

VIVIENDO CON *Olores*

Los olores se perciben con cada respiración que hacemos y son interpretados inmediatamente por las partes más ancestrales de nuestro cerebro. En los últimos años, investigadores y profesionales, desde las neurociencias hasta las humanidades, se han esforzado por comprender mejor el sentido del olfato, que determina profundamente, aunque a menudo sin saberlo, nuestra forma de vivir: nuestros hábitos alimentarios, interacciones sociales, emociones, e incluso nuestro bienestar y seguridad. Aunque de naturaleza esquiva y efímera, los olores pueden utilizarse a propósito para mejorar muchos aspectos de nuestra vida. Además, a pesar de haber sido descuidado durante mucho tiempo en Occidente, el olor también puede tener valores culturales, estéticos y prácticos, como demuestran varias culturas antiguas y extranjeras.

En manos de los diseñadores contemporáneos, cuyo trabajo consiste en considerar las interacciones de las mentes, los cuerpos y las cosas, los olores son mediados de manera innovadora para suscitar una forma de nueva conciencia sensorial. Esta exposición presenta a unos 40 de estos diseñadores y artistas de todo el mundo cuyo trabajo refleja y participa en la creciente culturalización de todo lo olfativo. Trabajando con el sentido del olfato y en torno a él, teniendo en cuenta sus especificidades neurobiológicas, históricas, sociales y estéticas, estos profesionales intentan cambiar la forma en que nos relacionamos e interactuamos con el mundo. Sus esfuerzos informados son un incentivo para utilizar nuestra nariz para observar los objetos desde un punto de vista diferente y, a la inversa, para utilizar los objetos para aprovechar y dar sentido al olor de formas novedosas, contribuyendo así al advenimiento de nuevas alfabetizaciones olfativas.

La expresión «diseño olfativo» puede referirse a una serie de prácticas que abarcan, entre otras cosas, la fabricación de fragancias, el marketing olfativo, la escenografía, la arquitectura e incluso la planificación urbana. *Viviendo con Olores* se centra en los objetos, no sólo en los productos perfumados, sino en las interfaces creativas y artísticas para ofrecer aromas con múltiples resultados de diseño, desde los hedónicos hasta los funcionales. Se presenta una colección sin precedentes de objetos olfativos útiles, significativos y bellos que se pueden descubrir tanto con los ojos como con la nariz.

Los artistas y estudios participantes incluyen a Antonio Gardoni, Charline Ronzon-Jaricot, Nendo, Unfold studio, Ariane Shirvani, Sofia Caraza, JIA, José Bermúdez, Sara Ricciardi, Kaja Solgaard Dahl, Outofstock studio, Gilles Belley, Monica Förster design studio, atelier oï, Rui Pereira & Ryosuke Fukusada, Zanellato/Bortotto, Kin Objects, Noé Duchaufour Lawrance, Susana Soares, Lizzie Ostrom, Claudia Adiwijaya, Lena Saleh, Jody Kocken, Philipp Emrich, Daniele Bortotto, Julie de Mol, Ebram Investments, Zsofia Kollar, Liza Witte, Peter de Cupere, Lena Beigel, Virginia San Fratello and Ronald Rael, Patrick Palcic, OVR Technology, Karen Campa & Katie Dobberstein & Fabien Florek & Corinna Hartinger, Carla Bengtson, Ani Liu, tipstudio.

Curadoras Invitadas: Elisabetta Pisu y Clara Muller.

No. 1

FORMAS DE PERCIBIR. CULTURA(S) OLFATIVA(S) Y CONTEMPLACIÓN

Se dice que hay que pararse a oler las rosas. La verdad es que rara vez nos detenemos a oler algo, y sin embargo hay tanto que sentir y explorar cuando las moléculas volátiles entran en contacto con nuestros receptores olfativos. En esta sección dedicada al valor estético y cultural de los olores, los objetos expuestos nos invitan a descubrir lo que es oler de verdad, deliberada y reflexivamente. Provocan gestos y comportamientos inusuales, permiten una atención focalizada, una percepción matizada que pone de manifiesto las notables capacidades de nuestra nariz y nuestro cerebro olfativo. Este tipo de atención refinada forma parte desde hace mucho tiempo de algunas culturas con creencias y prácticas milenarias asociadas al olfato, ya sean profanas -como el arte japonés del Kōdō, que implica una forma de contemplación olfativa- o eminentemente espirituales. En efecto, desde la antigüedad la mayoría de las religiones han tenido una relación espiritual con el perfume -del latín per fumum, «a través del humo»- y todavía es costumbre en numerosas culturas quemar sustancias aromáticas como parte de los rituales religiosos. A lo largo de los siglos, muchos objetos de alto valor mecánico y estético han sido diseñados con este fin. Hoy en día, los diseñadores hacen referencia a estas culturas, reinventan las tradiciones, reinterpretan las leyendas y reutilizan las formas rituales para convertirlas en originales objetos olfativos y forjar una cultura olfativa contemporánea.

NOTAS AL MARGEN

1. **Aprendiendo a oler**

¿Sabía que nadie nace con un sentido del olfato especialmente agudo? Por supuesto que hay algunas diferencias en la forma de oler de las personas. La forma de percibir un olor depende de su genoma, de su cultura, de la atención que le preste, de su estado psicológico y de si se ha encontrado con él previamente o no. Pero, a menos que se sufran trastornos o lesiones específicas, cuanto más se preste atención al olor, más se podrá oler. Se cree que la nariz humana es capaz de discriminar entre varios millones de olores diferentes, incluso en concentraciones muy bajas. Algunas personas, sobre todo los perfumistas, son incluso capaces de imaginar olores o combinaciones de olores, del mismo modo que se puede imaginar un color con los ojos cerrados. En un escáner cerebral, su córtex orbitofrontal parece más grueso que la media: ¡todo es cuestión de practicar!

2. **Orígenes antiguos**

¿Sabía que la perfumería nació en la Edad de Bronce en Egipto y Mesopotamia, junto con la dimensión sagrada de los perfumes, que luego formaría parte de muchas civilizaciones antiguas? A partir del siglo VIII, los aromas acompañaron el asentamiento de los griegos en la orilla del Mediterráneo antes de democratizarse en el periodo helenístico, cuando se abrieron nuevas fuentes de materias primas gracias a las conquistas de Alejandro. La paz romana permitió entonces una amplia circulación de los perfumes y una gama cada vez más rica de técnicas y productos. Las fuentes escritas y los hallazgos arqueológicos -vasos utilizados como recipientes y dispensadores, pero también residuos orgánicos reales- aportan datos importantes sobre cuáles eran las antiguas composiciones aromáticas -resinas, plantas, especias, aceites, secreciones animales- y cómo se utilizaban. Algunas eran usadas por hombres y mujeres con fines cosméticos o terapéuticos, otras eran ofrecidas a los dioses, quemadas en cultos, ceremonias públicas e integradas en rituales funerarios.

3. **Aromas en la Edad Moderna**

¿Sabía que, tras siglos en los que los filósofos occidentales socavaron el sentido del olfato, en la Europa del siglo XIX surgió un renovado interés por las cuestiones olfativas? La gente empezó a preocuparse por erradicar los malos olores -o «miasmas»- de los espacios exteriores e interiores, por un lado, y por crear los aromas más bellos y sofisticados jamás oídos, por otro. En efecto, la perfumería entraba en la era industrial gracias al descubrimiento de la química sintética. Los investigadores empezaron a producir moléculas sintéticas en laboratorios, ya fueran moléculas preexistentes en la naturaleza o completamente nuevas, lo que abarató la producción, puso los productos aromáticos a disposición de un público más amplio, pero también amplió las posibilidades creativas de los perfumistas, convirtiendo su oficio en un arte. Esta nueva fascinación por el sentido del olfato en la vida moderna se reflejó en la literatura, el arte y el entretenimiento.

4. **Oliendo el mundo**

¿Sabía que en algunas partes del mundo, especialmente en las regiones tropicales, donde los olores son más fuertes y diversos- el olor tiene importantes funciones socioculturales y cosmológicas? En algunas sociedades, los aromas son significantes culturales, no subjetivos ni arbitrarios, sino aprendidos como construcciones sociales compartidas. Los investigadores de la antropología sensorial han descubierto muchos ejemplos de pueblos para los que los olores desempeñan un papel estructural importante, como los ongees de la pequeña isla de Andamán, los batek negritos de la península malaya o los sereer ndut de Senegal. En estas cosmologías extranjeras, los olores pueden determinar órdenes religiosos, naturales y políticos, imponer estructuras sociales, orientar la sociabilidad humana, participar en la comunicación entre humanos y espíritus, organizar el espacio físico e ideológico, encarnar conceptos como el tiempo, la vida o la muerte, y ser portadores de muchos otros significados simbólicos. Estas personas no sólo comparten visiones del mundo, sino que también «huelen al mundo».

No. 2

DE LA NARIZ A LA VISTA. EL PODER Y LA BELLEZA DE LA NATURALEZA

Esta segunda sección es una exploración de la estética de los difusores de aromas de diseño único en la que hay más de lo que se ve. Contrarios a los ingenieros de difusión de aromas, los diseñadores se preocupan por tanto por el aspecto de las cosas tanto como por su tecnicidad. Así, se enfrentan al reto de crear objetos situados entre la belleza y la eficacia, la apariencia y la funcionalidad, al tiempo que tratan una materia invisible e intangible. Trabajan con una serie de técnicas de difusión de baja tecnología -acción capilar, dispersión, vaporización, calentamiento, etc.- y hacen hincapié en los materiales, las formas, las texturas y los movimientos inspirados en recursos, formas y fenómenos naturales. Además, como los olores son cinéticos por naturaleza, algunos diseñadores han creado objetos que facilitan tanto el movimiento como su visualización, a menudo apelando al poder de los cuatro elementos. ¿Cuándo somos más conscientes de los olores que cuando una brisa cálida nos lleva un olor a la nariz? ¿Que cuando empieza a llover o cuando arrugamos una hoja entre los dedos? Éstas son algunas de las sensaciones que los diseñadores se esfuerzan por reproducir a escala reducida, sin dejar de capturar la belleza intemporal de la naturaleza. Así, algunos de los difusores que se presentan aquí llegan a parecerse a obras de arte ornamentales y escultóricas, dando protagonismo a la fisicidad y la organicidad sobre la tecnología.

NOTAS AL MARGEN

1. Percepciones intermodales

¿Sabía que las experiencias congruentes entre distintos tipos de estímulos pueden afectar a la percepción global? Por ejemplo, se ha demostrado que la respuesta cerebral de los bebés de tres meses al ver caras se altera cuando se presentan simultáneamente olores maternos. A la inversa, nuestra experiencia de un olor se ve influida por estímulos táctiles, sonoros y visuales congruentes, nos demos cuenta o no. La respuesta hedónica a un olor similar diferirá si a la persona se le presenta una imagen de queso o de calcetines sucios, y el vino blanco coloreado subrepticamente con tinte rojo inodoro se describirá casi siempre con términos de vino tinto. Las investigaciones en el campo de la percepción intermodal también han demostrado que incluso los individuos no cinestésicos tienden a asociar los olores con determinados tonos, brillos, colores, sabores y formas. Los olores de los cítricos, por ejemplo, tienden a evocar formas angulosas y puntiagudas y sonidos agudos. Una mejor comprensión de estas correspondencias intermodales podría conducir a un mejor diseño de productos, interfaces y entornos, y a una mejor comunicación no verbal.

2. El olor de la lluvia

¿Sabía que el olor que exhala la tierra cuando llueve lleva un poético nombre griego? El término Petrichor -de las palabras griegas *petra*, «rocas», e *ichor*, «sangre de los dioses»- fue acuñado por los investigadores australianos Isabel Bear y Dick Thomas en 1964. Este olor característico se compone de aceites volátiles exudados por ciertas plantas durante los periodos secos y absorbidos por los suelos y las rocas, y de geosmina, un subproducto metabólico de ciertas bacterias que se encuentran en el suelo y que huele a remolacha. Cuando las gotas de lluvia golpean una superficie porosa, como el suelo o el hormigón rugoso, atrapan pequeñas burbujas que salen disparadas hacia arriba y estallan, expulsando aerosoles que liberan los compuestos olorosos, un fenómeno que puede servir de inspiración a artistas y científicos por igual. El olfato humano es extremadamente sensible al olor sedimentario y terroso de la geosmina, incluso en concentraciones muy bajas, posiblemente porque nuestros antepasados dependían del clima lluvioso para sobrevivir.

3. Inspirado por la naturaleza

¿Sabía que el propio arte de la perfumería tiene su origen en los productos de la naturaleza? Desde los albores de las civilizaciones, la humanidad ha encontrado formas de extraer las preciosas fragancias de las flores, los árboles, las plantas aromáticas, las raíces, las especias e incluso los animales. Las técnicas para obtener materias primas naturales han evolucionado y se han multiplicado con el tiempo, desde la maceración, el enfleurage y la expresión, hasta la destilación, la extracción con disolventes y, más recientemente, la extracción con CO₂ supercrítico. Sin embargo, algunas flores fabulosamente perfumadas -como los lirios, los claveles, las peonías, las madreselvas y muchas otras-, no almacenan sus aceites esenciales y, en consecuencia, se resisten a la extracción.

Por ello, los perfumistas han encontrado formas de imitar los aromas de estas esquivas «flores mudas» asociando otros ingredientes naturales y moléculas sintéticas. Desde los años 80, la tecnología del espacio libre, la cromatografía de gases y la espectrometría de masas pueden ayudar a los perfumistas analizando la composición de los COV emitidos por las plantas y traduciéndola en un gráfico que pueden interpretar, cada uno con su propia sensibilidad.

No. 3

EL AROMA DEL CUIDADO.

SALUD Y BIENESTAR

Los perfumes solían estar profundamente asociados a la farmacopea. Desde la antigüedad hasta el siglo XIX, se han utilizado, de forma más o menos adecuada, con el fin de prevenir y tratar una gran variedad de trastornos. A pesar del auge de la medicina moderna y de los productos farmacéuticos, el sentido del olfato se sigue empleando de forma diversa para mejorar la salud. Si bien puede ser una poderosa herramienta de diagnóstico, capaz de detectar compuestos volátiles que indican enfermedades, su pérdida también puede señalar infecciones, enfermedades neurodegenerativas o incluso depresión. Además, como las moléculas volátiles penetran en el cuerpo a través de la nariz, donde las neuronas olfativas están en contacto directo con el mundo exterior, pueden influir en nuestro estado fisiológico y psicológico. Pero los aromas necesitan interfaces para utilizarse adecuadamente en este ámbito. Uno puede pensar en las peculiares máscaras que llevaban los médicos de la peste a finales de la Edad Media en Europa, diseñadas con largos picos para sostener plantas aromáticas protectoras. Los diseñadores que se presentan en esta sección han creado objetos que permiten que los olores y las fragancias interactúen con el cuerpo y actúen sobre él de forma beneficiosa, ya sea para el diagnóstico olfativo o de forma más performativa inspirada en la aromaterapia y la aromacología. Estos objetos están diseñados a fin de mediar con los olores de manera que afecten positivamente a la salud mental, el bienestar y la vida cotidiana, desde la regulación emocional, la gestión del sueño o el entrenamiento de la acomodación, hasta el cuidado de los ancianos. Algunos incluso están pensados para ayudar a los pacientes a hacer frente a otras patologías, como las deficiencias sensoriales o las alergias, ampliando los horizontes del diseño olfativo en el ámbito de la sanidad.

NOTAS AL MARGEN

1. Olfato en el útero

¿Sabía que el sentido del olfato es uno de los primeros sentidos en ser plenamente funcional en el feto? La nariz empieza a formarse en el primer trimestre y a partir del sexto o séptimo mes de embarazo empezamos a aprender los olores a través del líquido amniótico. Por tanto, la dieta de nuestra madre influye en nuestras preferencias olfativas y gustativas incluso antes de nacer, pero también después, a través de la lactancia. La capacidad de respuesta olfativa se evaluó, por ejemplo, en neonatos nacidos de madres que habían consumido o no el sabor del anís durante su embarazo. A continuación, se realizó un seguimiento de ambos grupos de bebés para detectar marcadores conductuales de atracción y aversión cuando se exponían al olor del anís, y los bebés nacidos de madres consumidoras de anís mostraron una preferencia estable por el olor del anís en los primeros días de vida. Los bebés recién nacidos también son capaces de reconocer a su madre por el olor de su piel y de la leche materna mucho antes de poder reconocer completamente su rostro.

2. Por qué los mamíferos huelen

¿Sabía que el sentido del olfato de los mamíferos dicta muchos de sus comportamientos más importantes? Desempeña un papel esencial en la alimentación (encontrar comida, identificar lo que es comestible, regular el apetito), en la sociabilidad (reconocer a los parientes, percibir los estados emocionales, encontrar pareja), en la evitación de peligros (detectar sustancias tóxicas, abetos o depredadores), así como en la orientación (para seguir una pista, identificar un territorio o una ruta migratoria). La información olfativa viaja especialmente rápido en el cerebro porque el sentido del olfato está diseñado para desencadenar respuestas rápidas. Esto explica también que la reacción más inmediata a un olor sea clasificarlo como bueno o malo: la atracción o el rechazo inmediatos son una necesidad evolutiva para la supervivencia. Ante un olor considerado desagradable, el córtex insular puede incluso desencadenar mecanismos de defensa involuntarios, como fruncir la nariz, toser, estornudar o vomitar. Los juicios olfativos se hacen todo el tiempo sin que nos demos cuenta y guían nuestros comportamientos cotidianos al igual que guían a los animales.

3. La vida sin olor

¿Sabía que antes de Covid-19 la pérdida del sentido del olfato era una afección rara y bastante desconocida? Cuando no es consecuencia de un defecto de nacimiento, la anosmia suele estar causada por daños en el nervio olfativo que pueden producirse tras un traumatismo craneal, una infección vírica, ciertas alergias e infecciones de las vías respiratorias superiores, o como consecuencia de enfermedades inflamatorias crónicas y trastornos neurológicos. Aunque el sentido del olfato puede volver al cabo de un tiempo, en algunas situaciones también puede no volver nunca. Las consecuencias de esta pérdida no deben tratarse a la ligera. Abarcan la pérdida del apetito y del deseo sexual, la ansiedad, la depresión y un fuerte sentimiento de aislamiento, confusión y frustración. Vivir sin olfato también puede resultar peligroso por la incapacidad de detectar fugas de humo o gas. Desde el comienzo de la pandemia de Covid-19, han florecido protocolos de entrenamiento olfativo con el objeto de ayudar a las personas a recuperar su sentido del olfato y, con él, su sensación de estar plenamente vivos.

4. El perfume como medicina

¿Sabía que desde sus orígenes, el perfume se ha utilizado por sus virtudes terapéuticas? Muchos materiales aromáticos se utilizaban como antisépticos -como la mirra, la lavanda o el romero- o por sus efectos curativos -como el benjuí-. Desde la Edad Media hasta el siglo XIX, numerosos perfumes se hicieron famosos por sus propiedades medicinales, como el Agua de las Carmelitas y el Agua de la Reina de Hungría en el siglo XIV, el Vinagre de los Cuatro Ladrones que supuestamente protegía contra la peste, e incluso la famosa Agua de Colonia, inventada en el siglo XVII por Jean-Paul Féminis y considerada durante mucho tiempo una verdadera panacea. A lo largo de la historia se han diseñado muchos objetos para transportar y utilizar estos aromas milagrosos, como las máscaras de pico de los médicos de la peste, en las que las plantas aromáticas filtraban y purificaban el aire respirado. Para protegerse, las personas de la clase alta también llevaban vinagreras, pequeñas cajas para guardar esponjas empapadas en vinagre perfumado, así como pomandras, joyas cinceladas huecas rellenas de materiales aromáticos.



UN ARTE DE VIVIR PERFUMADO. UN NUEVO SENTIDO DE PRESENCIA Y PLACER

Tanto si emanan de forma natural de los materiales y objetos de construcción como si se añaden deliberadamente a los ambientes, los aromas contribuyen a crear una atmósfera y una sensación de lugar. Nos arraigan en espacios concretos, moldean la forma en que nos sentimos en ellos y los anclan en nuestra mente. Luego de tres siglos de una cruzada occidental de desodorización que anhelaba espacios olfativamente silenciosos, la aromatización de ambientes se ha convertido en una práctica hedonista habitual en hogares, oficinas, tiendas y otros espacios comunes. Especialmente en el hogar, la gente busca ahora un aroma distinto, familiar y placentero. Los diseñadores de esta sección han encontrado formas innovadoras de introducir los olores en nuestro entorno cotidiano a fin de crear una forma de arte de vivir perfumada. Algunos de ellos han creado objetos prácticos y decorativos pensados para perfumar el ámbito doméstico de forma atípica, alejándose del tradicional spray para habitaciones, el portaincienso o la vela perfumada. Otros desafían la forma en que percibimos e interactuamos con los objetos mundanos dándoles una inesperada dimensión redolente. Al hacerlo, también desafían la forma en que consideramos y realizamos acciones y rutinas diarias como comer, beber, ducharse, decir la hora o incluso jugar. En conjunto, lo que todos estos diseñadores pretenden es anclarnos físicamente en el espacio y el tiempo y, a través de los olores, provocar una nueva sensación de involucramiento, presencia y placer.

NOTAS AL MARGEN

1. El gusto es el olfato

¿Sabes que aproximadamente el 80% de lo que consideramos gusto es en realidad olfato, ambos categorizados como formas de quimiorrecepción? Los receptores gustativos, o papilas gustativas, situados en la lengua y el paladar sólo pueden detectar los sabores básicos: dulce, salado, ácido, amargo, umami (o gustoso) y, discutiblemente, la grasa. Al mismo tiempo, las moléculas volátiles que emanan de lo que estamos comiendo o sorbiendo activan nuestro sentido del olfato al viajar desde nuestra boca hasta nuestros receptores olfativos. En efecto, los olores se perciben a través de dos vías principales: la ortonasal (las fosas nasales) y la retronasal (la parte posterior de nuestra boca). Es la combinación de la información procedente de la lengua, la nariz, pero también de otras células sensoriales como el nervio trigémino (responsable de las sensaciones de picor, frío y astringencia), lo que nos permite percibir las cualidades de los alimentos y las bebidas como una sola sensación que comúnmente llamamos «sabor».

2. El sentido del tiempo

¿Sabías que el ser humano puede saber la hora a través de su sentido del olfato? En efecto, los olores pueden proporcionar puntos de referencia temporales: por ejemplo, el calendario del pueblo onge de las islas Andamán, en la India, se basa en los ciclos olfativos de una flor, mientras que el del pueblo dassanetch del suroeste de Etiopía se basa en los aromas característicos de las estaciones. En China, los relojes de incienso aparecieron en la dinastía Song y se utilizaban para dar la hora quemando materiales aromáticos, una tradición que acabó extendiéndose a países cercanos como Japón. Los relojes estaban diseñados para sostener barritas de incienso o incienso en polvo elaborado y calibrado a un ritmo de combustión conocido con el fin de medir el tiempo en minutos, horas o días. Otra forma, más subjetiva, de estimar el tiempo gracias al incienso, consistía en olfatear la evolución del olor que flotaba en el aire y, literalmente, respirar el paso del tiempo.

No. 5

ROCÍALO NO LO DIGAS. COMUNICACIÓN, EMOCIÓN Y MEMORIA

A veces los olores hablan más que las palabras. Esta sección explora modalidades alternativas y especulativas de comunicación y recuerdo a través del olfato. Desde un punto de vista evolutivo, el sentido del olfato determina nuestros comportamientos sociales. Pero cuando los primeros humanos empezaron a caminar sobre dos piernas, su olfato se alejó de sus congéneres: la vista, el oído y, en menor medida, el tacto, se convirtieron entonces en las principales modalidades de comunicación interpersonal. El olfato, sin embargo, mantuvo un papel más o menos inconsciente pero importante en nuestras relaciones, atracciones y rechazos. Los diseñadores de esta sección han tratado de imaginar cómo podríamos crear interacciones significativas comunicándonos y relacionándonos deliberadamente entre nosotros -pero también con los no humanos- a través de este sentido innato. En muchos sentidos, el olfato es una forma de entrar en contacto con los demás, de revivir la cercanía y abolir las distancias. ¿Quién no se ha sentido de repente profundamente conectado con un ser querido al oler su perfume, tanto si estaba muy cerca como si estaba muy lejos? Por su proximidad con el sistema límbico, la percepción olfativa tiene un fuerte componente afectivo y constituye la forma más potente y conmovedora de crear y reactivar recuerdos. Algunos objetos y "wearables" de esta sección nos permiten capturar el momento presente, revivir el pasado y reconectar con tiempos, personas o lugares lejanos. A la vez memoria y recuerdo, un olor, mediado por estos diseños, puede actuar como una fotografía emocional. Dicen que una imagen vale más que mil palabras. ¿Podría un aroma valer más que mil imágenes?

NOTAS AL MARGEN

1. La Madeleine de Proust

¿Sabe por qué los olores pueden evocar recuerdos tan vívidos? La información olfativa tiene una relación especial con el sistema límbico del cerebro, donde pasa simultáneamente por la corteza piriforme, la amígdala -encargada de las emociones-, y el hipocampo -que funciona como una biblioteca de recuerdos-. Así, memorizamos un olor en función del contexto emocional en el que lo hemos oído por primera vez. Cuando volvemos a encontrarlo, se activan las mismas partes del cerebro y se reavivan, sin alteraciones, las emociones y los recuerdos. En psicología, este fenómeno de recuerdo poderoso pero involuntario se denomina a veces «memoria proustiana», en referencia a la obra maestra del novelista francés Marcel Proust, *En busca del tiempo perdido*. En un famoso pasaje, el narrador es devuelto repentinamente a su infancia por el sabor de una magdalena mojada en té: «cuando de un pasado muy lejano no subsiste nada, [...] todavía, solo, más frágil, pero con más vitalidad, [...] el olor y el sabor de las cosas permanecen preparados mucho tiempo, como almas, dispuestas a recordarnos, esperando y deseando su momento, entre las ruinas de todo lo demás».

3. Comunicación volátil

¿Sabía que, incluso más que los animales, las plantas se comunican a través de los compuestos orgánicos volátiles, incluidos los olores? Hay decenas de miles de COV sintetizados por las plantas: son las palabras con las que se comunica el mundo vegetal. A través de ellos, las plantas atraen a los polinizadores, ahuyentan a los herbívoros y a los microorganismos, como los patógenos, convocan a los útiles insectos depredadores y alertan a otras plantas de la presencia de un peligro. Las plantas dañadas por los herbívoros emiten complejas mezclas de compuestos volátiles que pueden hacer que las ramas vecinas induzcan resistencia. El olor de la hierba recién cortada, por ejemplo, es en realidad un grito de advertencia enviado por las hojas dañadas a sus congéneres. Porque, efectivamente, las plantas pueden «oler» mediante receptores de olor que funcionan a nivel molecular, aunque el proceso ocurre mucho más lentamente que en los animales. Si las plantas y otros mamíferos pueden hacerlo, ¿por qué los humanos no podrían aprender a comunicarse con los olores igual de bien?

3. Un patrimonio olfativo

¿Sabía que existe un patrimonio olfativo? En Versalles, Francia, se encuentra la Osmothèque, el único conservatorio de perfumes del mundo. Es mucho más que una simple base de datos de fórmulas, es un depósito de perfumes, ya sea en las estanterías de las tiendas o en el pasado. Allí se conservan para la posteridad, fragmentos de una historia y una identidad colectivas, tanto como personales. Pero el patrimonio olfativo también ha sido acogido de otras maneras. Muchos investigadores y artistas trabajan para identificar, preservar y recrear olores cultural e históricamente significativos, restos sensoriales y componentes significativos de las civilizaciones humanas. En 2001, Japón enumeró y etiquetó 100 paisajes olfativos que merecen ser conservados. En 2016, el Centro de Investigación de la Civilización de Anatolia de la Universidad de Koç, en Estambul, expuso olores que habían tenido un significado especial en Anatolia. Más recientemente, el proyecto Odeuropa comenzó a reunir una base de datos de lo que se podía oler en Europa entre 1500 y 1900. Aunque fugaces, los olores dejan definitivamente su huella en el mundo.