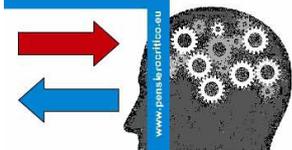


Più del 99 per cento delle specie – animali, piante, funghi e microrganismi – affida la comunicazione tra i propri membri esclusivamente, o quasi esclusivamente, a un certo numero di sostanze chimiche (i feromoni)

Circa duecento anni fa, l'anatomista Ludvig Levin Jacobson descrisse un organo anatomicamente distinto all'interno della cavità nasale piena di cellule chemorecettive e, senza produrre prove, lo soprannominò il "naso sessuale" come potenziale mediatore della risposta ai feromoni. Esperimenti successivi hanno suggerito che il naso sessuale, ora denominato "organo vomeronasale", risponda ai feromoni mentre i neuroni chemorecettivi che risiedono nell'epitelio olfattivo principale, avviano la percezione degli odori. Non è ancora stato chiarito scientificamente se i feromoni agiscano ancora nella specie umana, mentre sono sicuramente attivi nelle specie con un sistema nervoso più semplice, quale quello degli insetti. E a causa di questo motivo vengono usati dall'uomo, in agricoltura, per il monitoraggio delle infestazioni e per la gestione dei trattamenti insetticidi. I feromoni sembrano gestire la comunicazione chimica in specie quali insetti, anfibi e serpenti nelle quali, oltre al compito riproduttivo, hanno anche il compito di segnalare i predatori. A questo proposito il biologo Edward O Wilson scrive: *"Più del 99 per cento delle specie – animali, piante, funghi e microrganismi – affida la comunicazione tra i propri membri esclusivamente, o quasi esclusivamente, a un certo numero di sostanze chimiche (i feromoni). Vengono distinte anche altre*



sostanze chimiche (gli allomoni), così da riconoscere specie diverse i cui membri possono essere prede, predatori o partner simbiotici". I ricercatori medici Jeffrey Pedersoli e Serge Wunsch scrivono: "Il mercato economico dei feromoni umani, per molti laboratori e profumieri, è potenzialmente molto importante. Infatti le pubblicità promettono che la seduzione di un partner andrà a buon fine in modo semplice, rapido ed efficace. E per dare massima credibilità all'efficacia dei prodotti, i responsabili commerciali utilizzano i risultati scientifici più esaurienti, ma omettono generalmente di citare nei riferimenti scientifici presentati sui loro siti Internet o nei loro opuscoli commerciali i lavori che invalidano i loro risultati. Per esempio il sito internet del Dr. Winnifred Cutler pone particolarmente l'accento sui risultati del suo laboratorio pubblicati nelle riviste scientifiche. Ma non vi è nessuna indicazione dei lavori che suggeriscono che i feromoni avrebbero ormai un ruolo solo marginale nella sessualità umana, come la pubblicazione che evoca dei problemi metodologici nell'analisi statistica dei due esperimenti chiave del Dr. Cutler, o l'importante sintesi realizzata da uno specialista dell'olfattazione". Comunque ognuno di noi può togliersi lo sfizio di verificare personalmente l'effetto dei feromoni umani per attrarre dei partner, sfruttando l'ampia disponibilità di prodotti sul mercato.