ci fu Cleopatra.

Tra i racconti su di lei, il più interessante è quello di Plutarco, che narra di come la regina d'Egitto fosse riuscita a sedurre Antonio andandogli incontro con una chiatta le cui vele erano impregnate di acqua di rose. «I venti erano perdutoamente innamorati... Dalla chiatta uno strano ed invisibile profumo colpisce i sensi dei moli adiacenti... Cleopatra si presentò a lui risalendo il fiume Cidno sopra una nave dalla poppa d'oro, che spiegava al vento vele di porpora e il cui equipaggio si piegava su remi d'argento al suono di un flauto accompagnato da lire e da cetre. Sotto una tenda ricamata d'oro, ornata come appare nei quadri Afrodite, giaceva Cleopatra; ai suoi lati, fanciulli simili agli "amori" agitavano ventagli, mentre bellissime ancelle, in abito di Grazie e di Nereidi, stavano chi al timone, chi alle vele. Soavissimi effluvi di mille profumi pervadevano le rive. Subito alcuni si misero a scortare la regina lungo le sponde, mentre altri scendevano dalla città per assistere allo spettacolo, e poiché anche la folla abbandonò la piazza, Antonio, assiso sul Tribunale, finì per essere solo».

La seduzione è un grande motore della creatività, e del desiderio. Non si capisce perché l'architettura si riferisca al corpo solo come metafora, oppure come riferimento formale, se non addirittura antropomorfo, senza invece recuperare gli aspetti più emozionali e seduttivi che corpi e luoghi sono in grado di suscitare.

Raramente l'architettura ha giocato sulla sollecitazione emozionale che un corpo provoca, sulla simpatia, sulla capacità anche dell'inanimato di sedurre.

Non c'era seduzione nel Modernismo, i nudi erano integrali, privi di ammiccamento. Si pensi al vetro trasparente di Casa Farnsworth di Mies van der Rohe a Plano, del 1946-51, o alla Glass House di Philip Johnson a New Canaan, del 1949. Il corpo è rivelato, integrale, nudista.

E si pensi invece a quanta seduzione c'è nella Curtain Wall House di Shigeru Ban a Tokyo, del 1995, con un angolo rivestito da un solo tendaggio, in grado di svolazzare, di farsi scoprire, di lasciare intravedere cosa accade in interno, senza palesarsi mai integralmente.

Sessualità

L'odorato non è un senso panoramico, della distanza, ma uno strumento della vicinanza, dell'intimità e della presenza fisica. Per questa ragione, insieme al tatto e al gusto, è un senso dell'erotismo.

Un corpo, infatti, oltre a essere ricettore di odori, è anche diffusore e questo duplice verso, questa reciprocità attiva più comunemente i rituali del sesso, del riconoscimento e dell'attrazione.

La scomparsa degli odori corporei sostituiti da altri odori, progettati nel loro effetto deodorante, ha in un certo qual modo estinto e dismesso alcuni odori iconici collegati a luoghi amorosi e a corpi eccitati. Scriveva Andrea Branzi in un articolo sulla rivista *Casabella* del 1975: «Il sesso condiziona l'esperienza spaziale, cioè la capacità di concepire quello spazio vuoto esistente tra noi e gli altri, e che è normalmente inteso come spazio architettonico, come medium sessuale, come luogo di libero scambio di messaggi e di relazioni o esperienze sessuali. Questo tipo di ipotesi, del resto sufficientemente elementare per essere vera, è ufficialmente assente nella storia dell'architettura».

I luoghi della passione erotica hanno sempre avuto odori, prima fisiologici, bestiali, poi sempre più sofisticati ingredienti di una messinscena del piacere. In tal senso Catullo è fonte inesauribile di metafore e aneddoti pieni di riferimenti olfattivi, come nella satira contro Rufo, a cui scrive: «Non ti meravigliare per il fatto che nessuna donna desideri, Rufo, porre la sua tenera coscia sotto di te nonostante tu la insidi con la seta più pura o con i doni di gemme tralucanti. Una diceria maligna ti sta certamente danneggiando: si dice che una capra selvatica viva nelle tue ascelle, ognuno ha paura. Non c'è da meravigliarsi poiché nessuna bella ragazza desidererebbe dormire con una tale orribile bestia. Pertanto, annienta questa crudele pestilenza nasale o smetti di meravigliarti sul perché tu vieni sempre schivato».

L'odore di alcova nei secoli diventa sempre più sofisticato e rituale più che naturale e animale, come nei racconti di Casanova, in cui il lavaggio del corpo della donna con acqua di rose ha solo valore estetico; come nello spazio erotico sadiano in cui l'odore è negato; come nella idiosincrasia di Alberto Savinio per una città il cui cattivo odore è come "l'afrore genitale in una donna che detestiamo".

Sono rari i casi di raffinati luoghi del sesso come i *boudoir*, che l'architetto torinese Carlo Mollino progettò tra il 1938 e il 1940 per sé e l'amico Devalle, per andarci con amiche e scattarvi delle foto. I materiali di questi interni sono vetro, specchi, alluminio, ma soprattutto legno curvato e imbottiture e tessuti che coniugano eclettismo e rigore personale in una singolare atmosfera di erotismo e sensualità: riflessi, velluti, corpi...

Antropologia

L'olfatto ha una forte valenza sociale per la sua capacità di mettere in relazione le persone, e antropologica per la sua capacità di osservare i comportamenti umani in merito al proprio odore e a quello degli altri. Odori tribali, odori animali e odori sociali hanno il medesimo mandato: quello di riconoscere e identificare i membri appartenenti alla medesima tribù, corporazione, branco e decidere chi è simile e ha diritto di "famiglia" e chi emarginare.

Anche le distanze tra i corpi sono regolate da valutazioni olfattive che cambiano da una cultura all'altra. Ad esempio, la prossimità all'odore di qualcuno è tollerata in misura della intimità tra chi emana e chi annusa, ma le medesime condizioni in altre culture possono essere accettate senza problemi.

Nel 1890 Rother descriveva così i saluti della gente della collina di Khyoungtha in India: «Il loro modo di baciarsi è strano; invece di premere labbra contro labbra, applicano la bocca e il naso alla guancia e inalano fortemente. Nel loro linguaggio non dicono "dammi un bacio" ma dicono "odorami"».

Gli odori condizionano anche l'ergonomia e la posizione del corpo negli spazi e viceversa.

Si pensi alle differenti sedute, a terra o su una sedia, che contraddistinguono le differenti posture in Oriente e in Occidente. Si valuti a come cambi la percezione dell'aria e dei relativi odori relativamente all'altezza della camera: a pochi centimetri da terra l'uomo orientale ha un rapporto con l'odore che a quasi un metro da terra l'uomo seduto occidentale non può avere. Il primo si troverà immerso negli odori pesanti che si muovono quasi orizzontalmente al suolo, respirerà l'odore sprigionato da un *tatami*, oppure da un tappeto sui cui camminare scalzi; mentre il secondo godrà di una temperatura più calda e di un'aria desaturata, ma sicuramente priva di alcuni ingredienti olfattivi.

George Orwell

In un celebre libro di William I. Miller, dal titolo *Anatomia del disgusto*, c'è un riferimento al senso dell'olfatto in George Orwell, non solo nei suoi testi, ma anche nella sua vita personale. Secondo Miller, fu Orwell (e anche Jonathan Swift) «il vero poeta del disgusto del XX secolo», e non i vari autori come Jean Genet e George Bataille, che scrissero di pornografia, sadismo, sessualità, trattando questo tema con una certa autoindulgenza.

Nella sua vita Orwell fu incessantemente tormentato dalle cose brutte e da quelle puzzolenti, forse più come reale disgusto che come sentimento morale. Orwell sosteneva che il disgusto reale, quello indotto da corpi che non si lavano, che vivono in promiscuità, che puzzano, o che per lo meno odorano in maniera diversa dalla nostra, «sbarrava la strada al successo del socialismo».

«Il punto cruciale è che il cattivo odore è una barriera insuperabile». In effetti se si pensa alla sensibile differenza tra gli stili di vita igienici e alimentari delle classi borghesi e operaie dell'inizio del Novecento, non si può non immaginare le difficoltà di Orwell ad accettare un socialismo rivolto a principi di uguaglianza *tout court*. «L'odio di razza, l'odio di religione, differenze di educazione, di temperamento, d'intelletto, perfino differenze di codice morale, possono essere superate, ma la ripugnanza fisica non si può superare. Potete avere dell'affetto per un assassino o un sodomita, ma non per un uomo dall'alito fetido, abitualmente fetido intendo».

Con molta facilità si sono liquidate le analisi di Orwell come ingenue, ma quello che conta è che hanno alla base invece una grande verità, ossia che esistono dei collegamenti tra le emozioni e le differenze, culturali, razziali, sociali.

La discriminazione olfattiva è inscritta nella storia dell'umanità e nell'esperienza dei luoghi. Si pensi all'istituzione delle classi nei mezzi di trasporto: treni, navi o aerei. Si provi a immaginare cosa doveva essere la stiva di un transatlantico che andava nelle Americhe all'inizio del Novecento.

Orwell sapeva bene che l'odore ufficiale era un elemento dipendente dell'essere in fondo alla struttura sociale e al contempo indipendente dalla verità del proprio odore, per questo rimase per tutta la sua vita combattuto tra il suo snobismo, da un lato, e il suo socialismo, dall'altro.

I gusti olfattivi condizionarono la sua identità: «È facile per me dire che voglio liberarmi delle differenze di classe, ma quasi tutto ciò che penso e faccio è il risultato di differenze di classe. Tutte le mie nozioni – del bene e del male, del piacevole e dello spiacevole, del buffo e del serio, del

bello e del brutto – sono essenzialmente nozioni piccolo-borghesi... Per tirarmi fuori dal brutto affare classista devo sopprimere non solo il mio snobismo personale, ma anche quasi tutti gli altri miei gusti e pregiudizi. Devo alterare me stesso così completamente che alla fine non sarei più riconoscibile come la stessa persona».

Anche Somerset Maugham, alla fine dell'Ottocento, ha riflettuto sul ruolo degli odori corporei nella democrazia, descrivendo una scena in cui un ufficiale cinese di alto grado si siede dopo una cena per parlare con il più tormentato degli schiavi, da uomo a uomo, come due esseri uguali, in un modo raramente riscontrato nell'Occidente: «Ora i cinesi vivono tutta la loro vita in prossimità di odori molto sgradevoli. Essi non li notano. Le loro narici sono smussate agli odori che assolvono gli europei e così possono muoversi su una stessa posizione insieme con l'agricoltore, lo schiavo e l'artigiano. Mi arrischio nel pensare che il fondo comune delle imposte sia più necessario alla democrazia delle istituzioni parlamentari. L'invenzione della 'convenienza sanitaria' ha distrutto il senso di uguaglianza degli uomini. Essa è responsabile dell'odio di classe molto più del monopolio di capitali in mano ai pochi. È tragico pensare che il primo uomo che ha tirato il tappo del gabinetto con quel gesto negligente ha suonato il rintocco funebre della democrazia».

Ora d'aria

Nei lunghi mesi di reclusione nel nascondiglio di Amsterdam, Anne Frank stava sotto la finestra a sniffare l'aria fresca che arrivava attraverso la fessura. Era il momento di libertà sublimata che la bambina poteva concedersi.

Non è un caso che si chiami "ora d'aria", l'unico momento che i detenuti hanno per uscire dalle loro celle e muoversi in uno spazio più ampio, magari all'aperto.

In un mondo recintato, di limitazione della mobilità, di prossimità forzata e di durezza olfattiva, fa sorridere pensare all'insistenza di Sade, detenuto alla Bastiglia, che esigeva nelle sue lettere l'invio di ricchi odori.

Ma il carcere delle carceri, Alcatraz, esprime anche in questo isolamento totale il paradosso dell'aria.

L'isola di Alcatraz, situata nel centro della baia di San Francisco, è battuta costantemente dai venti e circondata da correnti molto forti e fredde. Forse per questa ragione venne utilizzata, fin dalla metà del 1800, come postazione strategica per difendere la baia.

Il complesso fu dal 1860 una fortezza militare, e poi nel 1907 divenne un carcere militare. Ma è solo dal 1934 che venne trasformato in un penitenziario federale.

La prigione consisteva di quattro bracci indipendenti tra di loro, ma nessuna cella dava direttamente sull'esterno. Le celle di isolamento erano nei sotterranei e i detenuti non svolgevano alcuna attività, se non i più "tranquilli". L'ora d'aria nel cortile, circondato da altissime mura, e la mezz'ora di refezione erano gli unici due momenti che i detenuti trascorrevano fuori dalla cella.

«La combinazione di odori – tagliente, aria salata, aromi di cucina dopo cena, e corpi traspiranti – ancora una volta mi lasciava leggermente nauseato. Non contava quanto tempo avessi trascorso dietro le sbarre, era sempre lo stesso, giorno dopo giorno». È una citazione di Joseph Paul Cretzer, un prigioniero del penitenziario di Alcatraz.

Oggi gli unici abitanti permanenti del penitenziario sono gli uccelli e le piante. L'isola di Alcatraz non ha più prigionieri, ma è il nido della più numerosa colonia di gabbiani sulla West Coast. Anche nei giorni affollati, gli uccelli superano in numero gli uomini. Quando gli uccelli stanno covando, alcune aree vengono chiuse per proteggerli. Una grande colonia di uccelli può anche produrre una discreta puzza che si può sentire già prima che la nave raggiunga il molo.

Alcatraz è guano, brezza marina, eucalipto, dolce odore sulfureo. Freddo di cella. Fumo di sigaretta, escrementi (W.C. in cella), sapone da barba. Odore di tensione umana, paura. Solitudine, prigione dentro la prigione. Celle identiche, ma la loro posizione e la relazione con le correnti d'aria le rendevano ambite, talvolta invivibili. Lontano la vista di una città irraggiungibile, un'auspicabile vita, la normalità.

In un progetto del 1999 Petra Blaisse si occupò dell'ora d'aria dei detenuti del penitenziario di Stato di Nieuwegein, in Olanda. Blaisse fece realizzare una serie di giardini in cui conchiglie triturate, ghiaia e sabbia conferivano a ciascuno dei sei giardini una differente sensazione cromatica, tattile, sonora e olfattiva. Un camminamento in asfalto collegava i giardini tra loro, diventando, se visto dalle celle del penitenziario, un elemento grafico.

Atmosphere is my style

«Il mio stile è l'atmosfera», scriveva Joseph Mallord William Turner nel 1844 a John Ruskin in risposta al suo bisogno di bellezza in un mondo che il grigio squallore della civiltà industriale minacciava, a suo parere, di sommergere.

Atmosfera è anche il titolo di un libro di Peter Zumthor, tra i progettisti contemporanei che usano maggiormente la sensorialità come strumento di progettazione.

Nella sua idea di atmosfera come esperienza più complessa dell'architettura, non ci può essere percezione in assenza di corpo, senza la presenza fisica in un luogo.

La qualità dell'architettura è anche quella in grado di emozionarci, di colpirci con la "prima impressione". Si percepisce un'atmosfera attraverso la nostra sensibilità emozionale, che va molto più in fretta della parte razionante, e che ci conferma il senso di esistenza e di sopravvivenza insieme. L'atmosfera in grado di lavorare coerentemente verso l'emozione viene composta da molte sensazioni come la luce, i suoni, la temperatura, gli odori.

Si tratta di un approccio totale all'architettura e di un superamento della dimensione squisitamente formale a favore di quella esperienziale, che sia in grado di coinvolgere l'intero corpo.

In tal senso si sviluppano le opere di Zumthor, che sono capolavori non solo in termini di architettura ma anche di atmosfere.

Ogni edificio ha una propria temperatura ottimale, specialmente in termini olfattivi; Zumthor scrive: «quando abbiamo costruito il Padiglione della Svizzera per l'Expo di Hannover del 2000, abbiamo usato una grande quantità di travetti di legno. Così quando fuori faceva caldo il padiglione era fresco come un bosco, e quando fuori faceva fresco era dentro a essere più caldo, sebbene fosse praticamente aperto». In quella stessa opera la struttura è realizzata in legno di pino selvatico e larice, non stagionato, quindi ricco di resina che profuma l'aria e restituisce all'interno la sensazione di essere in un deposito per la stagionatura del legno, che è un'atmosfera indimenticabile per chi vive nei monti, e soprattutto iconica della Svizzera.

6. Secco e umido

Epidemie

Prima delle scoperte di Louis Pasteur, a metà dell'Ottocento, si credeva che l'aria fosse veicolo di malattie e, conseguentemente, che gli odori fossero manifestazione della sporcizia dell'aria.

Si può ripercorrere la storia delle fondazioni delle città, del loro orientamento e della loro urbanistica, considerando il loro rapporto con le epidemie.

Vitruvio riassumeva questo concetto nel suo trattato *De Architectura*, con l'indicazione di non costruire una città vicino a una palude perché «l'alito dei mostri che la abitano può infettare l'ambiente».

Le città greche e romane furono assolutamente impeccabili in merito alla qualità urbana che si poteva raggiungere a quei tempi. Fu con la città medievale che apparvero le prime complicazioni in termini di qualità e densità di popolazione.

Nel Medioevo si pensava che attraverso il respiro potessero entrare nel corpo malattie come la peste, cosicché lavorando sull'aria, anche semplicemente addolcendola, si pensava di poter battere la peste stessa. L'odore dolce fu considerato un antidoto, così per debellare i primi focolai delle epidemie veniva «ordinato di realizzare cataste di pini e abeti e altri legni profumati da bruciare per le strade – un falò per ogni otto case – e di mantenere vivo il fuoco sia di giorno che di notte. Periodicamente venivano gettati nel fuoco dei fiori di zolfo che miscelavano l'aria con densi ed acri fumi gialli che causavano lacrimazione, rinorrea e bruciore di gola». I medici, che erano costretti alla visita e alla cura dei malati, erano foderati fino all'ultimo centimetro di corpo: indossavano lunghi cappotti di pelle che venivano spalmati all'interno della cera di api al profumo di miele; portavano spessi guanti d'armatura; indossavano maschere curiose, dotate di un becco che veniva riempito di erbe fresche e di petali essiccati.

Durante la Morte Nera, nell'Europa del XIV e XV secolo, furono usate grandissime quantità di profumi, erbe aromatiche e *pot-pourri* nel tentativo di eliminare la peste nell'aria e di mantenerla lontana dal corpo. Anche nelle fiaccole venivano bruciate resine e gomme per profumare l'aria. Intorno alle case dei malati e dei morti veniva spruzzata un'ingente quantità di "acqua della peste", in cui venivano addizionate sostanze aromatiche, come a costituire un vero e proprio cordone sanitario e olfattivo. L'Eau de Cologne nacque proprio come "acqua della peste".

Durante la grande peste di Marsiglia del 1720, vennero fatte tre fumigazioni: la prima con erbe aromatiche, la seconda con polvere da sparo, l'ultima con arsenico e altre droghe.

Fu nel 1788, con la scoperta della varechina, che l'idea di disinfettare con i profumi venne soppiantata dalla chimica.

Erasmus e la nascita delle "buone maniere"

Se la storia degli odori è collegata anche all'evoluzione dell'educazione del corpo reale e sociale, una tappa fondamentale fu nel XVI secolo la prima pubblicazione del *De civilitate morum puerilium* di Erasmo da Rotterdam.

Il Trattato di Erasmo esercitò un'influenza significativa in tutta Europa perché venne concepito come un'opera "divulgativa" destinata a tutti, senza distinzione di ceto, né di regole, una sorta di manuale che andasse al di là delle culture e dei costumi, e che producesse regole universali per gli umani, in grado con esso di emanciparsi dalla propria condizione di miseria. Il bambino era il perno, era lui a dover essere educato come anello di congiunzione tra l'animale emotivo e l'uomo razionale.

Erasmus, con il suo Trattato, fu precursore di un nuovo standard di pudore e ripugnanza, sebbene le motivazioni igieniche in verità non furono frequenti nella sua opera. Le direttive presenti miravano anzi a liberare le funzioni naturali senza trattenerle, perché questo avrebbe potuto provocare malattie. Solo più tardi, soprattutto nel XIX secolo, queste indicazioni diverranno prescrittive, autentici strumenti di condizionamento che servirono a imporre il riserbo e la repressione degli istinti.

Il Trattato di Erasmo ebbe un influsso significativo sull'educazione del bambino, e conseguentemente sulle generazioni future. L'educazione indicata mirava a fare del comportamento socialmente desiderabile un automatismo, e a farlo apparire alla coscienza del singolo come un comportamento che scaturisse dall'interno per sua autonoma iniziativa, anzi per salvaguardare la dignità umana: principi che diventeranno dominanti con l'affermazione degli strati medi e borghesi.

Il libro di Erasmo si fondava, infatti, sul concetto che l'esteriorità del corpo fosse espressione del suo interno.

Nella *Civiltà delle buone maniere* Norbert Elias riporta alcune citazioni di Erasmo in merito alla liceità o meno delle emissioni corporee: «il fanciullo deve contenere stringendo le natiche le ventosità. Reprimere il peto prodotto dalla natura è proprio degli sciocchi che attribuiscono più valore alla civiltà che alla salute». Sempre Erasmo, nei *Diversoria*, si era occupato della differenza tra i costumi in uso nelle locande tedesche e in quelle francesi. Descrisse la stanza da pranzo di una locanda tedesca con «ottanta o novanta persone sedute una accanto all'altra, gente di ogni genere ed estrazione, di ogni età e di ogni provenienza. Il medesimo bacile di acqua serve persone e funzioni distinte: chi si lava i panni e li mette ad asciugare vicino alla stufa, chi si lava le mani, chi ci fa dell'altro, come se già l'acqua in sé potesse esser veicolo di igiene a prescindere dal suo grado di pulizia. Anche rispetto all'alimentazione l'aglio, alimento primario per coprire il tanfo di vivande prossime al marcio, è l'essenza primaria. Inoltre, l'ambiente è surriscaldato e tutti sudano... come ingrediente ultimo di questa sinfonia di olezzi».

Moralità

Diogene raccomandava: «Devi prendere coscienza che il buon odore che hai nella testa non sia collegato al cattivo odore della tua vita».

La convinzione morale che il Bene profumi e il Male puzzi ha radici precedenti alla morale borghese dell'Ottocento.

Sin dal XIII e XIV secolo la peste costrinse alla chiusura le più importanti case da bagno comunali d'Europa, così l'unica scelta fu quella di profumarsi in sostituzione dei quotidiani lavaggi, come era già avvenuto per gli antichi Egizi e i Micenei. Nel Medioevo furono le piante a proteggere, mentre i profumi divennero veicolo per i piaceri della carne. Quasi nessuno si lavava, né tantomeno nettava i propri indumenti.

Il Concilio di Trento (1545-1563) proibì i bagni pubblici in nome della morale. Ma questo non ebbe alcuna influenza sulla dimensione privata della pulizia: l'aspetto personale continuò a seguire un percorso di pulizia e conseguentemente portò all'aumento del consumo di prodotti per lavarsi.

Nel XVIII secolo le corti francesi erano pulite solo in apparenza, e tutto veniva imbiancato da una cipria che veniva strofinata ovunque, persino sulle parrucche. Le spese della corte di Versailles per questo genere di articoli erano enormi, molto più che per il cibo, e quelle di Joséphine de Beauharnais erano la gioia dei cronisti delle gazzette.

Solo quando la gente iniziò a credere che anziché il diavolo si trattasse di bacilli e microbi, il processo di civilizzazione subì un'accelerata.

La Parigi dei grandi lavori di Haussmann incarnò l'idea di purificazione igienica e morale insieme. Non è un caso che il piano prevedeva tanto il riordino del “sopra” della città quanto del “sotto”.

Utopie e igiene

Il 14 febbraio 1790 fu una data critica per la storia dell'igiene: Jean Noël Hallé, che divenne quattro anni dopo il primo titolare della cattedra d'Igiene Pubblica istituita a Parigi, compiva il primo rilievo olfattivo degli argini della Senna per comprendere lo stato di degrado del luogo. Da lì a breve la questione della fogna, dello smaltimento dei rifiuti e degli escrementi divenne tema di dibattito non solo in Francia ma in tutta Europa, e soprattutto oggetto di progetti grandiosi e talvolta utopici.

Il vero timore, tanto degli igienisti quanto degli utopisti, erano però le epidemie causate dal fetore che regnava ovunque. In molti paesi gli igienisti riuscirono a combattere l'enorme puzzo di città, ospedali, carceri, abitazioni, realizzando progetti grandiosi: costruirono reti fognarie coperte, installarono ventilatori e mantici, chiusero fabbriche, dotarono gli ospedali di “commode” con vaschette estraibili, trattarono i cimiteri con sale, calce e acido cloridrico, svuotarono i pozzi neri, stabilirono regolamenti per i lavoratori delle fogne, prosciugarono paludi fetide, fecero intonacare, stuccare e dipingere pareti, soffitti e travi del tetto per proteggersi dai miasmi esterni e persino applicarono vernici “antimefitiche” ai mobili. Organizzarono inoltre i primi presidi sanitari territoriali a livello municipale.

Uno dei temi più ricorrenti fu la deodorazione dei luoghi affollati, che consisteva nel controllo dei flussi, nella circolazione dell'aria, nel suo governo e nell'aerazione di tutti gli spazi in modo che non vi fosse ristagno.

Si inaugurò così una nuova stagione di studi sulla ventilazione, a opera di Tredgold in Inghilterra e di Arcet e Pécelet in Francia. Il centro delle loro ricerche era una stanza ermetica per curare i malati di tisi, evitando che questi facessero dei lunghi soggiorni lontano da casa. Una camera sarebbe stata trasformata in una serra climatizzata in cui i camini venivano chiusi, le finestre sigillate e le aperture delle porte limitate. Il medico d'Arcet arrivò nel 1821 a un progetto di cucina in cui il tiraggio era tale da non dover richiedere una ventilazione attraverso apertura di porte e finestre. L'utilizzazione dei venti, l'impiego delle macchine, soprattutto il mantice e la ventilazione forzata indirizzata verso una fonte di calore, trovarono larga applicazione pratica. In realtà, il ventilatore da latrine, destinato a rendere

inodori gli svuotamenti, restò, almeno nella capitale francese, l'unico apparecchio con una certa diffusione.

Nel 1844 Tony Garnier sognò di edificare un vasto complesso industriale destinato al trattamento delle urine, e propose di battezzarlo "ammoniapolis".

È importante in questo contesto comprendere come la Rivoluzione industriale modificò l'odore delle città e dell'architettura.

Appartiene a quel periodo più che ad altri il valore morale del profumo, nell'equazione secondo cui chi è moralmente sano è anche profumato e, viceversa, chi puzza deve occupare nella scala sociale il posto più prossimo alle bestie. Ancora oggi ci trasciniamo il pregiudizio che chi è in costante contatto con i cattivi odori sia nella scala delle categorie professionali in basso: gli addetti alle fogne, il personale di pulizia dei bagni, gli operatori ecologici, i lavoratori agricoli.

La casa borghese

La separazione tra spazio pubblico e privato nella scala urbana si pose come questione irrevocabile dopo la Rivoluzione Francese, mentre giunse più lentamente negli interni domestici a seguito di una serie di trasformazioni che erano iniziate nei secoli precedenti con il mutamento del ruolo del bambino, della donna, dell'igiene, del costume e della morale.

Dismissa la promiscuità medievale e la distribuzione "a cannocchiale" delle regge europee, la casa dell'Ottocento fu un labirinto di privazioni e privatezze: visive, per ripararsi dagli occhi indiscreti ed esterni al nucleo familiare; sonore, per trattenere le voci della solitudine descritta nei diari segreti; olfattive, come epifania ipocrita di un mondo perfetto.

Fu la promiscuità a essere combattuta, quella funzionale come quella olfattiva: un odore per ogni stanza, senza che si mescolassero. L'abolizione del miscuglio olfattivo allontanò i luoghi della preparazione alimentare da quelli del nutrimento, sbarrò le porte del bagno e dei gabinetti, separò gli odori organici da quelli decorativi. E questi ultimi, all'interno degli spazi privati, produssero una nuova estetica dell'odorato.

La casa era ancora troppo poco illuminata ed erano presenti troppi tessuti che la rendevano una spugna impregnata di odori. Sebbene fosse disimpegnata da corridoi, scale, strettoie, l'aria non circolava a sufficienza per aerare, e l'odore si annidava nelle nicchie per restarvi per sempre. Alla fine del secolo la dimora borghese puzzava ancora di odori residui e stagnanti, che mal si conciliavano con le intenzioni sociali di pulizia e igiene.

Le camere seguivano un protocollo olfattivo che doveva raccontare molte qualità di chi vi abitava. La casa dell'inizio del secolo ebbe una distribuzione degli interni che fu il risultato delle regole morali dell'Ottocento: una casa di corridoi bui, di stanze chiuse dentro altre stanze, dietro porte serrate.

Governatrice indiscussa della casa fu di certo la donna, che del privato divenne garante, ma anche prigioniera. In questo contesto la questione degli odori diventava misura del pudore e della moralità. Venne ridimensionato l'uso del trucco per le signore moralmente irreprensibili e analogamente negli ambienti domestici l'equilibrio tra odori prodotti e odori aggiunti seguì la medesima regola di sobrietà. Profumare e profumarsi doveva assolvere a una prassi igienica e non a un desiderio seduttivo. La rappresentazione della moralità diventava più importante della moralità stessa e la sua fisionomia ridisegnava lo spazio domestico.

La casa borghese resta ancora modello imperituro per molti, con i suoi tendaggi e copridivani a nascondere pudicamente le forme, con i deodoranti ambientali, col controllo dell'aria, con teorie pronte all'uso sull'ordine e la pulizia.

Secolo secco

Durante il Novecento diventò inequivocabile l'idea che pulire non fosse semplicemente lavare, ma sostanzialmente drenare: introdurre ossigeno mediante movimento. Il grande nemico era il ristagno che si veniva ad accumulare laddove la produzione era superiore alla capacità di smaltimento.

Il Novecento fu il secolo in cui si asciugarono gli spazi, mediante soleggiamento, deumidificazione, impiego di materiali duri e impermeabili.

Furono proprio le pratiche per asciugare, disidratare, impermeabilizzare, utilizzare materiali antitraspiranti, a far smarrire e diseducare alla presenza degli odori nell'architettura. Lo studio e la creazione di odori furono relegati alla profumeria e alle arti applicate, e tutto quello che rimase fuori dalle raffinate bottiglie da toilette venne etichettato come puzza, e quindi bandito.

“Luce e aria per tutti”, era il motto della lotta contro la tubercolosi che gli architetti riuniti ai CIAM (Congresso internazionale di Architettura Moderna) continuavano a ripetere. I progetti residenziali di edilizia popolare di quegli anni, dalle case unifamiliari a quelle medie e alte, erano rivolti al miglioramento delle condizioni igieniche degli abitanti, della luce naturale, dell'orientamento e della qualità dell'aria.

La conseguenza logica di tutto ciò fu la rinuncia ai blocchi chiusi a favore della costruzione a schiera, la sola tipologia che consentisse un buon orientamento di tutti gli alloggi.

Il Modernismo progettò la qualità dell'aria interna come strumento funzionale, e non come ingrediente poetico. L'odore dell'architettura non fu oggetto esplicito di interesse se non in rari casi, ma non per questo fu assente come percezione all'interno delle opere di quel periodo. Talvolta confermava il concetto dell'opera, altre volte invece spostava il centro percettivo rispetto al baricentro funzionale, creando poetiche inaspettate, interessanti o fuorvianti a seconda dei casi.

Viene sempre da chiedersi quanto fosse tollerato o voluto l'insistente odore di timo in alcune opere di Alvar Aalto o di Gunnar Asplund, quanto odore di Mediterraneo raggiungesse i tetti-giardino di Le Corbusier, quanto odore di agave e deserto bruciato si insinuasse nelle case di Richard Neutra a Palm Spring, e quanto odore misto di pneumatici, asfalto e brezza alpina si respirasse sulla pista volante in cima al Lingotto a Torino che l'ingegner Giacomo Matté-Trucco aveva fatto realizzare per collaudare le prime automobili Fiat.

Quello che è certo è che l'odore di un luogo esiste sempre, anche se vogliamo abolirlo. Anzi eliminarlo diventa un tale impegno progettuale che alle volte viene impropriamente trascurato nella speranza che non interferisca con il risultato. Il Modernismo, nella sua asciuttezza e disidratazione dei materiali e delle forme, giunse a un ideale talvolta asettico, da un'estetica clinico-medica priva di emozionalità e corporeità.

Ma il corpo in un luogo senza odori si smarrisce, perde una delle sue bussole fondamentali e si sente vulnerabile. L'urgenza di sentire l'odore dell'aria diventa non solo garanzia di controllo delle sue qualità, ma addirittura conferma di un intorno nel quale si è immersi.

Forse è per questa ragione che l'architettura contemporanea, alla ricerca di materiali umidi e con memoria olfattiva, sta introducendo i gel, che altro non sono che soluzioni colloidali di macromolecole in acqua, polpe, "tessuti-non-tessuti", oppure feltri, che altro non sono che lana o altri materiali lavorati.

Vapori e nebbie

Perché si possa percepire un odore è necessario che una sostanza si disciolga in soluzione acquosa in modo che la mucosa nasale sia in grado di assorbirla. L'acqua come diluente olfattivo è alla base di alcuni luoghi iconici nel loro rapporto con gli odori: acqua con salsedine di mare, acqua corrente di fontane, acqua stagnante di palude, acqua termale sulfurea... acqua di colonia.

I progetti contemporanei che prestano attenzione all'umidità dell'aria, e che anzi ne sottolineano la presenza in forma di vapore o nebbia, iniziano a essere parecchi, a sottolineare l'avvenuta emancipazione dall'idea che umidità sia veicolo di sporco e sinonimo di insalubrità.

Una delle prime opere con questa attenzione fu *Prospecta*, di Shoji Yoh, realizzata nel 1992 in Giappone. Si trattava di un cubo cavo, concepito come un osservatorio del paesaggio circostante. La natura era il soggetto da osservare e lo spettacolo naturale veniva coadiuvato da effetti speciali prodotti da una macchina che emetteva fumo, luce ed effetti musicali.

Anche l'artista Ólafur Elíasson, in *The Mediated Motion*, installata nel 2001 alla Kunsthhaus di Peter Zumthor, a Bregenz, sovrappose all'architettura in cemento e vetro rigorosamente ortogonale dell'architetto svizzero un'altra architettura, invisibile, attraverso l'uso di profumi, nebbia, acqua, piante e terreno.

L'architetto Ned Kahn realizza invece opere che mirano a mostrare la dimensione espressiva del vapore, delle nuvole, dei vortici d'aria, come l'opera *Infalling Cloud* al Rose Center for Earth and Space a New York, del 2000. Il *Cloud Rings* all'Exploratorium di San Francisco nel 1993 era invece il prototipo di una proposta per il Terminal aeroportuale di Providence, a Rhode Island, in cui si voleva restituire la sensazione di volare in mezzo alle nuvole. Un'altra opera, *Invisible Whirlwinds* (1987), al New Langton Arts di San Francisco, produceva invece un sottile tornado, creato usando dei ventilatori, pareti curve e un sistema di ventilazione esistente nella galleria. I movimenti alteravano le correnti d'aria e modificavano la forma del vortice.

Non poteva mancare un progetto di Steven Holl, tra gli architetti più attenti nel panorama internazionale alle questioni sensoriali e percettive, e autore della *Casa del Vapore* (1998), all'interno del Cranbrook Institute of Science. L'edificio è una sorta di esperimento su come si può vivere in un ambiente altamente umido, che fornisca all'organismo il quantitativo di acqua necessario senza bere, ma traspirando. È un luogo dove, mediante un ugello speciale, ogni goccia di acqua viene atomizzata, pressurizzata fino a essere talmente aerea, e non si condensa neppure sulle pareti o sugli abiti del visitatore.

Ma in assoluto il *Blur Bar* di Diller e Scofidio, per l'Expo di Ginevra del 2002, fu il progetto che segnò nell'immaginario degli architetti la soglia tra l'architettura materiale e quella immateriale. Si trattava di una struttura leggera che sorgeva dentro il lago, come una palafitta fatta da un esile reticolo di condotte d'acqua. La struttura era munita di un impianto che estraeva acqua dal lago e poi mediante gli ugelli posizionati sulle condotte la nebulizzava fino alla saturazione completa dell'intorno e alla

costituzione di una nuvola artificiale, che a seconda delle condizioni fisiche e ambientali – vento, temperatura, umidità – mutava la sua configurazione e consistenza.

Con questo edificio Diller e Scofidio espressero la possibilità di eliminare tutti gli elementi architettonici tradizionali, fino alla struttura, e di costituire un'architettura di sensazioni, di elementi impalpabili ma comunque immanenti, eterei, seppure presenti, come accade per il profumo.

Terme, bagni e saune

Le civiltà prima dei Romani conobbero certamente l'acqua corrente dentro l'architettura: condotti in terracotta portavano acqua nei bagni e l'acqua corrente passava sotto i lavatoi del Palazzo di Cnosso nel 2000 a.C.

I Romani, però, a differenza degli altri, pianificarono il drenaggio di intere città. Dentro le case l'acqua correva dai rubinetti, per il bagno scorreva nei condotti dai bollitori sulla sommità delle fornaci ed esistevano lavatoi individuali. Il riscaldamento era largamente impiegato mediante carbone trasportato di stanza in stanza; ma in aree fredde come la Britannia e la Gallia e per ville di campagna e bagni pubblici era usato l'*hypocaustum*, che consisteva in un pavimento sollevato su mattoni e riscaldato da fornaci sottostanti, che emettevano calore circolando sotto il pavimento.

La villa che l'imperatore Adriano si fece costruire nel I secolo a.C. è un esempio eloquente. L'imperatore volle riprodurre nella villa tutti gli edifici che più lo avevano colpito durante i suoi lunghi viaggi, oltre a un impianto termale che era suddiviso nei due complessi delle Piccole e delle Grandi Terme, le cui stanze erano mantenute sempre calde da un complicato sistema di riscaldamento.

Di pari celebrità furono le Terme di Caracalla a Roma: circondate da giardini e palestre, avevano una stanza circolare con soffitto a cupola, che era divisa in una sala calda (*tepidarium*) sotto la volta e in una stanza all'aperto con piscina (*frigidarium*). Il processo di lavaggio iniziava nell'*unctuarium*, dove le persone sceglievano gli unguenti e gli oli profumati con i quali venire massaggiati. L'aria, dunque, con un tasso di umidità relativa altissima, era fortemente odorosa.

Nella cultura araba gli *hammam* sono sempre stati luoghi profumati. Julia Pardoe, poetessa e viaggiatrice inglese dell'Ottocento, descriveva così l'*hammam* di Istanbul «Il pesante, denso, vapore sulfureo che riempiva il luogo quasi mi soffocava, le schiave indaffarate, tutto contribuiva a formare un'immagine che sembrava illusoria fantasmagoria». All'ingresso si veniva insaponati, poi strofinati, risciacquati e profumati. Dopo il bagno

ci si rilassava ai bordi della vasca, sotto la cupola, dove, tra i vapori sulfurei, si degustavano sorbetti e si fumavano tranquillamente lunghissime pipe dette *chibuk*.

Bagni turchi, saune, e impianti termali sono sempre stati collegati a un'idea di pulizia e salubrità in cui gli odori occupano un ruolo importante e balsamico.

I bagni termali progettati a Vals tra il 1990 e il 1996 da Peter Zumthor sono l'opera d'architettura contemporanea che più riprende l'idea di architettura termale, traducendola (un decennio prima di tutti gli altri) in un progetto straordinario. L'edificio rompe con la tradizione delle terme degli anni Venti, che erano concentrate sul principio di luce e aria ovunque. Le Terme di Vals sono appoggiate da un lato alla montagna e dall'altro sono aperte verso i monti, inquadratura privilegiata da tutte le finestre e le aperture. L'interno in pietra grigia locale è immerso nell'acqua, a varie temperature, a seconda delle vasche e dei vapori che da essa si sprigionano. Il corpo diventa tutt'uno con l'acqua, che sembra attraversarlo nel verso della purificazione. Le piccole stanze che ospitano le varie vasche hanno tutte un'enfasi sensoriale: temperatura (bollente e gelida), sonora (vasca del riverbero), olfattivo (vasca delle rose).

Ventilazione naturale e forzata: gli inizi

Come ventilare un edificio fu una questione centrale di tutta l'architettura del Novecento, ma differenti furono le modalità con cui i vari architetti cercarono di risolvere la questione. Da un lato, quelli che cercarono di prendere l'aria dal contesto esterno, e di convogliarla all'interno dell'edificio mantenendo le sue qualità olfattive e modificando unicamente temperatura e pressione; dall'altro, quelli che, in maniera un po' fobica, abolirono il rapporto con l'aria esterna qualora non fosse filtrata e veicolata artificialmente da sistemi tecnologicamente complessi, come i condizionatori d'aria.

Se si prendono in esame tre maestri dell'architettura moderna come Frank Lloyd Wright, Le Corbusier e Mies van der Rohe, ci si trova davanti a tre atteggiamenti molto diversi.

Wright fu quello che maggiormente considerò l'aria del contesto in cui le sue opere si inserivano come elemento progettuale. Le case di Wright furono prevalentemente costruite in ambienti naturalistici estremamente connotati, come Oak Park, dove realizzò le prime *prairie houses*, oppure Bear Run, dove incastonò per Edgar Kaufmann la celebre *Casa sulla cascata*, tra il 1935 e il 1939, o ancora la periferia di Los Angeles, sulla linea dove la città incontra il deserto e si trovano boschetti di ulivi e di aranci

creati grazie all'irrigazione, come per la *Barnsdall House*, del 1917. All'interno i movimenti d'aria erano frutto di una minuziosa progettazione rivolta a riscaldare/rinfrescare la casa, ma anche a umidificare l'aria attraverso passaggi d'acqua, a farla respirare attraverso forature delle facciate appena sotto il profilo del tetto profondo.

Il rapporto di Le Corbusier con l'aria fu invece alquanto controverso. Da un lato articolò soluzioni di supporto alla ventilazione naturale, come l'impiego di *pilotis* a *Villa Savoye*, l'apertura del tetto per trasformare le stanze più in alto in camere ad aria come a *Casa Beistegui*, oppure con il camino di aerazione come sul tetto sull'*Unité d'Habitation*. Ma quando giunse alle macchine per la ventilazione forzata i risultati furono catastrofici. Nel 1929 Le Corbusier e Pierre Jeanneret furono incaricati di progettare, a Parigi, la *Cité de Refuge* dell'Esercito della Salvezza e costruirlo un edificio con una facciata in vetro, ermeticamente sigillata in corrispondenza dei dormitori, previsti dapprima per 900 ospiti e poi diventati 1.500. Ebbene l'inverno trascorse in un tepore piacevole per gli inquilini, ma le medesime stanze in estate si trasformarono talmente in un forno che Le Corbusier dovette accettare l'introduzione di sistemi di apertura e parziali *brise-soleil*, prima che la municipalità di Parigi gli chiedesse un risarcimento.

Fu Mies van der Rohe, negli appartamenti del Lafayette Park a Detroit, a integrare perfettamente i sistemi di aerazione forzata in un telaio appositamente progettato, collocato sotto le finestre, in maniera da offrire all'inquilino la scelta fra la ventilazione naturale controllata e l'installazione facoltativa di un condizionatore d'aria.

La rosa dei venti

L'architettura per l'olfatto è come una grande imbarcazione che reagisce ai venti, che si apre al libeccio diversamente che alla tramontana, che si orienta col sole e si chiude col buio.

Lo stesso Vitruvio nel *De Architectura* scrive in merito alla progettazione delle città che «fatto che sarà il giro delle mura, resta da fare la distribuzione del suolo di dentro, e la propria direzione delle strade, e de' vicoli secondo i giusti aspetti del cielo. Sarà propria la direzione, se si penserà ad escludere da' vicoli i venti; i quali se sono freddi offendono; se caldi, viziano; se umidi, nuocciono... Debbono dunque le strade essere tirate opposte alla direzione dei venti, acciocché quando questi soffiano, si frangano a cantoni dell'isole delle case, e ribattuti si disperdano».

Le medesime riflessioni si trovano in una intervista che Cedric Price rilasciò ad Hans Ulrich Obrist, raccontando di un concorso a cui aveva partecipato per la sistemazione di una zona nel West Side di Manhattan: «L'idea era che quella zona era l'ultima libera, lasciava passare l'aria fresca venuta dal fiume e quindi andava toccata il meno possibile... Ecco, il fiume Hudson ripulisce sempre e comunque. È un fiume di acqua dolce, avevo in mente la quantità d'acqua che si riversa nell'oceano. E i venti che soffiano da sud-ovest a ovest. Le condizioni erano ideali quindi per non metterci nulla. L'ultima cosa che volevo era rendere l'aria ancora più stan-tia, più statica con altre costruzioni».

L'aria entra nell'edificio attraverso finestre, porte, ma anche tendaggi.

Nell'architettura orientale è la tenda che mostra come l'aria attraversa l'edificio, ma anche la direzione del vento e le sue profumazioni.

In tal senso non può essere trascurato il valore della tenda nell'architettura contemporanea, che ha in Petra Blaisse una straordinaria interprete e sperimentatrice. Le tende di Petra Blaisse e dello studio da lei diretto, Inside Outside, lavorano infatti sul concetto che la tenda non è una cortina, una barriera, ma è una seconda pelle intelligente dell'edificio: una membrana che seleziona vento, sole, vista, udito, tatto e sicuramente aria. Colpì l'immaginario di molti, in occasione della mostra *Movements* a New York, nel 2000, trovarsi di fronte a una tenda gigantesca dalle dimensioni di un intero edificio, posta in esterno anziché all'interno, com'è consuetudine fare. Era un'operazione spettacolare, a cavallo tra *land art* e comunicazione, tra il macrodesign e l'architettura. Che si trattasse di più che una tenda fu palese subito, e qualche anno dopo, in occasione della partecipazione alla mostra *Skin*, al Cooper Hewitt Museum, Petra Blaisse spiegò inequivocabilmente la vocazione delle sue opere: non sono tende, ma pelle, traspirante e morbida, per le architetture di un millennio in partenza. La pelle progettata da Blaisse è iscritta nell'identità dell'edificio, ma è anche paesaggio con macrografici ammiccanti vegetali, come all'Illinois Institute of Technology in un progetto di OMA, o all'Ambasciata danese di Berlino nel 2000... ma è anche tenda acustica o di scena, come al Grand Palais di Lille (1994) e al Second Stage Theater (1998).

In facciata il vento diventa scultore nelle opere di Ned Kahn, che nella *Technorama Facade* (2002), per lo Swiss Science Center a Winterthur, creò una parete composta da migliaia di pannelli di alluminio che si muovevano nell'aria seguendo le correnti e disegnando il complesso *pattern* di turbolenze. Un comportamento simile avviene nel *Wind Veil* (2000) al Gateway Village, in North Carolina, dove la facciata di un nuovo parcheggio fu rivestita da 80.000 piccoli pannelli di alluminio, ancorati in modo

da muoversi liberamente nel vento. Dall'esterno, il muro sembra muoversi nel vento.

Un altro progetto, *Slice of Wind* (1996), del College of Engineering dell'Università del Colorado, a Boulder, prevedeva 10.000 dischetti che rispondevano al vento creando costantemente immagini digitali che cambiavano con il passaggio di correnti d'aria installate sopra l'entrata principale dell'edificio.

7. Realtà e riproduzioni

Confermare il reale

La sempre maggiore attenzione rivolta all'olfatto, negli ultimi anni, è dovuta sicuramente al contributo delle nuove tecnologie nella definizione degli spazi architettonici e dei luoghi del quotidiano. I media della comunicazione, che hanno stravolto le relazioni geometriche e temporali, quelle antropologiche e prossemiche di distanza e di vicinanza, hanno nei confronti della percezione olfattiva comportamenti alquanto singolari: da un lato sembrano non interessarsene, concentrate a potenziare le tecnologie del visibile e dell'udibile; dall'altro sembrano invece alla ricerca di una sua complicità per rendere immanente quello che in realtà non lo è.

L'olfatto, che è senso dell'evanescenza, dell'illusione, l'essenza dell'assenza, può prestarsi a diventare oggi misura dell'immanenza, della presenza, della realtà.

Si può pensare ad esso come a una sorta di sintesi tra il tatto e il gusto, in cui tanto le regole della meccanica quanto quelle della chimica entrano in gioco.

Ma la vera attualità dell'olfatto è riassunta in una frase scritta alla fine degli anni Ottanta dall'antropologo Franco La Cecla in un articolo pubblicato sulla rivista *Domus*: «una geografia di odori è possibile solo se si accetta che essi siano sfuggenti. Ci sono angoli di gelsomini senza gelsomini, affacci di anice senza anice, un tappeto fatto di trame di odori. La monotonia odierna del paesaggio urbano di odori è agghiacciante; automobili e velocità hanno ucciso le sfumature, le varietà, la possibilità stessa di fruire della natura dell'olfatto; i passeggeri in scatola hanno l'*arbre magique* che li esorcizza dalla città là fuori e i fumi "esausti" hanno ridotto il nostro codice nasale a un balbettio costipato».

Ed è proprio tra la materia e il suo odore che non sembra più esserci una relazione di causa-effetto come è stato finora, quella sorta di rapporto reciproco che li rendeva imprescindibili. Sempre più l'odore sembra diventare una decorazione, un allegato aggiunto a posteriori al fine di aumentare il coefficiente emozionale dell'esperienza.

La questione del rapporto luoghi-odori è al momento da considerare entro due posizioni fondamentaliste: la ricerca di un'autenticità a tutti i costi e quindi l'enfaticizzazione della natura-vera delle esperienze, rasentando talvolta l'ortodossia becera; il marketing emozionale dell'esperienza dei luoghi, che è un'ansia del mercato che divora l'architettura al fine di portarla a tutti i costi a una dimensione memorabile e straordinaria.

Vaniglia e vanillina

Per spiegare meglio il rapporto che intercorre tra una materia e il proprio odore, vero o presunto, può essere utile comprendere cosa è avvenuto nel mondo della profumeria con l'avvento delle sostanze di sintesi.

L'ingresso sul mercato delle molecole sintetiche fu inizialmente legato alla necessità di sopperire alla mancanza o all'estinzione di alcune materie prime, o semplicemente al loro costo.

Le prime molecole di sintesi nascevano come copie di sostanze originali, che dovevano emulare, come denunciano anche i nomi, sottolineando l'origine imitativa.

Una delle prime sostanze di sintesi fu la vanillina, fabbricata durante la *Belle Époque* da Wilhelm Haarmann, un giovane ricercatore di Holzmin-den, che per necessità doveva sostituire la vaniglia, di cui in maniera esplicita evocava il nome.

Nello stesso periodo le discussioni in tutti i settori coinvolti nel passaggio dalla produzione artigianale a quella industriale vertevano sulla relazione tra modello e copia. Ed è questo uno di quegli altri straordinari esempi in cui architettura, design e mondo degli odori si intrecciarono: il rapporto tra l'originale e il modello nelle discussioni seminali dell'architettura contemporanea tra Hermann Muthesius e Henry Van de Velde, tra Adolf Loos e i secessionisti.

Anche nel mondo dei colori, e dei materiali, il nuovo veniva legittimato solo se ossequioso dell'originale, solo se in grado di evocare la memoria di qualcosa che era già esistito. Il nuovo, *tout court*, non era previsto, non era ammesso.

Solo i più arditi progettisti, profumieri e imprenditori iniziarono ben presto a considerare le "copie" più interessanti degli originali e pertanto

come elementi a sé stanti, svincolati dalle matrici e più autonomi a possibili composizioni e contaminazioni.

La vanillina, come la bachelite, la luce elettrica, l'acciaio, il legno lamellare... divennero successivamente ingredienti più primari e versatili delle materie prime e in grado di avviare nuove formule e composizioni.

Nacquero così fragranze mai esistite prima, sostanze prive di connessioni con qualcosa di esistente, quindi prive di memoria.

In tal senso fu straordinaria l'opera di Aimé Guerlain, che nel 1889 creò il profumo *Jicky*, rompendo con la profumeria tradizionale. Guerlain non cercò di imitare la natura, di riprodurre il sentore delle materie floreali, ma volle fare nascere nuove emozioni. Una scelta audace in termini di preferenza della chimica anziché della natura: *Jicky* venne realizzato a partire dalle molecole di sintesi ed ebbe un odore che non rimandava a null'altro che a sé.

In questo gioco di originale e di copia, di contraffazione, va citato un esilarante ready-made di Marcel Duchamp, la *Belle Haleine: Eau de Voilette* (1921). Fu un ready-made in cui si usava una bottiglia di profumo Rigaud con etichetta e colore modificati. L'etichetta è un vero capolavoro: Man Ray fotografa Duchamp vestito da donna.

Mangiare gli aromi

L'industria degli aromi si occupa di produrre delle identità olfattive che implementino le esperienze nei luoghi, o che ne costruiscano di nuove. È un processo che per certi, versi negando il rapporto naturale tra luoghi e odori, ne esplora di nuovi.

Uno dei primi esperimenti fu inventato dai futuristi, che nella *Cucina Futurista* descrivevano un *Pranzo Oltranzista* in cui i convitati «non mangeranno, ma si sazieranno di profumi». Il pranzo sarebbe avvenuto in una villa le cui «porta-finestre, apribili elettricamente mediante tastiera sottoposta alle dita dei convitati, danno: la prima sulla massa degli odori del lago, la seconda sulla massa degli odori di un granaio e relativo serbatoio di frutta, la terza sulla massa degli odori del mare e relativa pescheria, la quarta sulla serra calda e relativo girotondo di piante odorifere rare scorrenti su binari. Sera d'agosto. Massima intensità dei profumi del paesaggio circostante, mantenuti fuori dalle finestre sbarrate come le chiuse di un canale».

«I convitati hanno ciascuno in mano un piccolo ventilatore a mano con cui ricacciare a volontà l'odore goduto nell'angolo munito di un potente aspiratore».

Qualche anno fa sono riemerse le medesime provocazioni, o avanguardie, chissà, dalla Spagna: il cuoco Ferran Adrià, nel suo ristorante più celebre, serviva le pietanze tra effluvi odorosi sprigionati da palloncini ripieni di odore (altra citazione); Martí Guixé realizzava un'installazione dal titolo *Pharma Food*, che prevedeva un sistema di nutrimento mediante inalazione.

Si tratta di esercizi di stile, ma anche di indicatori di trasformazioni in corso, sebbene come scrive Gianni De Martino in *Odori*: «Possiamo toccare il muro e inondare la stanza di luce, possiamo girare il termostato e creare l'estate, possiamo navigare su Internet e provare il delizioso caos di migliaia di incontri impalpabili e di coscienza espansa. Ma non possiamo rinunciare all'odore di rose, del pane e dell'amore. Il nostro è ancora il mondo del cibo e della bevanda, dello sterco e della morte».

Stati allucinatori e metaspazi

La capacità degli odori di veicolare visioni è già stata indagata, come ponte per raggiungere un altro mondo ultraterreno, ma quello che può essere interessante è anche la capacità degli odori di veicolare visioni a mezz'aria. Non è un caso che si dica "vision-aria" la capacità di vedere nell'aria, ossia di immaginare qualcosa che non c'è ora o qualcosa che non è qui.

Fumo, profumi, droghe sono sempre stati media allucinatori. Inalare particolari sostanze incide sulla memoria e sulla percezione degli spazi. Si tratta di vere e proprie allucinazioni olfattive da maneggiare con cautela.

Il Tempio di Apollo, annidato nello scenografico paesaggio montuoso di Delfi, era il più importante sito religioso del mondo greco, in quanto sede dell'oracolo: la Pizia, scelta per dare voce, come medium, ad Apollo. La profezia di Pizia avveniva il settimo giorno di ogni mese, escluso l'inverno, nella cella sotterranea del tempio. L'oracola seduta sul tripode, ipnotizzata e inebriata dai fumi degli oppiacei, reggeva un ramoscello di alloro sacro e un filo di lana collegato all'*onfalos*, la pietra sacra che simboleggiava il centro della Terra. Dal secondo millennio a.C. fino alla distruzione del Tempio di Apollo, avvenuta nel 394 da parte dell'imperatore Teodosio in nome del Cristianesimo, gli oracoli della Pizia avevano condizionato i destini politici, militari, civili e istituzionali dell'Ellade. Prima di emettere il vaticinio, masticava foglie di alloro che la facevano cadere in *trance* e poi, da dietro un paravento, farfugliava parole oscure che i sacerdoti s'incaricavano di decifrare; questi momenti di estasi erano probabilmente provocati dai vapori che scaturivano da un crepaccio, dalla masticazione delle foglie e dall'acqua della fonte Castalda. Callimaco, ne *L'olivo e l'alloro*, scrive: «La sede della Pizia è in mezzo agli allori. Canta d'allori e dorme sopra gli

allori». Si trattava quindi di allucinazioni provocate da esalazioni gassose, che però vaticinavano sul futuro e sull'immaginazione.

Anche Re Lear, nell'Inghilterra dei Tudor, recitava: «Dammi un'oncia di zibetto, mio buon farmacista, per addolcire la mia immaginazione».

A Sumatra, la resina *styrax* era usata dai guaritori *batak* per entrare in uno stato di *trance*, ma anche per confezionare le celebri sigarette di Java, di cui Baudelaire cantava: «il trasporto dello spirito e dei sensi».

Frazer racconta nel *Ramo d'oro* che nell'Hindu Kush la sibilla trovava la propria ispirazione accanto alla luce di un fuoco alimentato da rami di cedro sacro, sul quale la donna poggiava la testa – avvolta in un drappo – respirando profondamente. Ben presto veniva presa dalle convulsioni e cadeva a terra, sino a quando non rinveniva e pronunciava il suo oracolo.

Nell'isola di Madura, al largo della costa nord di Giava, ogni spirito ha il proprio medium tramite il quale comunica con i vivi. Per prepararsi a ricevere lo spirito, il medium – che è una donna molto più spesso di un uomo – siede con la propria testa su un incensiere per un bel po', prima di essere presa dalle convulsioni e cadere al suolo.

Il tabacco è usato dagli sciamani del Sud America per entrare nel mondo dello spirito. Non sono fumatori, sono mangiatori di fumo, che usano poi per soffiare sui malati, per scacciare gli spiriti maligni, per proteggere i raccolti. «Per raggiungere stati di *trance* e avere visioni che permettano loro di entrare in contatto con il soprannaturale ispirano boccate di fumo dalle loro pipe. Il tabacco serve insomma a nutrire gli spiriti che, a loro volta, proteggono gli esseri umani, in un rapporto di reciproca simbiosi».

Ma la vittima più poetica di allucinazioni e fantasie fu Don Chisciotte, che alla vista di Dulcinea esclama: «Quei traditori, non si sono contentati di aver trasformato la figura della mia Dulcinea, ma le hanno per di più tolto quella che è la caratteristica delle signore di alta condizione, cioè il buon odore che mandano, perché son sempre in mezzo ai profumi e ai fiori; e invece quando mi sono accostato a Dulcinea... m'ha tirato una tale zaffata d'aglio, che m'ha fatto venire il capogiro e m'ha avvelenato l'anima».

A volte ritornano: odorama e sinestesia

Esistono utopie che non vanno mai in disuso e ritornano con una certa ricorrenza, un po' come provocazioni, un po' come tentativo nella convinzione che sia la "volta buona" per avere successo.

Dopo la diffusione degli *home-theatre* e del *dolby surrounding*, non poteva mancare il ritorno dei cosiddetti *odorama*, ossia la possibilità di

proiettare film profumati in modo da rendere più immersiva l'esperienza dello spettatore.

Gli *odorama* nacquero nella cinematografia underground degli anni Sessanta attraverso i film di Yervant Gianikian e Angela Ricci Lucchi e negli anni Settanta con quelli più celebri di John Waters, come *Polyester*, che prevedeva la visione del film tenendo in mano un cartoncino che a seconda delle scene doveva essere grattato in modo da far emanare l'odore coordinato con la scena in corso. Gli *odorama* sono ritornati e in giro per il mondo se ne aprono di nuovi che al posto delle cartoline profumate, ospitano macchine in grado di produrre soffi di vento e nebbie, così come brezze profumate.

Le macchine di scena per enfatizzare l'opera teatrale e cinematografica mediante gli odori hanno anche radici più remote. All'inizio del secolo, fu costruito un "organo odorifero" che era suonato durante i recital organizzati alla Central Hall di Londra. L'idea è sempre la medesima: che gli odori possano influenzare le emozioni del pubblico.

Sempre negli anni Settanta nacquero alcuni progetti utopici di Superstudio, che periodicamente ritornano come provocazione, o come nostalgia, chissà. Collegati agli odori c'erano quelli della *Città 2000 t.*, un unico ininterrotto edificio, costituito da celle cubiche disposte le une sulle altre in un unico ordine. Ogni cellula confinava con l'esterno tramite due pareti costituite da un materiale opaco, ma permeabile all'aria, rigide ma soffici al tatto. Una delle pareti emetteva immagini tridimensionali, suono e odore; mentre la parete opposta era occupata da una sedia che aderiva perfettamente a qualsiasi corpo umano fino ad avvolgerlo completamente. Ogni unità abitativa incorporava apparati capaci di assolvere necessità fisiologiche, alimentari, escretorie e sessuali. La sostanza membranosa che formava questo apparato, quando non era in funzione, si ritirava insieme ai suoi accessori ricomponendo la parete. Il soffitto, costituito da un unico schermo, fungeva da ricevitore di impulsi cerebrali, che venivano poi trasmessi a un analizzatore elettronico, il cui compito era comparare e mediare i desideri dei singoli, in modo da mantenere i cittadini in condizioni di eguaglianza.

Ubiquità

Se analizzassimo in profondità i desideri umani, le vere aspirazioni dell'umanità e dei singoli individui, scopriremmo che sostanzialmente non sono numerosi, ma pochi primari, da cui ne scaturiscono tantissimi altri.

Uno dei desideri più profondi e radicati è l'ubiquità, ossia la capacità di essere simultaneamente in più luoghi, in più contesti, in più realtà. L'ubi-

quità porta con sé anche la necessità di una sincronicità temporale, quindi della simultaneità delle esperienze in luoghi diversi. Dalla relazione ubiquità/simultaneità provengono gli impulsi più forti alle nuove tecnologie della comunicazione e non solo.

Scrivendo Andy Warhol nel 1975 in *From A to B and Back Again*: «l'odore è realmente un mezzo di trasporto. Vista, udito, tatto e gusto non sono così potenti nel riportarti interamente per un secondo da qualche parte».

In tal senso gli odori sono degli straordinari veicoli per viaggiare nel tempo e nello spazio, ma anche espedienti per abitare vari livelli simultanei di esistenza. Un odore porta in un luogo della mente differente da quello in cui sta abitando il corpo.

Inoltre, l'esperienza olfattiva ha la peculiarità di far vivere luoghi assenti, magari anche irreali, producendo però emozioni reali, reazioni corporee concrete, così come fa la memoria.

È una sorta di voyeurismo che consente ad alcuni comportamenti olfattivi un nuovo governo del desiderio e delle sue regole: l'odore dell'amata la rende più presente della sua fotografia, come nell'amore differito di Gustave Flaubert per Louise Colet.

In termini spaziali si tratta di essere in un luogo e respirare l'odore di un altro in modo che il secondo si sovrapponga in un certo qual modo al primo.

È l'esercizio più immediato suggerito dagli odori, come aveva colto Marcel Duchamp nel 1919 con *Air de Paris*, come provano a fare i profumi con il nome di un luogo, come ha fatto recentemente Martí Guixé con *Montserrat Olor* producendo l'odore locale della montagna sacra dietro Barcellona.

Progetti che mettono in forma l'ubiquità che l'olfatto può suscitare sono quelli dell'artista coreano Do-Ho Suh, che realizza architetture leggerissime, intangibili, ma reali. *Seoul Home* del 1999 ricrea in tessuto semitrasparente (seta, organza) lo spazio domestico coreano in modo da poterlo portare via, con sé, nei suoi viaggi, ospite sottile, architettura diafana dentro le case che abita altrove.

Iperventilazioni

Riprodurre il vento e le sue qualità meccaniche, termiche e olfattive è al centro di alcuni esperimenti e opere di architettura.

Non è una novità, se si pensa alle "fumarole" di Pantelleria, nate per sfruttare al meglio l'aria interna del vulcano, e ad alcune opere significative dell'architettura bioclimatica. Tuttavia, alcuni passi avanti nella gestione dei flussi hanno consentito di recente di sviluppare nuovi edifici di particolare interesse.

Una delle prime opere apparse in tal senso era stata la *Wind Tower* di Toyo Ito a Yokohama, del 1986, che convertiva la direzione e la velocità del vento, e l'intensità sonora del traffico, in impulsi elettrici per illuminare in maniera dinamica una struttura a torre.

Recente è la *Turbulence House* (2002) di Steven Holl in New Mexico, che si sviluppa attorno a un vuoto che i venti del deserto possono attraversare. L'abitazione, dotata di impianto a energia solare per la produzione di elettricità e di una cisterna per la raccolta dell'acqua piovana, ha un profilo che sbuca dal terreno come se fosse la punta immaginaria di un iceberg, che nasconde una massa assai più consistente.

L'idea del vento grande scultore appartiene senza dubbio a molti lavori di Renzo Piano, dai bocchettoni dell'aria in cima al *Centre Pompidou* a Parigi, del 1977, all'aeroporto internazionale di Kansai (1983) con le sue forme scolpite dal vento, al *Centro Culturale Jean-Marie Tjibaou* del 1993 in Nuova Caledonia. Ma forse la più iconica nel suo rapporto imprescindibile con la forza del vento è la Galleria del Vento del *Renzo Piano Building Workshop* a Maranello.

Rispetto ai suoi celebri predecessori, come la Galleria del Vento costruita ad Auteil da Gustav Eiffel, nell'opera di Maranello le gigantesche turbine non sono state inscatolate dentro blocchi industriali, ma sono lasciate a vista: un motore lungo 80 metri e largo 70. Il grosso tubo della galleria, appoggiato sulla collinetta, consente un doppio accesso alla camera di prova. I modelli da testare, fino alla scala 1:1, vengono sottoposti a un flusso di aria di alta qualità, turbolenza, angolarità e uniformità, generato da un ventilatore di 2.200 kW di potenza e 5 metri di diametro. Un tappeto mobile sincronizzato con la velocità del flusso d'aria evita l'effetto di strato limite tra l'auto e il suolo.

Pneumatico e gonfiabile

Il potere ascensionale dell'aria calda fu una delle grandi scoperte che servirono all'umanità per conquistare altezze irraggiungibili, per spostarsi velocemente, per "volare".

Fu scoperto in maniera empirica duemila anni fa nelle lande desolate del Perù meridionale, come testimoniano i disegni di figure gigantesche, lunghe anche 10-20 km, nella vallata del Rio Nazca, e rimase un'ambizione nel tempo che coinvolse molti scienziati e inventori, come racconta Benvenuto Cellini rispetto a Leonardo da Vinci, che sperimentava sulle rive del Tevere il volo ascensionale, gonfiando di aria calda le vesciche di animali morti.

Furono i fratelli Montgolfier a riempire d'aria calda degli enormi palloni e a riuscire nell'impresa di sollevarsi da terra e volare.

Usare l'aria come struttura fu possibile in edifici come i gasometri, che prevedevano una struttura metallica portante e una pneumatica interna che si dilatava e comprimeva a seconda della presenza o meno del gas.

Un progetto sviluppato in tal senso è quello del gruppo di giovani progettisti Breathing Design Team per il *Nam June Paik Art Center* in Corea del Sud, del 2004. Concepito come un polmone artificiale, dovrebbe svolgere diverse funzioni, tra cui quella di far circolare l'aria all'interno dell'edificio. L'involucro è una membrana collegata a dei pistoni, in grado di distribuire il carico uniformemente su tutta la parete mobile. L'insieme è controllato attraverso una serie di sensori artificiali, quali telecamere, microfoni, fotocelle sensibili alla luce, sensori all'umidità, al vento, allo smog, che forniscono informazioni a un software dedicato alla gestione dei comportamenti dell'edificio. Il controllo bioclimatico è gestito dal gonfiarsi ciclico dell'involucro esterno che, come un polmone, nei momenti di massima apertura, apre le valvole facendo entrare l'aria, e nei momenti di volume minimo la fa fuoriuscire.

Di recente le strutture pneumatiche o gonfiabili sembrano ritornate in auge in maniera significativa, perché conciliano alcuni problemi dell'architettura contemporanea come la temporaneità e le grandi dimensioni.

Sono state l'ambizione della perfezione, che la forma sferica consente, e la leggerezza della cupola a portare a quella che oggi si chiama *enflatable architecture*, che può essere riassunta da opere come l'*Allianz Arena* di Monaco, di Jacques Herzog e Pierre de Meuron, realizzata per i campionati di calcio del 2006. L'opera è strutturata da un involucro formato da 3.000 pannelli a forma di cuscino in EFTE. I pannelli in sommità sono trasparenti per far entrare la luce, ma anche i raggi UV, che aiutano il manto erboso a non seccare. Quelli invece in facciata sono traslucidi e ospitano nelle intercapedini degli spot luminosi che cambiano colore a seconda delle squadre che giocano. Ogni pannello è gonfiabile con aria deumidificata a diverse pressioni, per contrastare i carichi variabili del vento e della neve.

Desert Seal, progettato da Andreas Vogler e Arturo Vittori, è un prototipo presentato alla mostra *Safe*, tenutasi nel 2005 al MoMA di New York. Si tratta di una sorta di tenda, la cui forma e sezione sono studiate per pernottamenti nel deserto, in quanto permettono di risolvere i problemi di protezione dal sole e di ventilazione, fondamentali per evitare la disidratazione nelle regioni caldo-aride. Data la sua sezione a "L", la tenda ha un comportamento ottimale: durante il giorno, l'aria fresca sopra il livello di terra è spinta a entrare nella tenda attraverso un'apertura nella sommità; di notte, l'apertura cattura invece l'aria calda. Questa apertura, che agisce come un sistema di ventilazione naturale, è usata anche nell'architettura islamica tradizionale per la circolazione dell'aria. È singolare che questa microarchitettura abbia il massimo rendimento anche nelle condizioni opposte, ossia in zone artiche.

Incontri

I mulini a vento di Zaanse, Amsterdam **Petra Blaisse e Martin Gras**

L'invenzione nel 1596 di una manovella in grado di convertire un movimento rotatorio in un movimento in verticale fece di questa costa piatta e ventosa un fiorente centro industriale. Dal 1600 al 1875 il paesaggio era costellato da migliaia di mulini a vento che sfornavano i prodotti di trentaquattro industrie. Con l'energia prodotta dal vento gli olandesi riuscivano a segare il legno (con una velocità 37 volte più intensa che a mano) per le imbarcazioni che, sempre spinte dal vento, esploravano e colonizzavano territori in tutto il globo. Le ricchezze delle colonie – spezie, cioccolata, pigmenti – venivano poi spedite ai mulini che le lavoravano.

PETRA BLAISSE – È la fondatrice di Inside Outside, ad Amsterdam, studio di design di tessuti, del paesaggio e di spazi espositivi. I progetti di Inside Outside approfondiscono il concetto di confine tra interno ed esterno, architettura e paesaggio e l'effetto del movimento. Uno dei suoi ultimi lavori, in collaborazione con OMA, consisteva nel progettare il paesaggio e disegnare tendaggi e tappeti per la Seattle Central Library.

MARTIN GRAS – È il profumiere creatore di eccezionali fragranze del livello di *Cerruti 1881* e *Boudoir* per Vivienne Westwood. Ha studiato il rapporto dell'odore con la musica e il colore. Ha cercato sconosciute note boschive nelle siloteche di tutt'Europa e si occupa delle potenzialità per le fragranze dell'ingegneria genetica. Un suo recente progetto consisteva nel ricostruire le fragranze partendo da formule del Rinascimento.

MG – In questo mulino non c'è molto odore, il gesso non ha un granché di odore. Ci sarà più odore nel mulino delle tinture, ma il gesso non me ne dà altrettanto.

- PB – Ho avuto una reazione diversa. Il primo odore che ho annusato è stato il tabacco da pipa [*dell'addetto al mulino, Piet*], molto intenso, poi quello del gesso che si riesce a odorare perché è umido. Mi ricordo quando andavo a scuola e si scriveva ancora con il gesso sulla lavagna; c'è questo odore e l'odore del cancellino di feltro.
- MG – Ho fatto delle ricerche sui pigmenti nei dipinti rinascimentali per una conferenza su colore e odore. C'è un fiore il cui odore si usa in profumeria e il cui colore si usa per i pigmenti: è la ginestra, in francese *genet*. È un cespuglio pieno di fiori che si trova dappertutto in Francia. È il vero caso in cui colore e odore si trovano insieme. La ginestra si usa per i pigmenti da pittura e per tingere i ricami.
- PB – Le fabbriche di tinture e quelle di profumi spesso si assomigliano. Diresti mai che il profumo della ginestra è di colore giallo, che nesso c'è? Invece viceversa funziona – se vedi uno yogurt rosa, pensi che sappia di fragola e anche se ha il gusto di banana, continuerai a pensare che sia fragola. Ci deve essere quindi un effetto psicologico.
- MG – Puoi darle un colore, quando annusi una materia prima vuoi che abbia un colore. Ora, mi verrebbe da attribuire al colore giallo l'odore di ginestra? Forse sì. Poco tempo fa ho fatto da giudice in una gara di rose e ho odorato una rosa gialla che aveva una nota agrumata, e quindi esiste un qualche rapporto tra colore e odore. L'odore ha un potere evocativo che altri sensi non hanno. Solo il naso riesce a trasportarvi dritti in una situazione. Il naso in passato era molto importante, ma lo si utilizza sempre meno. Gli animali hanno il naso più lungo del nostro. Con l'evoluzione, gli occhi degli uomini si sono sporti in fuori e il naso è rientrato all'interno, e così fisicamente cambiamo.
- PB – Con il nostro lavoro vogliamo creare delle atmosfere che rendano la gente felice, che infondano nelle persone un certo stato d'animo. Si può usare un profumo per la sera, che fa sentire sexy quando si ha appuntamento con un uomo. Il suo scopo è far entrare più facilmente in contatto con l'altro sesso. Altri profumi sono più adatti al giorno, per infondere energia o far sentire fresche o affidabili, o ingenue o adulte oppure complesse... funziona dal punto di vista psicologico. È lo stesso nel mio lavoro – quando si creano tende e materiali non lo si fa solo per gli occhi e per il tatto, ma anche per muovere l'aria e lavorare con il profumo, come nei giardini. Una volta ho disegnato delle tende con delle piante inserite nelle cuciture, cosicché a ogni movimento ne diffondevano il profumo e nessuno capiva da dove venisse.
- PB – C'è una cosa chiamata tenda ad aria, un muro d'aria che cambia il clima. È interessante – non lo si vede, c'è solo aria. In un progetto per un giardino pensile in Corea, abbiamo usato una tenda di vapore. Ab-

biamo creato una forma dentro la quale entrare veramente, una sorta di spirale che si poteva attraversare, formata da due o tre strati di vapore. A seconda del vento, cambia sempre forma. Sarebbe molto interessante usarla in climi caldi e climi freddi e vedere in che modo la differenza della temperatura ambiente influisce sulle gocce di vapore. Quando una goccia di vapore raggiunge una certa temperatura, può diventare come una pallottola, come un pesce arciere che scaglia una goccia per catturare una mosca. Fantastico!

MG – Le tende di vapore si usano anche in teatro, ma sono sicuro che si possa far qualcosa di più interessante.

PB – Il ghiaccio secco viene usato moltissimo nei concerti pop. Nella *Casa da Música* c'erano delle nuvole così e catturavano la luce in modo splendido. Tra la tenda, le pareti laminate d'oro e il vapore, si veniva a creare una splendida influenza reciproca di strutture e colori. È molto importante però tenere conto dell'odore. Alcuni materiali, come la plastica e la gomma, sprigionano dei gas quando si riscaldano e il loro odore si fa sentire fortissimo. Il nostro schermo per proiezioni ha l'odore della bambola Barbie. Il legno tende a prendere odore quando si inumidisce ed è una cosa di una bellezza molto particolare, se non è troppo terribile. Ci si rende conto che questo odore potrebbe diventare un elemento da integrare in un determinato spazio. In presenza di pavimenti e pareti di legno, come nell'architettura svizzera o svedese, bisogna tener conto di questo odore.

MG – Le note boschive in profumeria sono molto importanti. Gli alberi offrono ai creatori di profumi più materie prime naturali dei fiori. Quando si pensa ai profumi, viene in mente la rosa, il gelsomino e i fiori esotici e non si pensa a legno di sandalo, mirra, incenso, *ciste*, *opoponaco*, *stirace*, balsamo di Tolu, elemi o balsamo del Perù. Gli esseri umani sono più vicini agli alberi di quanto non si creda. Mediante la fotosintesi gli alberi trasformano l'anidride carbonica in ossigeno e l'acqua in zuccheri, sostanze che ci tengono in vita. In realtà potremmo vivere sugli alberi e non potremmo vivere senza di loro.

Ci sono molti vincoli e limiti nell'attività di un creatore di profumi. In primo luogo, deve avere un'idea geniale; poi c'è il limite del prezzo di vendita e deve barcamenarsi con la persistenza e la diffusione. Alcuni profumi sono persistenti ma non si diffondono. Altri rendono meglio alle basse concentrazioni che alle alte. È tutto un mistero! Per realizzare una nuova idea geniale c'è da lavorare tantissimo; tutti gli accordi devono essere perfetti. Se c'è un errore nella struttura, la fragranza si posa sulla pelle e non si diffonde oppure cambia durante il giorno. Con il profumo, come con la musica, la formula è scritta, ma il momento

di apprezzarlo va e viene. Un profumo non dovrebbe trasformarsi, nel corso della giornata, in tre profumi diversi. Dovrebbe rimanere una composizione unica. Dovrebbe esserci armonia tra le note alte e la base. Che la fragranza ottenuta sia chiara e trasparente oppure calda e scura, quel profumo deve conservare le sue caratteristiche per tutto il giorno. Il creatore di profumi deve essere capace di scegliere le materie prime giuste e sapere in che proporzioni usarle.

PB – È così interessante sentirti usare le mie stesse parole – più chiaro, più scuro...

MG – Ma tu non parli di persistenza o diffusione?

PB – Di diffusione parlo a proposito dell'effetto della luce e del sole sulle tende, perché di solito le tende che produciamo sono tecniche. Hanno a che fare con il suono, la luce, l'aria o il clima o devono creare uno spazio o modificarlo, o impedire il passaggio. Ma anche del tempo dobbiamo occuparci, perché i tessuti iniziano a rovinarsi fin dal primo momento in cui li usiamo, non durano per sempre. Si creano delle cose per una certa durata che, a seconda del clima e del contesto, sarà più o meno lunga. I sipari dei teatri devono durare 12-15 anni e resistere all'usura, vengono alzati, abbassati, tirati a sinistra e a destra tutti i giorni per 15 anni. Se l'aria del teatro è molto secca, se ne vanno prima, finiscono per strapparsi. La seta dura molto meno; si rovina e si sciupa con i raggi UV e non è quindi pensabile che duri più di cinque anni. In questo senso le tende sono transitorie, quasi un'architettura transitoria. Ed è giusto così perché come la cultura, il cliente, l'organizzazione o chiunque, con il tempo cambia e passati dieci anni potrebbe avere comunque un'altra mentalità e magari cambierebbe il colore o il simbolo della costruzione. Per i giardini la questione tempo è diametralmente opposta. Ai giardini serve molto tempo. Li si pianta e ci vogliono 5-10-15 anni prima che assumano l'aspetto voluto. Se non è materiale forte, se si tratta di piantare con terra ed erba, ci vogliono le condizioni adatte perché crescano e sopravvivano.

PB – La gente lascia le proprie tracce sugli edifici. Lo stesso vale per il paesaggio, il contesto – quelle cose che fanno dell'edificio quello che poi è in sostanza. Gli odori di un edificio identico a Seattle o a Ho-Chi-Min City sono diversi quanto diverse sono le rispettive temperature e i climi. Il clima creato dagli abitanti e il clima naturale – l'aria salina e i microrganismi – hanno effetti enormi sulla vita di un edificio.

MG – Chi progetta case dovrebbe incominciare dall'interior design e in un secondo tempo passare alla progettazione degli esterni. Avevamo in progetto una fragranza ispirata dall'architetto messicano Barragán, un progetto diventato di grande interesse. Con la fragranza si può costruire

un tema. Se la tua stanza è molto calda o molto fredda o pulita o giapponese, puoi farne la tua fragranza.

PB – Ma come? Psicologicamente?

MG – No, da come ti senti, da come senti quel posto. Materialmente non lo vedi, ma è come tu ti ci senti dentro.

PB – Mi stai dicendo che puoi realizzarlo nel profumo che crei? Lo spazio giapponese ideale?

MG – Sì, ma si dovrà comunque trattare di un profumo – qui sta il problema. I clienti richiedono ai creatori di profumi di essere creativi, ma è come nelle gare di rose, devi scegliere la rosa dal profumo migliore, che deve avere odore di rosa, altrimenti è fuori dagli schemi. Lo stesso vale per le fragranze: se si crea una fragranza, deve trattarsi di un profumo che si può portare. Uno schema ci vuole comunque, e all'interno di quello schema si può creare tutto ciò che si vuole, ciò che si sente e ciò che il cliente vuole da noi. Ma deve rimanere un profumo e non solo un odore.

PB – In quello che faccio ho il problema dello “stile di vita”, la sindrome di mettere del profumo nello spazio in cui si vive, cosa alla quale sono allergica; come dentro i taxi che hanno quell'orribile deodorante sintetico che sa di pino e che debilita il cervello. Non è questo il mio atteggiamento mentale quando lavoro, assolutamente. Un tempo progettavo mostre e in un lavoro per la OMA si riteneva che il suono dovesse influenzare la percezione dello spazio. In una stanzetta piccolissima, completamente buia, c'erano dei modelli di urbanistica e con il sonoro si creava l'impressione di essere in uno spazio enorme riecheggiante, come in una partita di tennis quando la pallina fa *toc... toc...* o un treno passa all'infinito. Usavamo questi suoni per mettere in evidenza in cosa consiste l'architettura e anche per permettere al visitatore di capire emotivamente le proporzioni architettoniche. Lo abbiamo realizzato in un modo “sintetico”, ma l'effetto era stupefacente. Con i tessuti invece non puoi creare dei suoni (li puoi solo sentire e toccare quando un panno o una tenda si muove nell'aria), li puoi solo filtrare o riflettere o assorbire. Hai mai usato il profumo di erba? Ha un aroma molto spazioso.

MG – Sono spazi all'aria aperta, è automatico, appena senti quell'odore ti senti all'aria aperta. Per imitarlo bastano due materie prime sintetiche, il *cis-3 esenolo* e il *cis 3 esenil acetato*. Anni fa analizzando l'odore dell'erba trovammo oltre 50 materie prime o molecole.

PB – E allora lo imiti con molecole sintetiche, non usi dell'erba vera?

MG – Si riesce a imitare un fiore quasi al 100% e riusciamo addirittura a migliorarne il profumo. È per questo che non estraiamo o distilliamo i mughetti o i garofani. Le sostanze sintetiche che usiamo vengono

analizzate in oli naturali e sintetizzate e quindi non sono del tutto sintetiche. Esistono in natura e con le molecole sintetiche possiamo accentuare alcune caratteristiche dei fiori; riusciamo a migliorarle, per esempio, accentuando la nota speziata del garofano o quella fruttata della rosa. Quando il cliente impone prezzi eccessivamente bassi, il profumo rischia di essere troppo sintetico e di avere un odore “dozzinale”. Le fragranze devono contenere una certa percentuale di olio naturale che apporta ricchezza e bellezza. Non si scherza sulla qualità come dicono i grandi cuochi.

PB – È bizzarro come nei profumi si riscontrano le stesse tendenze che sono ovunque. Come le tendenze sociali o economiche, ma certamente non quelle politiche; è diverso il profumo adesso che in Europa ci sono al potere diversi governi di destra?

Il Meatpacking Market di New York Liz Diller e Roger Schmid

L'antica zona di mattatoi di Manhattan, con le strade lastricate di cubetti di porfido, schiacciata tra il West Village e Chelsea. Per decenni, mezzene di manzo e maiale venivano portate qui per essere segate, tagliate e rifilate, e poi distribuite ai ristoranti di New York. Quasi tutte le industrie di lavorazione della carne sono state trasferite nel New Jersey, ma ce n'è ancora qualcuna, dura a morire, che resiste all'assalto delle boutique di moda e dei ristoranti.

ELIZABETH DILLER – È socia del Diller Scofidio + Renfro, uno studio di architettura di New York. Tra i progetti attuali ce n'è uno, che ha recentemente brillato in una mostra al MoMA di New York, che riguarda la High Line, la passeggiata nel parco che fa parte del progetto di recupero della sede della ferrovia sopraelevata che attraversa il Meatpacking District.

ROGER SCHMID – È da anni un personaggio di spicco nel mondo delle fragranze di qualità. È direttore globale per le fragranze di qualità di uno dei più prestigiosi fornitori di fragranze e co-fondatore dell'Università dell'Immagine, istituto milanese il cui piano di studi si focalizza sui cinque sensi. La sua creatura più recente è *Nose About*, una rete multidisciplinare che si occupa dell'odorato anche in rapporto agli altri sensi.

RS – L'11 settembre stavo tornando dal Wisconsin, dal Johnson's Wax Building. Mi hanno fermato a Manhattan, alla Quattordicesima Strada, e ricordo ancora l'odore degli pneumatici in fiamme. Su tutta la città: gomma. Un odore che ora si è fissato per sempre nella memoria della gente, un odore molto forte. L'odore del Meatpacking district era odore di sangue.

- ED – Manhattan ha un odore particolare – un insieme di molti odori diversi. Qui nel Meatpacking District l'odore del sangue si meschia all'odore di grasso. Un tempo vivevo alle spalle di uno stabilimento per il confezionamento delle salsicce con gli scarichi vicino alle mie uniche finestre. È l'odore che associo a casa mia. L'odore del dopo 11 settembre è rimasto per un certo periodo. Era legato a uno stato d'animo apocalittico. Non si riesce ancor oggi a non associare quell'odore alla morte. Spesso i cattivi odori sono associati alla cattiveria. Quelli buoni alla bontà. L'odore è profondamente legato nella nostra cultura fondata sulla morale cristiana. Un odore buono si identifica con la verità, l'onore e l'onestà. Climatizziamo troppo l'aria. Togliamo tutta la cattiveria che c'è nell'aria: umidità, odori, calore... Vogliamo avere il controllo totale sull'ambiente. È quel genere di controllo che neutralizza tutto riducendolo a niente, una condizione di morte, una comfort zone culturalmente identificata, in cui tutto è nella media – una depravazione sensoriale. È anche una questione economica.
- RS – L'odore suscita disagio nelle persone, soprattutto nelle società occidentali. Odorare è un modo di esprimere qualcosa e certe persone si sentono a disagio nell'esprimere delle cose per mezzo degli odori. Il disagio è al culmine quando si tratta degli odori del corpo umano, per esempio. Il nostro è un paese di antitraspiranti. La cosa buffa è che a volte la sostanza profumata che aggiungiamo in quei prodotti è una copia dell'odore del corpo umano, un'imitazione chimica dell'odore del corpo.
- ED – È una perversione interessante – si tratta sempre di controllare la natura. Il rapporto tra cultura e odore è stato invertito in modo buffo: compri la natura attraverso la chimica, ma la natura non mediata è inaccettabile.
- RS – L'odore dei fast food come Taco Bell o Pizza Hut è veramente perfido. Lo si sente anche in certi aeroporti. È un odore terribile e pervasivo. Trovo il cibo scadente, estremamente aggressivo e sgradevole.
- ED – In realtà amo da pazzi quello che culturalmente consideriamo cattivo odore! Una cattiva esperienza olfattiva per me è rappresentata dall'interferenza di un'*eau de Cologne* su un buon pasto. I ristoranti dovrebbero avere delle zone senza profumo, come quelle non fumo. Come architetto, l'odore non è una cosa che progetto a livello conscio, ma rientra nello stato d'animo definito dall'architettura.
- ED – L'aria è un mezzo estetico. Il Blur Building è stato progettato come atmosfera. Ne abbiamo fatto la progettazione tecnica, il monitoraggio e il controllo, aspettandoci che respirare l'edificio avrebbe reso euforici. Blur era senza muri – aveva solo le parti strutturali e l'impianto idrau-

lico – e si trovava sul lago di Neuchatel. Prendevamo l'acqua dal lago, la filtravamo e la distribuivamo attraverso un sistema di nebulizzazione ad alta pressione composto da 32.000 ugelli. L'acqua veniva atomizzata nell'aria per creare un'immensa nuvola nella quale abitare. L'acqua doveva essere molto pura per essere respirabile perché i polmoni non possono espellere le impurità come il sistema digerente. Temevamo di attaccare agli svizzeri la malattia del legionario. Abbiamo studiato a fondo i controlli federali sull'aria e sull'acqua. Si pensi che in un edificio nuovo oggi, il 30% del costo è rappresentato dagli impianti di climatizzazione interna. In genere la climatizzazione è impostata su norme, ma come vedete si può controllare un sistema per assecondare desideri estetici e pragmatici. È molto probabile che tali impianti siano la prossima frontiera dell'architettura. Al trattamento dell'acqua, dell'aria e persino dell'elettricità – non pensiamo mai, noi architetti, di solito non ci occupiamo di questi aspetti della costruzione, se non stando sulla difensiva per proteggere i nostri progetti dalle crudeli esigenze dell'impiantistica. La gestione dell'aria deve essere tolta agli ingegneri meccanici e lasciata agli architetti. È possibile influire sull'atmosfera dall'interno. Usando profumi e candele, si cambia superficialmente l'odore di una cosa o di uno spazio. Ma la progettazione dell'aria e dell'odore si può concepire a livello infrastrutturale. È la stessa differenza che corre tra mettersi un profumo o mangiare patate per secernere un odore inconfondibile attraverso il sudore.

RS – Penso che sia ancora una questione legata al disagio suscitato dagli odori o che sia solo una questione di educazione. Quando entrando in una casa sento odore di cibo, l'odore del caminetto, del bagno... per me è gradevole, forse perché sono cresciuto in Italia! Le cose si creano semplicemente con il proprio stile di vita, senza aggiungere nulla. Vivo tra New York e Parigi, e qui in New Jersey ho visto le più belle cucine del mondo, ma non cucina nessuno! A Parigi, le cucine sono piccole come questo tavolo, ma c'è del cibo meraviglioso. Anche mangiando troppo spesso nei ristoranti si perde qualcosa; a volte non lo si gusta come lo si gusterebbe a casa.

ED – Il problema della nostra cultura è che è tutta incentrata sull'occhio. La vista è spesso più gratificante di tutti gli altri sensi messi assieme. Molti architetti oggi si impegnano a creare effetti speciali, che possono essere acustici, visivi o di atmosfera. Dovremmo estrapolare l'odore dall'atmosfera in generale e lavorarci sopra.

ED – Una volta ho fatto un profumo in edizione limitata chiamato *No Means Yes*. Volevo creare un profumo nauseabondo, che smorzasse ogni velleità, ma che fosse comunque sessualmente eccitante. Ho lavorato

insieme a un creatore di profumi per realizzarlo, ma ho capito che mi mancavano le parole per descrivere gli effetti olfattivi desiderati se non per mezzo di analogie. È molto difficile esprimere un odore.

RS – Nell'esperienza maturata producendo fragranze *Helmut Lang*, il *concept* era l'odore che senti al mattino dopo che sei stato a letto con qualcuno, appena dopo che questo qualcuno se n'è andato. Volevamo trovare l'odore della pelle, un odore molto sexy. Per *Arte e Moda*, una manifestazione tenutasi a Firenze, avevamo ricreato l'odore dello sperma e lo abbiamo presentato! È un grave problema culturale non avere un vocabolario adeguato per i sensi, che invece esisteva nelle società antiche. Sono stato di recente nella Columbia Britannica, dove mi hanno detto che tra le popolazioni indigene, ivi residenti, i vecchi riescono a capire chi sei solo dall'odore che hai quando entri in una stanza. Hanno un legame molto più stretto con la natura ed è impressionante perché si direbbe che noi abbiamo spazzato via tutto questo con la tecnologia. E pensavamo che fosse un progresso.

ED – Esiste un immenso divario tecnologico nella nostra società. Riproduciamo facilmente il suono e la vista con la massima fedeltà e ad altissima definizione. Ma l'odore?

RS – Adesso lo si può fare anche con l'odore, lo si può registrare, filtrare e riprodurre. E la risposta forse a questo punto potrebbe venire dall'architettura – orchestrare l'odore di modo che diventi parte del nostro benessere. Magari partendo dalle case private si potrà discutere sull'odore proprio come si fa per i materiali, i colori...

ED – Visto che si può usare, scomporre e analizzare di tutto, non sarebbe fantastico poter applicare tecnologie e strumenti sensibili all'odore per conservare dei ricordi? Gli strumenti militari e della NASA applicati a usi quotidiani.

RS – L'odore potrebbe essere un mezzo fantastico anche per catturare il tempo, per registrare e selezionare degli odori che rischiano di scomparire. Sarebbe meraviglioso. Dovremmo iniziare oggi a raccogliere l'odore delle cose, soprattutto tenuto conto di come va il mondo oggi.

Le Catacombe di Parigi

Philippe Rahm e Maurice Roucel

Venti metri sotto il piano stradale di Parigi, nel XIV *arrondissement*, un tunnel sinuoso si snoda per quasi ottocento metri. All'entrata del tunnel c'è un cartello: “Alt, questo è il regno dei morti”, oltre il quale giacciono le ossa rinsecchite di circa sei milioni di residenti permanenti. I primi cumuli di ossa provenivano dal Cimitero degli Innocenti, nel centro di Parigi, usato per quasi mille anni e poi svuotato per ragioni sanitarie. Le catacombe sono da sempre motivo di curiosità e hanno avuto vari ospiti illustri come l'imperatore d'Austria Francesco I e Napoleone III con il figlio.

PHILIPPE RAHM – Fa l'architetto e lavora a Parigi. Era la metà della coppia di designer Décosterd & Rahm, scioltasi nel 2004. Le sue opere sono state esposte tra l'altro alla Biennale di Venezia, alla Fondazione Cartier e al Centre Georges Pompidou di Parigi. Era membro dell'Académie de France a Villa Medici, a Roma nel 2000. È Master of the Diploma Unit presso la AA School di Londra.

MAURICE ROUCEL – È uno dei creatori di profumi di maggior successo e ha firmato capolavori come *24* di Hermès, *Tocade* di Faubourg, *Envy* di Gucci, *Be Delicious* di DKNY, *L'Instant de Guerlain* e *Musc Ravageur* per Frederic Malle.

MR – Naturalmente, quando un cadavere si decompone, sprigiona molte sostanze chimiche, in genere derivate dell'ammoniaca. Alcune molto, molto forti e disgustose.

PR – In un libro Friedrich Nietzsche disquisisce su cosa è bellezza e cosa non lo è. Quel libro riguarda più che altro l'odore della morte. Vi si afferma che se diciamo che una cosa è orribile, lo facciamo perché c'è

odore di morte. Il rapporto chimico ci ricorda che è pericoloso per il corpo, che potrebbe corrompere il corpo. È il concetto che la decomposizione non è bellezza. Non si tratta di un rapporto estetico, ma di un rapporto chimico con l'odore di morte.

MR – Già, l'odore della decomposizione è pericoloso. È come sentire odore di gas – il gas di per sé è inodore, bisogna mescolarlo con una sostanza odorosa per accorgersi, annusando, se c'è una perdita. Si può profumare di tutto. A Istanbul un re musulmano fece costruire una moschea inserendo nel cemento del vero muschio animale. Mille e duecento anni dopo odora ancora. Dentro un pezzo di legno o di carta o nei vestiti si possono iniettare delle microcapsule, che si rompono al minimo movimento, sprigionando profumo. Sul piano tecnologico si può profumare la carta da parati e l'odore potrebbe persistere per anni e anni. Il problema della carta da parati profumata, semmai, è che è impossibile cambiarne la fragranza – a meno di non togliere la carta, che è una gran scocciatura.

PR – Un interrogativo fondamentale che si pone quando si osserva il rapporto tra profumo e architettura consiste nel capire se il profumo possa essere un elemento architettonico in grado di cambiare o evolversi, come l'aria...

MR – Bisogna fissare il tempo con il profumo. Immagina che il profumo sia un'orchestra e che tutte le materie prime all'interno della boccetta stiano facendo musica, tutte insieme. A poco a poco, con il passare del tempo, le molecole più leggere spariranno e resteranno quelle forti, quelle molto pesanti come vaniglia, legno di sandalo. A seconda dell'evaporazione va ricercato l'accordo, e deve essere gradevole. Non si può costruire un profumo senza fondamenta. Il profumo è come una sinfonia. Metti insieme diverse molecole ed ecco che viene fuori l'accordo. Un accordo che devi continuare a suonare per un'ora e mezza, e ciò significa doverlo fare stupendo, persistente.

PR – In un progetto, tempo fa, ho approfondito il tema della spiritualità e dell'odore. Era anche una specie di provocazione che riguardava la scomparsa dello spazio, degli aspetti simbolici dell'architettura all'interno di un luogo spirituale. In passato la chiesa era costruita come la croce e la croce era il corpo di Cristo. Quindi si entra dentro il corpo di Cristo quando si entra in una chiesa, si mangia l'ostia e si mangia il corpo di Cristo. Quello che si fa è uno scambio di corpi con Cristo. Con l'avvento del Modernismo all'inizio del XX secolo, l'aspetto simbolico scompare perché il Modernismo non ne vuole più sapere dell'aspetto simbolico dell'architettura, vuole solamente che la forma segua la funzione. Quindi la prima chiesa di inizio secolo era come una fab-

brica e questo suscitò qualche polemica. Era forse difficile per la gente accettare la mancanza di un significato simbolico nell'architettura della chiesa, e così fu la luce in architettura a ricoprire l'aspetto simbolico. È un paradosso che il simbolismo, escluso dalla forma architettonica moderna, abbia trovato rifugio nel trattamento della luce. Se osserviamo la chiesa di Le Corbusier c'è un modo molto preciso di inserire la luce all'interno dello spazio. Altro esempio è fornito dalla chiesa di Tadao Ando: la forma della chiesa è come una fabbrica moderna, ma la rappresentazione simbolica della croce ritorna, non più nella forma della chiesa, ma nella forma della luce. Non esiste più il progetto formale per la chiesa, ma essa diventa una luce simbolica. Riprendendo il processo per cui forma e foggia scompaiono, si è cercato anche di cancellare la questione della luce e di attenerci esclusivamente a quella dell'aria. Abbiamo creato il *Buon Odore del Cristo*, con i creatori di profumi Christopher Sheldrake e Christine Nagel di *Quest International*, perché c'è odore di sacro quando lui muore. "Aprirono la tomba e sentirono un buon odore". La Bibbia e vari altri testi descrivono l'odore del Cristo.

MR – Stai parlando dei Vangeli... Al corpo di Cristo di odore ne era rimasto poco, perché ciò è stato scritto almeno quarant'anni dopo la sua morte. Parliamo di religione e la religione è un potere politico. La costruzione di una chiesa grande, di una grande cattedrale ci fa sentire piccini. L'odore di incenso fa sentire più umili; la luce, un tipo speciale di illuminazione, fa sentire ancora più umili; anche la musica, soprattutto quando a suonare è il grande organo di Notre Dame, fa sentire umilissimi. Questo serve a mettere le persone in una speciale disposizione d'animo per cui è facile che si lascino "manipolare". Non voglio parlare di politica in questa sede, ma fanno leva sui vari sensi per metterti in una condizione di inferiorità.

PR – Il Modernismo poneva dei problemi, perché lo spazio religioso non era simbolico e incominciava a non umiliare più di tanto. Diventa come una fabbrica, si entra e c'è questo spazio... Alla fine volevamo smetterla e limitarci a produrre il profumo. Era come la croce del corpo di Cristo, ma entri dentro questo odore. Era come sparire all'interno del Modernismo, dell'aspetto simbolico – entri dentro il corpo e senti l'odore di Cristo. L'aspetto formale della chiesa diventa una cosa che respiri, ma non sei tu a entrare dentro, vieni tirato dentro.

MR – Rimane sempre la questione dell'educazione che si è ricevuta. Se fai sentire, per esempio, a un eschimese l'odore di incenso, non ci sarà nessuna reazione. Tu reagisci all'incenso perché sei stato abituato a farlo da quando eri bambino. Lo stesso vale per il sapone, ti hanno educato che il suo odore significa pulizia, è tutta questione di educazione.

PR – Qui era diverso. Qui l'idea era più che altro quella di mostrare il limite del Modernismo.

MR – Il profumo *Pleasures* di Estée Lauder ha successo a New York, ma non a Parigi. Non c'è nessun motivo logico; forse è per la diversità dei gusti nelle due culture. I parametri sono talmente tanti. Per lavorare per uno studio spagnolo, devo tener conto del gusto spagnolo. Non ci può essere uno stile internazionale, perché è impossibile piacere a tutti. Una volta era una differenza più geografica, ora è più sociale. La stratificazione sociale continua ad accentuarsi, per cui possono essere maggiori le differenze tra un ragazzo che vive a Parigi e uno che vive nella Francia del Sud, rispetto a quelle tra uno di Parigi e uno di Tokyo. Lo spirito, il modo di vivere, i prodotti che usano oggi hanno più cose in comune sul piano sociologico. Non è possibile darne una definizione precisa, lo si può definire con l'esperienza. Proprio come non si può sempre prevedere l'effetto della struttura di una materia prima. Si hanno sempre delle sorprese e bisogna sempre fare delle prove. Più esperienze si fanno e più si sa.

Il Giardino dei Semplici a Firenze

Lorenzo Villoresi e Clino Trini Castelli

È il terzo orto botanico al mondo per antichità. Nato nel 1545, grazie al desiderio di Cosimo de' Medici di avere un orto di piante medicinali, nel corso del tempo il suo valore crebbe a tal punto che divenne un'istituzione ad alto livello culturale. Oggi occupa un'area di 23.892 mq. Di particolare rilievo, per estensione e cubatura sono le serre: quelle calde che ospitano piante tropicali e quelle fredde dove trovano posto piante che necessitano di temperature meno elevate. All'aperto si trovano le piante officinali, ma soprattutto un albero di tasso del 1720 e una grande quercia del 1805.

CLINO TRINI CASTELLI. Professionista e teorico del design. È stato il primo a concentrarsi sui valori emozionali dell'identità di prodotto nelle applicazioni industriali. Ha ricevuto due Compassi d'Oro e il Gold Award. È tra i pionieri, nell'ambito del design e dell'architettura, nella sperimentazione degli intrecci tra il mondo della progettazione e quello degli odori.

LORENZO VILLORESI è un profumiere noto in tutto il mondo per le sue prestigiose composizioni olfattive. L'interesse verso la profumeria si nutre di intrecci culturali straordinari, come quelli con la storia antica e la filosofia. Ha viaggiato intensamente attraverso il Nord Africa e il Medio Oriente, prima di intraprendere l'attività.

LV – La progettazione spaziale del profumo mi interessa anche al di là della creazione dei prodotti. In questo momento stiamo progettando una trottola per i bambini che dovrebbe creare una sorta di “olfattoteca”. Questa idea dovrebbe permettere anche ai bambini di conoscere meglio e di poter interagire con l'universo delle fragranze, sia con gli

odori che già conoscono sia con quelli che non conoscono ancora. Così abbiamo pensato di costruire un solido a forma di tronco di cono, e tutt'intorno un abaco di icone e disegni delle piante. L'alternativa a questa ipotesi sarebbe stata di tipo geografico, ma questa soluzione avrebbe avuto lo stesso limite dei manuali, ossia di poter ospitare solo una parte minima delle materie realmente impiegate. Le fragranze naturali sono una parte minore nel mondo degli odori, praticamente sono quasi le stesse oggi di cento anni fa: poco più di un centinaio, mentre in profumeria se ne usano migliaia. La risposta dei bambini agli odori è sempre straordinaria. Un altro esperimento che abbiamo realizzato con gruppi di bambini dai 3 ai 5 anni è stato di preparare delle cartine colorate con una corrispondenza tra il colore e l'odore: ad esempio, il colore arancione con l'essenza di arancio, il giallo con il limone, il viola con la lavanda e così via, per un totale di 10 essenze e colori diversi. Le reazioni sono state molto forti sia in termini di emozione, sia in termini di memoria degli odori e dei colori diversi.

CTC – Anche nel mio caso l'interesse per l'universo olfattivo e per gli odori nasce proprio dal colore e dal mio approccio non tradizionale al design. Per esempio, nella mia visione della dimensione osmica l'odore è inseparabile dal medium che lo veicola: l'aria assume un ruolo imprescindibile e l'odore diventa così un carattere ambientale. Quando ho iniziato a occuparmi di questi aspetti mi stavo interrogando sulla natura dei materiali, che a quei tempi mi interessava in tutti i suoi aspetti: cromatici, tattili, olfattivi. L'aspetto immanente, cioè il fatto che un odore fosse collegato a una sostanza, per me diventava più importante che approfondirne la sintassi delle fragranze.

Mi interessa da sempre collegare una percezione a qualcosa di oggettivabile: più un fenomeno è immateriale, più stranamente sento la necessità che questo sia collegato a un medium oggettivo. Probabilmente questa è una differenza tra chi lavora sulla realtà emozionale delle cose che hanno un proprio odore e chi – all'opposto – lavora creando delle visioni odorose, delle percezioni pure.

Questo approccio deriva forse dalla mia storia di *industrial designer*, che ha provato a portare le dimensioni emozionali in seno al mondo dell'auto, dell'elettronica, della chimica, a partire da quella del colore. Alla fine degli anni Settanta l'avvento del colore è stato una grande rivoluzione nella storia del progetto, che bisognava poter pianificare, poiché comportava grandi investimenti. Oggi mi sembra di intravedere la stessa rivoluzione anche nel mondo osmico e in quello del gusto, straordinariamente rappresentato dalla nuova cultura enologica. Le nuove generazioni si stanno, infatti, dedicando allo sviluppo della percezione

di aspetti molto sottili, legati al mondo della soggettività. Questo fenomeno evidenzia la nuova centralità dell'esperienza soggettiva, che è una rivoluzione epocale.

LV – Creando un parallelo con il mondo dell'industria e con quello dei colori si può andare a vedere cos'è successo nel settore delle fragranze in merito alla distinzione tra naturale e sintetico. “Naturale” in senso biologico è relativo a un qualcosa che nasce e che muore, che possiede un contenuto di vita, che è sottoposto a uno sviluppo biologico di crescita, come ad esempio un fiore o una pianta. “Naturale”, inteso invece nel senso di “appartenente al mondo della natura”, è un concetto molto diverso: anche il petrolio, in tal senso, è naturale, ma non è un qualche cosa che può crescere o che prevede un processo biologico di sviluppo, al pari di un sasso o di un minerale. Per quanto riguarda invece il concetto di sintesi o “sintetico”, facendo riferimento alle materie aromatiche, il termine può essere applicato a due sostanze di tipo diverso ma con lo stesso nome: ad esempio, il linalolo, il principale costituente dell'olio essenziale di lavanda, può essere ottenuto dall'olio di lavanda stesso (isolato) oppure per sintesi dal pinene e dal metileptenone. In entrambi i casi viene chiamato “sintetico”, ma in realtà i veri e propri prodotti di sintesi si ottengono da materie prime disponibili in grande quantità e a basso costo, come, ad esempio, il petrolio, il carbone e i relativi derivati.

Un frequente luogo comune è che le materie prime naturali costino più di quelle sintetiche: ci sono dei naturali, come l'arancio o il pino, che costano molto meno di tante sostanze di sintesi. Per fare un esempio semplice, il principale costituente dell'odore dell'erba tagliata, che è un alcol che si chiama cis-3-hexenolo, costa molto di più di varie essenze naturali.

Inoltre, i naturali hanno lo *charme* di essere legati alla terra, alla natura, al variare delle stagioni e di non esser mai uguali di volta in volta. Quindi il problema della naturalità o meno delle sostanze aromatiche è allo stesso tempo tecnico ed estetico.

Allo stesso tempo, se penso a quello che si è potuto ottenere mediante l'analisi delle costituenti delle materie naturali e la sintesi, non vorrei per nessuna ragione rinunciarvi. Bisogna comprendere che, non solo la fragranza di tanti fiori o piante amati e famosi come l'erba, il mugugno, il caprifoglio, il lillà, la gardenia, la magnolia e altri ancora non si sarebbe potuta ricomporre, ma anche che la quantità di note odorose diverse a disposizione del profumiere sarebbe rimasta estremamente ridotta. Nelle lettere e negli scambi di corrispondenza tra profumieri verso la fine dell'Ottocento e gli inizi del Novecento, si capisce che il

loro problema principale era il limitato “alfabeto” di odori che avevano a disposizione: poco più di un centinaio di ingredienti quasi tutti naturali fino alla fine dell’Ottocento.

CTC – Qui mi sembra di riconoscere un parallelismo con il mondo dei nuovi materiali. Nell’ambito del design non è apprezzato l’uso di qualsiasi materia imitativa di un’altra: meglio scegliere quella originale. Per cui, tutto ciò che è fatto in modo sintetico solo per costare meno viene in genere considerato come un *escamotage* commerciale. Tuttavia, era successa un po’ la stessa cosa quando si è passati dai materiali artificiali a quelli sintetici – ad esempio, dalle bacheliti alle materie plastiche: in quel caso l’interesse era puramente tecnologico. I designer sono stati i primi a utilizzare le materie plastiche per le loro qualità autonome. Originariamente, i nuovi materiali erano imitativi, dei sostituti, degli *ersatz*; oggi non è più così, i materiali sintetici destano sempre grande interesse.

Un prodotto sintetico, quando imitativo, è in genere grossolano, poco complesso, sia nel mondo dei profumi sia in quello dei materiali. Quando invece non ha come fine quello di esistere solo come sostituto di un altro, allora nascono cose formidabili. Mi vengono in mente i colori creati con l’alizarina: la sua sintesi ha generato cromie mai viste, straordinarie, una grande innovazione.

LV – Le sostanze sintetiche rappresentano principalmente una disponibilità di ingredienti utili per ottenere sfumature diverse in una composizione, cioè nelle basi dei profumi di qualsiasi genere. Generalmente non sono utilizzate come prodotti finiti, sono “ingredienti” per la composizione e non la composizione stessa.

CTC – Ma non c’è un sintetico nuovo, che non assomigli a niente di noto?

LV – Mediante particolari processi di sintesi, a determinate condizioni e utilizzando speciali reattori per sintesi organiche si possono ottenere anche sostanze che non esistono in natura.

CTC – Queste sono le aree da valorizzare, in cui varrebbe la pena investire; si pensi, ad esempio, ai pigmenti che in natura non esistevano e che hanno poi rivelato qualità straordinarie.

LV – Le sostanze di sintesi che non esistono in natura insieme a speciali *compounds* vengono utilizzati nel nostro settore per ottenere degli “effetti speciali”, per aggiungere quel qualcosa di nuovo, di indecifrabile e di particolare a una determinata fragranza. Pertanto, non per imitare o per riprodurre qualcosa di già esistente in natura.

CTC – La celluloida è stata la vera imitazione (un vero succedaneo), che, infatti, in Italia è andata molto bene al tempo dei pettini in corno. Però nel mondo della cultura materiale le sostanze nuove sono state apprezzate.

zate e utilizzate in modo abbastanza intenso. Mi pare di capire che, invece, il destino di seduzione del mondo delle fragranze inibisca un po' le possibilità di innovazione. Mentre un colore può essere in qualche modo affettivo o seduttivo, oppure dinamico o basilico, il mondo del profumo mi sembra invece talmente legato alla sfera emozionale affettiva e seduttiva da rendere difficile qualsiasi innovazione. Mi chiedo se si possa arrivare a produrre fragranze che, anche se non sono gradevoli, riescano a diventare iconiche in senso nuovo.

LV – Sarebbe interessante progettare odori come segnali, come “segni”, odori conosciuti e anche odori nuovi che prescindano, ove necessario, da piacere e seduzione. Odori “semaforo”, per così dire, e anche con altre funzioni, senza tuttavia dimenticare la necessità di rinnovare o di alimentare l’emanazione della fragranza stessa. Il “piacere” nel mondo degli odori è oggi molto legato alla riconoscibilità, pertanto alla memoria, al database di odori di cui disponiamo. Ma non in modo esclusivo.

CTC – Questo perché il mondo osmico è così legato a certe sfere dell’emozionalità da diventare troppo soggettivo?

LV – I nostri gusti sono inevitabilmente individuali. Ciò che consideriamo buono oppure cattivo dipende molto – al di là di eventuali componenti ereditarie difficili da determinare – dalla nostra esperienza con gli odori nei primi anni di vita; un odore associato a esperienze buone viene “memorizzato” come buono e viceversa. Poi ci sono degli odori, come quelli di varie sostanze tossiche o dannose per l’olfatto, come l’ammoniaca, che si possono considerare – allo stato puro – quasi come universalmente negativi. Ma tutto dipende dalla misura e dal contesto, nel mondo degli odori. Una determinata sostanza pura, da sola, può risultare repellente, mentre diluita cento volte in un determinato contesto con altre sostanze risultare estremamente piacevole. Quanto alle sostanze veramente sconosciute e non “simili” ad altre esistenti in natura, forse sarebbe opportuna una maggiore sperimentazione per valutare empiricamente le reazioni individuali rispetto a proporzioni diverse.

CTC – A me è capitato una volta di sentire un odore mai sentito prima. Ero in un mercato messicano di carne, un luogo coperto ma aperto, evidentemente tenuto in una situazione di sporcizia; mi è arrivato questo odore dolciastro indefinibile: mi sono messo a correre come un pazzo! Mi è scattato qualcosa nell’istinto più che nella memoria.

LV – Uno dei problemi principali, ancora parzialmente irrisolto, riguardo un determinato ambiente, non è tanto quello di profumarlo, quanto piuttosto quello di togliere o di cambiarne l’odore. E non è semplicissimo neanche veicolare un odore in un ambiente, soprattutto se è grande o se si tratta di uno spazio pubblico. Quindi possiamo considerare cru-

ziale il problema inverso a quello della profumazione degli ambienti e resta abbastanza irrisolto anche il problema di come cambiare l'odore dell'aria in uno spazio.

CTC – Si introduce qui un altro capitolo, che è quello dell'assenza. Nel design, sotto l'influenza della cultura giapponese, la presenza di un odore può essere rivalutata e gestita anche attraverso la sua assenza. A metà degli anni Ottanta fui invitato dalla Triennale di Milano a una mostra sull'abitare a cui partecipavano vari designer e che aveva a che fare con l'aria, la polvere e gli odori. Il mio contributo doveva riguardare i destini di acqua, luce e gas nella casa. Ne nacque l'allestimento della *Camera Linda*: un locale per lo stoccaggio domestico che prevedeva l'eliminazione di tutti gli armadi e l'adozione di un elettrodomestico-porta che lo pressurizzava leggermente, pulendo l'aria dalla polvere e sottraendone eventuali odori.

LV – Mi viene in mente il libro *Il profumo*, di Süskind, quando il protagonista deve uscire dal luogo di tutti gli odori, Parigi, per andare nella caverna dove non c'è nessun odore, dove c'era la totale assenza.

CTC – Si dovrebbe lavorare per portare le logiche del design nel mondo degli odori. Sarebbe un'esperienza come quella che alla fine ha portato al fenomeno di Slow Food per il cibo.

LV – Sono d'accordo. Ci sono pochi tentativi interdisciplinari e anche poca ricerca sia su nuovi modi di impiego dei profumi sia su nuovi possibili veicoli.

L'atelier di Hermès a Parigi Jean-Claude e Hervé Ellena

È il centro di produzione degli articoli di lusso in pelle della casa francese. Fondata per fabbricare selle nel 1837, Hermès crea ora accessori, abbigliamento e profumi. Il sito è stato progettato da Constantin Voyatzis e Rena Dumas con il concetto del lavoro visibile, quasi un alveare o una medina in Marocco. Nell'atelier i lavoratori fanno a mano a uno a uno tutti gli articoli, dall'inizio alla fine, ciascuno di loro segue personalmente tutte le fasi di cucitura, goffratura, lucidatura a cera, assemblaggio e finitura. Buona parte della lavorazione viene eseguita senza macchine, e in certi atelier gli unici suoni sono quelli degli strumenti di metallo utilizzati a mano sulla pelle. Gli atelier sono sei in questa sede e in ciascuno lavorano circa trenta persone.

HERVÉ ELLENA – Architetto, lavora a Parigi. Tra i suoi ultimi lavori, si ricordano il restauro e l'ampliamento dell'Institut de France a Parigi e vari progetti di strutture per la rete autostradale in tutta la Francia.

JEAN-CLAUDE ELLENA – È il creatore di profumi per Hermès dal 2004. Sue precedenti creazioni di spicco sono *First* per Van Cleef & Arpels, tre fragranze per Frederic Malle e *l'Eau de Thè Vert* di Bulgari. Ha creato due fragranze per Hermès ispirate al giardino, *Un Jardin en Méditerranée* e *Un Jardin sur le Nil*, e una collezione chiamata *Hermessence*. Nel 2006, ha firmato la nuova fragranza maschile della casa: *Terre d'Hermès*.

[L'atrio]

HE – In architettura al profumo non si pensa quasi mai. L'olfatto è associato al lato oscuro dell'architettura, a quello che ci si dimentica di progettare e ai particolari che sfuggono quando si pensa a come vivere un

certo spazio. Sono spesso cose che succedono a livello inconscio. Non si trovano nei progetti o nei dettagli, ma si sentono quando si costruisce e nell'area edificabile. È più che altro questione di intuito. Comunque, io mi accorgo dell'odore dei materiali edili che uso, come il legno, ma forse lo devo alla storia della mia famiglia.

JCE – L'architettura è l'arte dello spazio e per misurare la qualità di un profumo se ne misura l'efficienza nello spazio. Quando qualcuno porta un profumo, non c'è bisogno di avvicinarsi per odorarlo, perché il profumo occupa spazio. Questo spazio è importante nell'espressione del profumo; il profumo è anche espressione dello spazio. Il primo odore che senti qui, quando entri in questo spazio, è quello del cuoio. È impercettibile – viene da quelle poltrone laggiù – ma è presente; Hermès si occupa di cuoio, tutta la sua attività riguarda il cuoio. Quando si crea un profumo c'è un metodo per strutturare una *formula*; ci sono i componenti che danno struttura all'odore. I componenti sono ornamenti, particolari. Si gioca con questi ornamenti e con la struttura; talvolta gli ornamenti diventano struttura e talaltra la struttura diventa ornamento. In questo senso si stabilisce un nesso con l'architettura. Si può sempre inventare una struttura nuova, perché oggi in profumeria la prassi non è più quella di prendere una struttura del passato, ma di inventarne di nuove.

In profumeria ci vogliono dai cinque ai dieci anni per riuscire a usare un elemento nuovo e capire come gestirlo. Quando viene fuori un materiale nuovo tutti sono terrorizzati, ma pian piano trovano il modo di usarlo. Ma non è che arriva la nuova molecola e si produce un nuovo profumo. Questa è una fesseria! [*Risate*] Sono chiacchiere per fare marketing. Le aldeidi sono state inventate nel 1904 e hanno cominciato a usarle già allora. Nel 1921, l'invenzione di *Chanel N°5* ha fatto sì che se ne parlasse, ma in realtà le aldeidi si usavano da quasi vent'anni. Non riduciamo la profumeria a un'unica nuova molecola, perché questa molecola la si può togliere e la fragranza rimane pressoché identica. È *Chanel N°5* che ha fatto le aldeidi e non sono stati le aldeidi che hanno fatto *Chanel N°5*.

HE – Lo stesso esempio vale in architettura: il cemento armato fu inventato da un francese, Joseph-Louis Lambot, e le prime cose che ha fatto con il cemento armato sono stati dei vasi da fiori e delle piccole imbarcazioni. Pensava a delle cose e le faceva a sua misura, prendendo dell'acciaio e sagomando intorno a esso il cemento. Ma c'è voluto tempo per ottenere quello che il cemento veramente è, per adattarlo e immaginare cosa se ne potesse fare. L'uso finale di un materiale è magari diverso da quello che si pensava all'inizio. Il primo utilizzo di nuovi materiali, e persino di nuove tecniche, è spesso ornamentale.

JCE – Ci vuole sempre molto tempo per adattarsi e inventare *il modo* in cui un nuovo materiale scrive una pagina di storia. Prendo in considerazione tutti i nuovi materiali, alcuni li scarto, altri li conservo, e tra quelli scelti forse ce ne sarà uno che userò, chissà, tra due, tre o quattro anni. So che ci sono e quando mi viene un'idea nuova per un profumo mi ricordo di uno e dico: “Oh, sì, questo potrebbe avere un ruolo nella mia storia”.

HE – Ci vuole tempo per capire come usare anche le cose più semplici. Costruisco soprattutto in legno e mi ci è voluto del tempo per capire come funziona, non basta mettere le cose una sopra l'altra. Ma sono cose non scritte, bisogna trovare il modo giusto per capire ciascun materiale.

[Atelier 1]

JCE – Qui l'odore è ovviamente quello del cuoio, diversi tipi di cuoio, ma c'è anche l'odore della colla. Ciascun tipo di cuoio ha il suo odore, a volte fiorito, legnoso, altri odorano di vernice. Dipende dal cuoio e da come lo lavorano. La pelle di capra non ha lo stesso odore di quella di vitello. Sto lavorando su una serie di profumi basati sul cuoio, ma faccio con calma perché voglio che siano perfetti. Chi lavora qui è talmente abituato all'odore di cuoio che non se ne accorge nemmeno più. Ma se si togliesse in qualche modo l'odore da questo posto, la gente qui direbbe: “Questo non è il mio posto”. Quindi l'informazione olfattiva rimane anche in chi ci ha fatto l'abitudine.

HE – Lavoravo da giovane in una fabbrica di profumi e ho notato che c'era sempre lo stesso odore. I prodotti cambiavano – un giorno shampoo, un altro profumo –, ma alla fine l'odore era sempre lo stesso; si chiamava *mille fleurs*. Mi ero talmente abituato a quell'odore che non lo notavo neanche più, ma quando uscivo dalla fabbrica, se prima non mi facevo la doccia, gli amici mi dicevano: “Oh, sai di *cocotte!*”

[Atelier 2]

HE – Qui c'è odore di stiro, come in una lavanderia.

JCE – Qui l'odore è molto diverso da quello dell'atelier delle borse, dove l'odore di cuoio è intenso. Qui invece c'è odore di ferro caldo.

HE – Negli atelier si vede come tutti si prendono cura del modo in cui le borse in lavorazione sono disposte con molta cura e il modo in cui gli

attrezzi sono disposti tutto attorno, ma mai allo stesso modo. Questo fa parte dell'architettura che nessuno vede. Non bisognerebbe pensarci mai prima dell'arrivo degli operai. Bisogna lasciare lo spazio il più aperto possibile.

Qui certi strumenti o armadietti non hanno un vero posto, occupano gli spazi inutilizzati, è come se non avessero trovato il loro posto naturale – o forse è proprio questo posto che manca di “naturalzza”.

È una problematica costante in architettura – dobbiamo pensare a quasi tutto ma non proprio a tutto, perché non sappiamo in che modo la gente poi lavorerà al suo interno. Anche se cercassimo di sapere come lavorano, ci sbaglieremmo. Bisogna avere qualche idea del loro modo di lavorare per fare il progetto – avere idea delle misure, della forma e delle proporzioni del posto –, ma non si può prestabilire la collocazione di ogni cosa, perché non funzionerebbe mai.

Quando si costruisce si cambia anche l'ambiente circostante. Ma l'ambiente circostante a sua volta cambia l'architettura. Questo vale a tutti i livelli.

Le cose che ho costruito in campagna, nella Francia centrale, erano soprattutto edifici di servizio alle strade – garage, uffici per la manutenzione, autostrade. In questi casi la massima priorità per l'architettura è la topografia del territorio e la direzione del vento. Il che significa mettersi nella posizione giusta rispetto al vento, perché quando c'è un grande garage con porte da cinque metri per cinque un colpo di vento potrebbe farle volare via. Al tempo stesso pensavamo al panorama e alla vista, anche ai futuri utenti, ma una volta che si sono risolte le questioni tecniche, rimane una varietà infinita di questioni da approfondire: c'è da chiedersi se si vuole sotterrare l'edificio dentro la collina o al contrario metterlo in grande evidenza, e così via. Si smette di porsi domande solo quando l'architetto sente di avere le risposte a questi interrogativi. L'architettura si preoccupa fin troppo di come l'edificio verrà visto. Se è vicino a un'autostrada si può pensare che l'edificio si veda solo dal punto di vista del traffico. Il problema che si presenta spesso con le imprese edili è che dicono: “Questo non lo vedrà mai nessuno, che importa?”.

Gli architetti devono sempre battersi per affermare che il non visto è importante tanto quanto il visto.

JCE – Sono dell'opinione che se crei un profumo semplice – può anche essere complesso, ma deve risultare semplice nel modo di annusarlo – le persone ci possono aggiungere qualcosa, trasformandolo così nel loro profumo personale. Se il profumo è molto complesso e ha un odore molto complicato, basta un attimo e non lo si vuol più avere addosso,

perché si ha la sensazione di non trovarsi a proprio agio nel profumo e questo ha un pessimo effetto. Chi porta un profumo deve aggiungerci qualcosa, ma non si può sapere che cosa. Mi diverto a stare ad ascoltare la gente che parla del mio profumo perché sono infinite le storie che ci costruiscono sopra, aggiungendoci opinioni, modi di pensare, emozioni, ed è una cosa strepitosa – assolutamente imprevista –, ma è la prova.

HE – Nel grande atrio dell'ingresso, quando è in vista la facciata, si vedono tutti i davanzali delle finestre. L'architetto che ha fatto l'edificio lo ha voluto tutto di vetro e trattandosi di un atelier dove la gente ha strumenti di lavoro e oggetti personali, nella parte bassa delle finestre c'è un gran disordine. Ha fatto male l'architetto? Avrebbe dovuto prevedere uno spazio al chiuso senza vetri?

JCE – Fa l'effetto di qualcosa che vive. È vivo – si vede un gran disordine, ma è un disordine che significa vita. È molto importante vedere la gente al lavoro, non è un ospedale. Il disordine è umano.

HE – A certi architetti non piace. Non vogliono che nessuno metta le cose sul davanzale delle finestre. Altri abbozzano, è la vita che è così, non la si può organizzare. Si può colorare la parte bassa delle finestre per far capire che è fuori dal mio controllo. Le persone vogliono essere al posto loro, nel loro universo. Te ne rendi conto se vedi che ci sono le foto dei figli e qualche oggetto che sta a indicare che quello è il loro posto, e non di altri. Lo stesso accade con i profumi: l'architettura può anche essere complessa ma deve dare una sensazione di semplicità, perché le storie di ciascuno possano accadere.

JCE – Quando lavoravo sul tema del giardino nei profumi ho sempre preso a modello una cosa, come il fico che è stato molto importante in *Un Jardin en Méditerranée*, o il mango verde che era l'elemento più importante in *Un Jardin sur le Nil*. Così facendo, la gente riesce a capire cosa voglio dire. Se c'è una cosa che si può afferrare, si capisce subito la storia e la si può continuare. Se ci metto dentro troppe cose, non si vede più cosa voglio dire, diventa noioso e non funziona. È una regola.

HE – In architettura, riusciresti a concepire un edificio come un giardino e, in caso affermativo, si tratterebbe di un giardino alla francese? O all'inglese? Forse l'architettura moderna assomiglia fin troppo a un giardino alla francese – troppo strutturato, tutto troppo occupato a mettere le cose a posto. Forse un posto di lavoro dovrebbe assomigliare di più a un giardino all'inglese, dove le persone possono andare dove vogliono. Un giardino all'inglese non significa dei semi sparsi a casaccio; è organizzato, ma senza darlo a vedere come nei giardini alla francese. Sai che entrando vedrai quel tal albero. Sembrerà una cosa natu-

rare, ma naturale non è. Non è questione di geometria, quanto di come cammini su e giù per il giardino, come in quelli cinesi o giapponesi.

JCE – Se vuoi farti apprezzare, se è il successo che vuoi, devi mostrare qualcosa di importante e poi lasciare che gli altri aggiungano qualcosa. Tu metti in evidenza qualcosa e poi la apri – cosicché gli altri vengano e ci giochino. Ma l'idea non sta nel cercare di dire tutto. Il virtuosismo dovrebbe essere perfettamente organizzato – tra il visto e il non visto, per far sì che il quadro venga alla luce.

Bibliografia

- Ackerman D., *Storia naturale dei sensi*, Frassinelli, Como, 1992.
- Antonelli P., *Safe. Design Takes on Risk*, The Museum of Modern Art, New York, 2005.
- Ariés P., Duby G., *La vita privata*, Laterza, Bari, 1988.
- Aymonino A., Mosco V.P., *Spazi pubblici contemporanei. Architettura a volume zero*, Skira, Milano, 2006.
- Ball P., *Colore. Una biografia*, Rizzoli, Milano, 2001.
- Banham R., *Ambiente e tecnica nell'architettura moderna*, Laterza, Bari, 1978.
- Barbara A., *Storie di architettura attraverso i sensi*, Bruno Mondadori, Milano, 2000.
- Barbaras R., *La percezione. Saggio sul sensibile*, Mimesis, Milano, 2002.
- Bassanini G. (a cura di), *Architetture del quotidiano*, Liguori, Napoli, 1995.
- Bassanini G., *Tracce silenziose dell'abitare*, Liguori, Napoli, 1990.
- Baudelaire *Fleurs du Mal, Petit Poems en Prose*, Gallimard, Paris, 1999.
- Belpoliti M., *Crolli*, Einaudi, Torino, 2005.
- Benevolo L., *Storia dell'architettura moderna*, Laterza, Bari, 1985.
- Brillat-Savarin A., *Fisiologia del gusto*, Rizzoli, Milano, 1985.
- Calvino I., *Sotto il sole giaguaro*, Mondadori, Milano, 1995.
- Camporesi P., *Il governo del corpo*, Garzanti, 1995.
- Camporesi P., *La carne impassibile*, Garzanti, 1994.
- Camporesi P., *Le officine dei sensi*, Garzanti, 1991.
- Camporesi P., *La miniera del mondo*, il Saggiatore, 1990.
- Camporesi P., *I balsami di Venere*, Garzanti, 1989.
- Cantico dei Cantici*, a cura di Mario Pincherle, Macroedizioni, 2004.
- Céline L.-F., *Viaggio al termine della notte*, Corbaccio, Milano, 2005.
- Centre Pompidou, *Architectures non standard*, Catalogue Exposition, Éditions du Centre Pompidou, Paris, 2003.
- Ceronetti G., *Il silenzio del corpo*, Adelphi, Milano, 1979.
- Chandler B., *L'imperatore del profumo*, Rizzoli, Milano, 2005.
- Condillac E.B., *Trattato delle sensazioni*, Laterza, Bari, 1977.
- Corbin A., *Storia sociale degli odori*, Paravia Bruno Mondadori, Milano, 2005.

- Cortés H., *La Conquista del Messico*, De Agostini, Novara, 1967.
- Curtis W.J.R., *L'architettura moderna del Novecento*, Bruno Mondadori, Milano, 1999.
- De Angelis A., *Gaetano Pesce. The Scent of Material*, Editoriale Modò, Milano, 2005.
- De Barry N., Turonnet M., Vindry G., *Piccola Enciclopedia del profumo*, Rizzoli, Milano, 2004.
- De Luca E., *I colpi dei sensi*, Fahrenheit 451, Roma, 1993.
- De Martino G., *Odori*, Apogeo, Milano, 1997.
- Décosterd J.-G., Rahm P., *Architettura Fisiologica*, Birkhäuser, Basel, 2002.
- Décosterd J.-G., Rahm P., *Distorsions*, HYX, Orleans, France, 2004.
- Detienne M., *Dioniso e la pantera profumata*, Laterza, Bari, 1980.
- Dodd G.H., Van Toller S., *Fragranze. Psicologia e biologia del profumo*, Edizioni Aporie, Roma, 1998.
- Doi T., *Anatomia della dipendenza*, Cortina, Milano, 1991.
- Duff G., *Il mio profumo*, Garzanti, Milano, 1995.
- Eco U., *La struttura assente*, Bompiani, Milano, 1983.
- Elias N., *La civiltà delle buone maniere*, il Mulino, Bologna, 1982.
- Engen T., *The Perception of Odors*, Academic Press, New York, 1982.
- Faré I. (a cura di), *Il discorso dei luoghi*, Liguori, Napoli, 1992.
- Ferino-Pagden S. (a cura di), *Immagini del sentire. I cinque sensi nell'arte*, Leonardo Arte, Cremona, 1996.
- Fiorani E., *Leggere i materiali*, Lupetti, Milano, 2000.
- Foucault M., *Le parole e le cose*, Rizzoli, Milano, 1967.
- Galland A., *Le Mille e una Notte. Racconti arabi raccolti da Antoine Galland*, De Agostini, Novara, 1966.
- Gogol N., *I racconti di Pietroburgo*, Garzanti, Milano, 1967.
- Gombrich E.H., *Il senso dell'ordine*, Einaudi, Torino, 1984.
- Gontier J., Ellena J.C., *Mémoires du Parfum*, Éditions Équinoxe, Barbentane, France, 2003.
- Grazioli E., *la polvere nell'arte*, Bruno Mondadori, Milano, 2004.
- Grimal N., *Storia dell'Antico Egitto*, RC, Milano, 2004.
- Guidoni E., *Architettura primitiva*, Electa, Milano, 1979.
- Gusman A., *Antropologia dell'olfatto*, Laterza, Roma-Bari, 2004.
- Guy R., *Le Sens du Parfum. I sensi e l'essenza del profumo*, FrancoAngeli, Milano, 2003.
- Gwiazdzinski L., *La Ville 24 hours sur 24*, éditions de l'Aube Datar, France, 2003.
- Hall E.T., *La dimensione nascosta*, Bompiani, Milano, 1966.
- Harris M., *Buona da mangiare*, Einaudi, Torino, 1990.
- Hoag J.D., *Architettura Islamica*, Electa, Milano 1973.
- Holl S., *Parallax*, Postmedia Books, Milano, 2004.
- Holmes S., *Mastino dei Baskerville*, Mondadori, Milano, 1957.
- Hupp R.P., *I sigari*, L'ippocampo, Genova, 2004.
- Huysmans J.-K., *Controcorrente*, Garzanti, Milano, 1975.
- Impelluso L., *La natura e i suoi simboli*, Electa, Milano, 2004.
- Jencks C., Baird G., *Il significato in architettura*, Dedalo Libri, Bari, 1974.

Jencks C., Kropf K. (edited by), *Theories and manifestoes of contemporary architecture*, Academy editions, Chirchester, 1997.

Jodidio P., *Building a new millennium*, Taschen, Köln, 2000.

Kalopissis T., *La livre des maisons du monde*, Gallimard, Paris, 1986.

Laporte D., *Storia della merda*, Multhipla Edizioni, Milano, 1979.

Lenoir J., *Alla ricerca del naso perduto*, Jean Lenoir, 2000.

Lenti Boero D., Puntellini M., *Oltre le parole*, Quattroventi, Urbino, 2000.

Leroi-Gourhan A., *Il gesto e la parola*, Einaudi, Torino, 1977.

Mairani M., *Le navi del cielo*, edizioni dell'Ambrosino, Milano, 1993.

Martinetti F.T., Fillìa, *La cucina futurista*, Christian Marinotti, Milano, 1998.

Marrone G. (a cura di), *Sensi e discorso*, Progetto Leonardo, Bologna, 1995.

Martellotti D., *Architettura dei sensi*, Mancosu Editore, Roma, 2004.

Matvejević P., *Mediterraneo*, Garzanti, Milano, 1991.

McLuan M., *Understanding Media*, McGraw-Hill, New York, 1964.

McLuhan, *Gli strumenti del comunicare*, Net, 2002.

Miller W.I., *Anatomia del disgusto*, Dynamie, McGraw-Hill, Milano, 1998.

Mori T. (a cura di), *Immateriale/Ultramateriale*, Postmedia Books, Milano, 2004.

Naegele I., Baur R., *Scents of the city*, Lars Muller Publishers, Baden, 2004.

Nathan T., *Principi di etnopsicoanalisi*, Bollati Boringhieri, Torino, 1996.

Norbert E., *La civiltà delle buone maniere*, il Mulino, Bologna, 1982.

Nuttgens P., *The Story of Architecture*, Phaidon, London, 1997.

Obrist H.U., *Interviste. Volume primo*, Charta e Edizioni Pittimmagine Discovery, Milano, 2003.

OMA, Koolhaas R., Mau B., *S,M,L,XL*, 010 Publishers, Rotterdam, 1995.

Pasolini P., *Odore dell'India*, Guanda, Milano, 2005.

Pastorelli O., *Il profumo dello spazio*, FrancoAngeli, Milano 2003.

Pastorelli O., Levi S., *Leggere il profumo*, FrancoAngeli, Milano, 2005.

Patetta L., *Storia dell'architettura. Antologia critica*, Etaslibri, Milano, 1989.

Pergola C., *La città dei sensi*, Alinea, Firenze, 1997.

Pierantoni R., *verità a bassissima definizione*, Einaudi, 1998.

Pignotti L., *I sensi delle arti*, Edizioni Dedalo, Bari, 1993.

Plutarco, *Il tempo di Giulio Cesare*, De Agostini, Novara, 1966.

Polo M., *Il Milione*, De Agostini, Novara, 1966.

Proust M., *Alla ricerca del tempo perduto*, Mondadori, Milano, 1998.

Riccò D., *Sinestesia per il design*, Etas, Milano, 1999.

Roob A., *Alchimia & Mistica*, Taschen, Köln, 2003.

Rosebury T., *Igiene e pregiudizio*, Garzanti, Milano, 1970.

Rosetti G., *Notandissimi Secreti de l'arte profumatoria*, Neri Pozza, Vicenza, 1973.

Rossi M., *Il libro del profumo*, TEA, Milano, 2004.

Rovesti P., *Alla ricerca dei profumi perduti*, Marsilio, Padova, 1980.

Sacks O., *L'uomo che scambiò sua moglie per un cappello*, Adelphi, Milano, 2001.

Schittich C., *Building Skins*, Birkhäuser Edition Detail, Basel, 2001.

Shigeru Ban, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1997.

Stoddart D.M., *La scimmia profumata*, CIC edizioni internazionali, Roma, 2000.

Studio Azzurro, *Mediterraneo. Meditazioni*, Silvana Editoriale, Milano, 2002.

Süskind P., *Il profumo*, Tea Due, Milano, 1992.

- Tafuri M., Dal Co F., *Architettura contemporanea*, Electa, Milano, 1979.
- Teofrasto, *De Odoribus*.
- Teyssot G. (a cura di), *Il progetto domestico*, Electa, Milano, 1986.
- Verlaine P., *Trilogia erotica*, Edicart, Milano, 1991.
- Vitruvio, *De Architectura*, Edizioni Studio Tesi, Pordenone, 1990.
- Vroon P., *Il seduttore segreto. Psicologia dell'olfatto*, Editori Riuniti, Roma, 2003.
- Zardini M., *Sense of the City. Un alternative approach to urbanism*, Canadian Centre for Architecture, Lars Müller Publishers, Montréal, 2006.
- Zola E., *Le ventre de Paris*, Gallimard, Paris, 2002.
- Zumthor P., *Atmosphere*, Paths to Architecture, Cologne, 2003.

Anna Barbara e Anthony Perliss scavano in profondità nella relazione inesplorata, ma profonda, tra luoghi e odori. In che modo l'odore di un luogo, di un edificio, influenza la nostra percezione? In che modo l'esperienza olfattiva modifica il nostro comportamento e la comprensione del luogo?

Ripercorrendo la storia dell'olfatto nell'architettura, attraverso le culture e i secoli, *Architetture invisibili* è un'esplorazione inedita di sette grandi binomi che riguardano i luoghi attraverso il più invisibile e trascurato dei nostri sensi.

Anna Barbara è professore associato di Architettura e Design degli Interni presso il Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Presidente di POLI.design; è membro del Board dei Direttori del World Design Organization; co-fondatrice del Global Design Futures Network; Coordinatrice Scientifica (con Venere Ferraro) del D\Tank, il think tank del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano. Co-direttrice con Roger Schmid del Corso di Alta Formazione in Olfactive Design al POLI.design.

Anthony Perliss è cresciuto a San Francisco, da dove si è trasferito a New York per studiare scrittura creativa. Ha lavorato nel mondo del cinema e della fotografia. Ha ripreso i suoi studi a Milano, specializzandosi in analisi sensoriale presso l'Università dell'Immagine. Ha lavorato a Parigi nel mondo della profumeria, traducendo in immagini le sensazioni olfattive. Oggi vive in California dove ha co-fondato la Perliss Estate Vineyards con il padre.