

EL AROMA DEL ESPACIO

Si por un momento, cerráramos los ojos y pensáramos cuál es el sentido imperante en nuestras vidas, seguro que más de un lector o lectora se decantaría por la vista. De acuerdo, es cierto que el 50% de nuestra corteza cerebral (la zona donde ocurre la percepción, entre otras cosas) está destinada a la función visual, pero el olfato tiene un papel fundamental y, sin embargo, es uno de los sentidos más infravalorados.

ALBA IRIGOYEN GÓMEZ

eQgest - Regulatory Integrated IT Solution

Si nuestro cerebro es capaz de discriminar y retener más olores que colores (tenemos mil receptores olfativos, mientras que para la vista tenemos cuatro), tal vez ha llegado el momento de colocar el sentido del olfato en el lugar que merece y desaturar este mundo de estímulos visuales.

LA FISIOLÓGÍA DEL OLFATO

Hasta hace poco, se pensaba que el sentido del olfato en el ser humano no era muy importante. En realidad no existía ninguna evidencia sobre esto, más que observaciones subjetivas. Sin embargo, diversas investigaciones han demostrado que -a pesar de que la parte del cuerpo que detecta los olores es muy pequeña- buena proporción de la zona del cerebro donde se perciben las sensaciones está dedicada a las olfativas. Pero la importancia del olfato es de mayor alcance, ya que sin él se verían afectados procesos como la memoria, el lenguaje, el comportamiento, el sistema nervioso autónomo (el que se encarga de las acciones reflejas) y las emociones (factor imprescindible en la toma de decisiones). Gracias al olfato, identificamos, clasificamos, construimos nuestro gusto y personalidad, deseamos o rechazamos, creamos vínculos sociales

y decidimos (el 95% de las decisiones parten del subconsciente).

Respiramos las 24 horas del día (de no ser así, mal plan). Al hacerlo, aspiramos las sustancias volátiles del aire; los receptores de las fosas nasales las transforman en una señal eléctrica que se envía al bulbo olfatorio; éste manda la información a otras partes del cerebro, por ejemplo, al sistema límbico. Ahí se encuentran la amígdala, responsable de que el aroma se conecte a una emoción, y el hipocampo, lo mismo pero al recuerdo. Somos lo que respiramos. Nuestras horas de vigilia están estrechamente ligadas a los olores que nos rodean. Sin olfato, nos quedaríamos sin uno de los principales sistemas de alarma para saber si algo es una amenaza para nosotros. No sólo eso. Perderíamos calidad de vida, capacidad de gozar. Las experiencias se tomarían mate. Nuestra memoria cojearía, los viajes en el tiempo serían imposibles. ¿A quién no le gusta entrar en un horno, respirar a fondo y recordar el insuperable pastel de manzana que nos preparaba la abuela para merendar? O ¿es que a alguien no le gusta pasar por delante de una tienda de especias y teletransportarse a los bazares de Estambul, sin pasar por el aeropuerto?

EL SENTIDO DE LA ARQUITECTURA

Mencionar el aeropuerto no es casual. Los aeropuertos siempre suscitan

sensaciones. Se trata de un lugar ligado a experiencias intensas, por ejemplo, al placer de unas vacaciones o, tal vez, a un viaje para cerrar un posible negocio. En un aeropuerto nos guía el olfato: el aroma de la cafetería, del baño, de los productos de limpieza, de la tienda de ropa, de la zona de espera, del reposacabezas del avión, del perfume de los que van y vienen... Incluso, el aroma de mi libro, que también forma parte de toda esta experiencia. Para las que viajamos a menudo, un aeropuerto se convierte en nuestra segunda casa y, también, un buen ejemplo para hablar de aroma, espacio y tiempo.

Hasta ahora, arquitectura iba ligada a adjetivos como sólida, estática, fría o funcional. Pero esa visión es muy limitada. La arquitectura es tiempo, una experiencia efímera que debe contemplarse desde una perspectiva más amplia (y lenta) que una cuestión de luces, sombras y volumen. Bajo la hegemonía del sentido de la vista, Albert C. Smith, Julio Bermúdez y Seth Strielfel sugieren que la percepción olfativa ha quedado marginada en la disciplina de la arquitectura, dada la condición de invisibilidad. Juhani Pallasmaa habla de una arquitectura inhumana con tendencia a sobrevalorar la retina, en detrimento del resto de sentidos, una arquitectura que busca el impacto visual en tiempos de inmediatez; Pallasmaa defiende la

arquitectura de los sentidos. Para Edmund Bacon, "uno de los principales propósitos de la arquitectura es exaltar el drama de la vida. La arquitectura debe, entonces, proveer espacios diferenciados para actividades diversas y debe articularlos en tal forma que se refuerce el contenido emocional del acto particular de vivir que se lleva a cabo en ellos".

Entonces, el aroma. Si algo puede darle ese toque dinámico, sensible y emotivo a la arquitectura es el aroma. En este aspecto, la industria de las fragancias ha empezado a oler las posibilidades de este mercado, que hasta hace unos años se centraba en remediar los malos olores. Actualmente, el sector explora el uso de las fragancias como generadoras de experiencias en el visitante o cohabitante del espacio, en cómo crear la identidad del lugar y en la capacidad de establecer vínculos espaciales. Hemos pasado de la arquitectura funcional al diseño de experiencias; de consumir el espacio a llenar el vacío. De ir a querer volver.

Como un pintor con su paleta de colores, el perfumista mezcla las notas hasta obtener la composición deseada, ante la que nos rendiremos al hacerse con nuestra pituitaria. Hay fragancias de todo y para todo, una biblioteca alejandrina de aromas. Tal vez nos quede la duda de si estamos comprando un coche nuevo o un coche que huele a nuevo, pero de lo que no cabe duda es que lo real es la experiencia inolvidable. En tiempos en los que casi todo se puede hacer de forma virtual, hay que premiar al que hace uso del espacio público y la alquimia es una aliada.

LA SEGURIDAD DEL AROMA

El concepto 'espacio público' también va ligado a seguridad. Así que además de procurar que un lugar huela bien, es esencial que el producto utilizado para



perfumar sea seguro y se acoja a las normativas. Entran en juego la regulación de cada país, la legislación comunitaria (CLP, REACH, Reglamento cosmético) y organismos como la Asociación Internacional de Perfumería (IFRA o International Fragrance Association), que establece unos estándares de seguridad a los que la industria de las fragancias debe acogerse. ¿Cómo funciona? Anualmente, un comité de expertos evalúa una selección de productos de distintos países y certifica que las compañías cumplen el Código de Buenas Prácticas de IFRA. El documento aporta recomendaciones de uso respecto a las sustancias utilizadas como ingredientes en fragancias, las cuales se clasifican como: prohibidas, restringidas y especificadas, según criterios de calidad y pureza.

Estamos rodeados de aromas. Se usan -como ya hemos dicho- para ambientar los espacios, pero también en los productos de limpieza, los de higiene personal, los cosméticos, los perfumes, los suavizantes, los detergentes, etc. Para la fabricación de aromas se pueden llegar a usar más de 2500 ingredientes, algunos de origen natural y otros sintéticos. No tener en cuenta las recomendaciones y normativas puede tener un impacto muy negativo para la industria. Disponer de información actualizada puede prevenir grandes pérdidas, no sólo directas por lo

que significa retirar partidas del mercado, cambios en el etiquetado y en la producción, también por cómo puede afectar a la reputación de la marca. En este artículo hemos hablado del vínculo que genera el aroma y el binomio perfume-marca tal vez sea uno de los ejemplos más consistentes. Pues bien, en 2014, la Comisión Europea cuadruplicó la lista de sustancias consideradas susceptibles de provocar alergias y reacciones adversas, además de prohibir determinados ingredientes por ser nocivos. Esto afectó a más 9000 perfumes, que se vieron obligados a variar su fórmula y, en consecuencia, al secreto de su éxito.

No se puede bajar la guardia. La industria tiene la responsabilidad de velar por la seguridad de las personas y la protección del medio ambiente, pues las fragancias no son otra cosa más que mezclas de sustancias químicas y, como tal, están afectadas por el Reglamento REACH. De este modo, los datos sobre la seguridad de las sustancias se van actualizando, a lo que también contribuye el Código de Buenas Prácticas de IFRA, que se revisa anualmente. ¿Qué implica todo esto para la industria del perfume, las fragancias y los aromas? Estar constantemente en alerta, dado que la información y la legislación pueden variar en cualquier momento, lo cual obliga a la industria a hacer adaptaciones ■