



## **Mobilità**

*Costruire l'autonomia*

Numero 35 - Anno 6

Chiuso in redazione il 21 ottobre 2004

### **Direttore responsabile**

Franco Bompreszi

### **Direttore editoriale**

Carlo Giacobini

### **Segretario di redazione**

Francesco Smerghetto

### **Hanno collaborato alla realizzazione di questo numero**

Bruno Esposito, Carlo Alberto Manzoni, Enrico Orofino, Andrea Pedrana, Antonio Ridolfi, Silvia Rosin, Antonio Tripodi, Roberto Vitali.

### **Redazione**

Casella Postale 264 - 31100 Treviso

Fax 0422.558210

Email: redazione@mobilita.com

In internet: www.mobilita.com

### **Amministrazione**

Viale Corsica, 5/R - 50127 Firenze

Email: mobilita@tin.it

### **Coordinamento raccolta pubblicitaria**

Roberto Vitali

Tel. e fax 0532.719036

Email: vitali@mobilita.com

### **Stampa**

Seregni Industrie Grafiche, Milano

Satiz Srl, Torino

### **Fotocomposizione, impaginazione e grafica**

Puntografica Srl, Torino

Satiz Srl, Torino

Mobilità è un periodico bimestrale edito da Mobilità Servizi Sas - Via P. Toselli, 15 - 50144 Firenze.

Abbonamento: 9 euro (sei numeri)

Pagamento: CCP 40190423

Intestato a: Mobilità Servizi Sas

Via P. Toselli, 15 - 50144 Firenze.

I dati personali dei destinatari della presente rivista sono trattati nel rispetto della legge 31 dicembre 1996, n. 675, relativa alla tutela della privacy.

Autorizzazione del Tribunale di Firenze - 25 marzo 1992, numero di registro 4206.

Tiratura: 20.000 copie

*I testi pubblicati sono di esclusiva proprietà di Mobilità Servizi Sas. Ogni riproduzione, senza preventiva autorizzazione, è vietata.*

## 4 **Mobilità**

### **Sali e guida!**

DI ANTONIO RIDOLFI

## 10 **Autonomia**

### **La casa di Loredana**

DI SILVIA ROSIN

## 18 **SporTurismo**

### **A spasso per Londra**

DI CARLO ALBERTO MANZONI

### **Il decalogo dell'albergatore**

A CURA DI ROBERTO VITALI

### **Il decalogo del turista**

A CURA DI ROBERTO VITALI

### **Suggerimenti olimpiche**

A CURA DI ANDREA PEDRANA

## 42 **SalvAbile**

### **Per un po' di tempo in più**

DI CARLO GIACOBINI

## 46 **Appunti**

### **Sa di buono**

DI ENRICO OROFINO

### **La razza superiore**

DI ANTONIO TRIPODI

### **In breve**

### **Lettere a Mobilità**

# SA DI BUONO

DI ENRICO OROFINO

Gli odori sono in grado di stimolare sensazioni positive, evocare ricordi piacevoli e riportare alla mente scene vissute nel passato e legate proprio ad un determinato profumo. Le relazioni fra cervello e naso sono forti e importanti, spesso molto più importanti per noi di quanto immaginiamo. Tanto profonde da poter essere usate per il proprio benessere se non addirittura, con tecniche e prodotti specifici, nel campo della riabilitazione. Vediamo come assieme ad Enrico Orofino, ingegnere ed architetto impegnato anche nella divulgazione delle tecniche di stimolazione plurisensoriale.

**N**on fare agli altri ciò che vorresti fosse fatto a te: potreste avere gusti differenti. Questa è una battuta che circolava anni fa nel mondo della cooperazione tecnica, ma devo dire che mi è servita spesso di richiamo quando, per l'UNICEF, lavoravo con popoli "diversi", prima in Messico e poi in Africa.

Ed ora che, grazie ai contatti con alcuni studi di progettazione in Inghilterra, sono stato conquistato dall'interesse per le soluzioni di riabilitazione che utilizzano la **stimolazione plurisensoriale**, mi rendo conto che la parola "gusti" racchiude significati che un tempo mi

erano sfuggiti.

Ma poiché i gusti sono in parte legati ai sensi, che, come ricorda Bruno Munari (architetto, uno dei pochi che si è occupato di **tattilismo** ed altre stimolazioni sensoriali) non sono solo cinque, dopo una rapida carrellata concentrerò l'attenzione su uno dei sensi oggi forse meno valorizzati, almeno in riabilitazione: l'**olfatto**.

## È VIETATO NON TOCCARE

Con questo slogan sono stati accolti per oltre tre mesi i visitatori della **mostra di scultura tattile** (ma anche sonora e olfattiva) organizzata dall'Istituto per ciechi "David Chiossone" di Genova ed ospitata nel "cubo", struttura di 10 metri di lato appositamente realizzata e collocata nella zona del porto antico per aumentarne la visibilità e l'impatto.

E proprio per ribadire l'importanza che gli altri sensi, o **sensi vicari** come spesso si dice, hanno nell'ambito della stimolazione basale, il convegno organizzato dal Chiossone agli inizi di giugno ha radunato ricercatori e studiosi della plurisensorialità, che

hanno messo in rilievo le **potenzialità degli stimoli** provenienti da tutti i sensi.

## UN PO' DI STORIA

La stimolazione plurisensoriale (SPs) è una metodologia le cui applicazioni in riabilitazione si sono sviluppate nell'Europa del Nord negli ultimi quindici anni. Attraverso la SPs si cerca di **attivare**, grazie a strumenti e prodotti frutto della ricerca più avanzata ma facilmente reperibili in commercio, **tutti i sensi** della persona disabile per stimolare interessi verso l'ambiente circostante.

L'ambiente va inteso in senso lato: questa metodolo-



gia prevede infatti stimolazioni realizzate in **ambiente dedicato** (centro di riabilitazione, scuola o ospedale) per passare poi a quelle in **giardini** appositamente studiati, fino ad **interventi domiciliari** che hanno particolare importanza nei casi di persone affette, ad esempio, da morbo di Alzheimer.

La stimolazione plurisensoriale ha visto diversificarsi nel tempo vari approcci. L'approccio **Snoezelen** ([www.snoezelen.it](http://www.snoezelen.it)) si basa in particolare su una **progettazione coordinata di strumenti e soluzioni** che coinvolgono elementi **ambientali** (schermature per la luce esterna, colori di pareti, soffitti e pavimenti, texture delle superfici) **visivi** (proiettori di immagini a disco, effetti luminosi), **tattili** (poltrone "musicali" vibranti), **musicali** (musica lounge appositamente selezionata) e di **aromi** in ambiente.

Il metodo Snoezelen è centrato sul paradigma del "**leisure**" (termine che racchiude il divertire e il divertirsi, ma anche lo star bene e il piacere); la strategia di applicazione si basa su sensazioni singole o combinate offerte in funzione delle specifiche esigenze del paziente, la creazione di un'atmosfera e di **esperienze condivise**, l'organizzazione di **avventure sensoriali** basate sull'accessibilità degli strumenti (comandi ed interazioni pensati per il livello di comprensione dei pazienti).

## L'OLFATTO

Come hanno evidenziato gli scienziati **Linda Buck** e **Richard Axel**, recentemente insigniti del **premio Nobel** per la Medicina proprio per i loro studi sulla mappatura dei geni che controllano i recettori olfattivi, l'olfatto è il **senso più primordiale** negli organismi viventi.

Il fiuto è sempre all'opera, anche contro la nostra volontà: respiriamo 23000 volte al giorno e ogni volta annusiamo qualcosa. A differenza di udito e vista, infatti, l'olfatto è un **senso chimico**: la sensazione dell'odore ci colpisce quando un certo numero di molecole "odorose" raggiunge l'epitelio olfattivo, un tessuto alla sommità delle fosse nasali dove si trovano concentrati, in 5 centimetri quadrati, da 10 a 20 milioni di cellule o recettori olfattivi.

E non pochi sono i centri che stanno studiando la possibilità di **migliorare la vita** quotidiana, da quella in casa a quella in ufficio, attraverso l'**effusione**



Flaconcini di "Emozioni olfattive"

negli ambienti di determinati profumi: **agrumi** per sciogliere lo stress, rallegrare e riequilibrare il sistema nervoso (il mandarino è specifico per i bambini), ideali quindi per il riposo notturno. Oppure **menta e rosmarino** per attivare la concentrazione e per una sferzata di energia, profumi perfetti dunque da effondere durante lo studio o il lavoro.

E ancora, per rilassarsi, combattere la confusione mentale e la paura, un dolce **effluvio di lavanda** che ci riporta al sereno. Mentre per sensuali ed avvolgenti notti di passione è la **tuberosa** a farci sognare. Da tempo gli addetti ai lavori, sia del marketing sia dell'**industria delle fragranze**, ricercano il modo d'usare il potere unico che gli odori hanno di **suscitare le emozioni** direttamente nella sede che presiede alla loro elaborazione, il **sistema limbico**, per influire sui comportamenti d'acquisto del consumatore.

È il caso di Trikitrixa, che con le sue Aromatic Sleepers, ciabatte con suola imbevuta di aromi, si propone di conquistare una "fetta" di amanti del relax o della bio-energia, o quello della Società Tecno, specializzata in arredi di alto livello, che ha pensato di utilizzare per una sua linea **tessuti** impregnati con **profumi** che, col calore del corpo e il movimento, vengono rilasciati lentamente.

## L'USO DEGLI AROMI

È singolare come, per una volta, siano i settori della **moda** e dello **spettacolo** ad offrire soluzioni tecnologiche che consentono di sviluppare progetti pilota ▶



Diffusore a piramide

## I PRODOTTI

Sul mercato si trovano varie formulazioni di **essenze**, spesso abbinata ai dispositivi per la loro diffusione. Qualsiasi siano i prodotti usati è necessario, comunque, verificare che essi siano costituiti da **fragranze certificate** e sperimentate sul piano della sicurezza e non interferenza ambientale.

Gli **oli essenziali** (riconducibili ai noti concetti d'aromaterapia e aromacologia) possono essere diffusi per **vaporizzazione** con i **diffusori a caldo**: una resistenza elettrica crea il riscaldamento della piastra nella quale sono versati gli oli singoli o miscelati. In alternativa ci sono i **diffusori a freddo** nei quali una ventola aspira i profumi degli oli versati manualmente su delle "cartucce" di materiale poroso e li diffonde in ambiente.

Oltre alle essenze e agli oli, sono disponibili anche i **profumi d'ambiente**, ossia miscele complesse di oli essenziali. Alcuni esempi di questi prodotti si trovano nel catalogo della HC-engilabes, che commercializza flaconcini di "Emozioni olfattive" da 25 ml (euro 12,00). L'omonimo diffusore, che è indicato per superfici fino a 50 mq, costa 330 euro;

il prezzo per le ricariche da 110 ml è invece di 50 euro. Il diffusore "Signature olfactive" costa di più, circa 400 euro, ma può essere utilizzato in ambienti anche molto ampi, fino a 500 mq.

I profumi d'ambiente possono essere diffusi anche attraverso una **evaporazione puntuale**. L'evaporazione puntuale è un sistema diffusivo localizzato in un punto definito dello spazio (**isola olfattiva**). Si sfrutta l'effetto "camino": la quantità di fragranza è controllata dall'altezza del camino di emissione. Si crea così un sistema in equilibrio dinamico continuo, che consente di controllare l'intensità e la durata del **segnale olfattivo** e di regolare l'ampiezza della zona di percezione. Un esempio di questi prodotti è il diffusore "cubo", distribuito dalla Hc-engilabes, che copre una superficie di 4 mq (25 euro); le ricariche per 70 ore costano 15 euro. Il diffusore "piramide", per superfici fino a 50 mq, costa invece 200 euro.

Per maggiori informazioni: Snoezelen Foundation, fax 055.6810309, email: info@snoezelen.it sito web: www.snoezelen.it

di stimolazione sensoriali con aromi in ambiente. Tali progetti possono essere raggruppati in tre aree. La prima area è quella del miglioramento del **comfort** e dell'**orientamento** all'interno di strutture, che si ottiene diffondendo aromi d'ambiente e creando quindi percorsi olfattivi.

La seconda area è più di ambito riabilitativo: gli aromi vengono usati per il rafforzamento di capacità di apprendimento e di astrazione in persone con **ritardo mentale** o **difficoltà cognitiva**.

La terza area, sempre di ambito riabilitativo, ricorre agli aromi in supporto di attività volte al rafforzamento e **recupero della memoria**. Per ragioni di spazio ci concentriamo su quest'ultimo aspetto.

## IL RECUPERO DELLA MEMORIA

Il funzionamento della memoria olfattiva è tale che i **primi ricordi** olfattivi che risalgono all'infanzia sono i più potenti nella loro capacità di suscitare delle emozioni gradevoli e anche i più facili da riattivare. In effetti, le **memorie olfattive** non svaniscono mai e la loro forza dipende dall'importanza che ha avuto la situazione in cui l'odore è stato percepito nel processo

d'apprendimento delle persone. Più antiche sono le memorie olfattive, più profonde sono le emozioni che risvegliano. Questa caratteristica viene spesso utilizzata con persone colpite da demenza senile ed in particolare dall'**Alzheimer**. A titolo di esempio si possono citare altri tre ambiti di intervento.

Il primo è quello delle **sessioni di cucina**: spesso nei "gruppi" Alzheimer tali momenti hanno lo scopo di innescare reazioni emotive suscitate dalle fragranze. Se, ad esempio, informazioni su una paziente rivelano che aveva una particolare predilezione per la torta di mele, si è visto che il cucinare tale torta offre stimoli al gusto e all'olfatto



Diffusori a cubo

che rappresentano vere e proprie **"ancore sensoriali"** evocatrici di ricordi e di emozioni e quindi di **stimoli positivi** per il cervello e per lo stato d'animo.

Ovviamente la possibilità di diffondere aromi (dalle mele al cioccolato o vaniglia) in modo indipendente costituisce un vantaggio notevole.

Tali attività sono in linea con quanto è emerso da ricerche scientifiche sulla materia: gli studi di King, ad esempio, hanno dimostrato la possibilità di stabilire un'**associazione duratura** tra un **odore** ed uno **stato d'animo** che può quindi essere rievocato in tempi successivi alla percezione dell'odore stesso.

In tali studi il condizionamento avveniva a livello inconscio, nel senso che i soggetti sottoposti al-



"Merlino": luci e aromi per momenti di relax

l'esperimento ignoravano di essere esposti ad una fragranza.

Un secondo impiego è quello del **riequilibrio dell'umore**: si è visto

che alcuni aromi, registrati dalla memoria olfattiva individuale, hanno **effetti universali**. Alcuni si rivelano **rasserenanti** e **antipanico** (bergamotto, lime, neroli, lavanda, maggiorana, rosa, cipresso), altri hanno effetti **tonificanti** e **antidepressivi** (limone, arancio, verbena, gelsomino, sandalo, ylang-ylang). Se volessimo indurre una sensazione di felicità, dovremmo necessariamente individuare quale ricordo generalmente potrebbe far rievocare un **pensiero felice** e da un'inchiesta su un numero significativo di persone è emerso che tale ricordo è legato a momenti dell'**infanzia**.

Proprio per tali ragioni, sono stati prodotti vari aromi ambientali battezzati "felicità", ottenuti con una profumazione a base di essenza di talco che ricorda inevitabilmente quei momenti in cui venivamo massaggiati dalle mani di nostra madre, facendoci così rievocare il "pensiero felice".

Non vanno dimenticati, infine, i meccanismi fisiologici di base quali quello dell'appetito: se infatti nei nuclei Alzheimer la **mancanza di appetito** costituisce un serio problema, la possibilità di stimolarlo attraverso aromi (dal cappuccino e brioche fino al cioccolato o al pane di mais) può aiutare non poco sia l'alimentazione sia le problematiche connesse (elevato consumo di lassativi).

Non sempre però si ottengono risultati positivi: basta, infatti, utilizzare un erogatore o un **profumo non adatto** per ottenere l'esatto contrario di ciò che ci eravamo preposti. A Milano, per esempio, l'estate scorsa un'azienda di trasporti ha adottato un sistema che a causa della **concentrazione eccessiva** di profumo causò a passeggeri ed autisti mal di testa e nausea: l'esperimento venne interrotto.

Anche nel caso degli aromi è quindi importante lavorare secondo una progettualità ben definita: è essenziale, cioè, conoscere cosa offre il mercato ed utilizzare **soluzioni appropriate** (sistemi di erogazione adeguati, fragranze la cui composizione sia il più possibile naturale ed equilibrata, una corretta disposizione all'interno dell'ambiente ecc.) scelte in funzione dei risultati che si vogliono ottenere.

Con il semplice rispetto di tali accorgimenti la stimolazione olfattiva riserverà non poche sorprese, per noi e per gli altri.