

Andamios olfativos. Construir con aromas

Olfactory Scaffolding: Building with Aromas

Izaskun Díaz Fernández



1

El ser humano normalmente vive y realiza actividades sin estar consciente de muchas cosas que ocurren a su alrededor. Los olores se encuentran en esta categoría. Pasamos diariamente por lugares en los que damos por sentados los aromas intrínsecos de cada uno: panaderías, expendios de café, tiendas de galletas, cines, mercados, librerías, bibliotecas, carpinterías y jardines. Nos desplazamos sin preguntarnos a qué huelen y qué efecto tienen sus olores en nosotros.

Inhalamos y exhalamos unas 23 mil veces al día, oliendo cada vez que respiramos. Estar rodeados de olores hace que nos acostumbremos a ellos poco a poco hasta habituarnos —proceso por el que la respuesta a un estímulo repetitivo disminuye— y considerarlos menos importantes o que pasen inadvertidos. Sin embargo, que los ignoremos conscientemente no quiere decir que dejen de actuar a nivel inconsciente en el cerebro.

Estamos rodeados de fragancias: olores que nos levantan en las mañanas, como el de un café recién hecho o el simple vapor de la regadera; olores que relacionamos con lugares, como el de la brisa marina, el del pan recién horneado o el de maderas y tierra mojada; el olor a “estoy arreglando mi casa,” que según mi madre, se traduce en barniz para madera o pintura fresca; olores que nos transportan en el tiempo y el espacio, como el famoso fragmento en el que Marcel Proust revive literalmente un episodio de su infancia al tomar una magdalena remojada en té de limón.

El “cerebro olfativo” se encuentra en el sistema límbico, cerca del hipocampo, lugar donde se almacena la memoria episódica, autobiográfica y espacial.¹ Esta condición le da un lugar privilegiado sobre los demás sentidos, ya que la información olfativa llega más rápido al hipocampo que cualquier otra, registrándose en la memoria a largo plazo. Esto hace que el olfato tenga un papel crucial en las reacciones cognitivas, la supervivencia, el estado de salud, nuestras relaciones humanas y con el entorno.

Constructo. Fotografía: Miguel, 2006.
Flickr

Recuerdo vívidamente un lugar de mi infancia, la casa de campo de mis bisabuelos, donde pasaba gran parte de mis fines de semana. Esa casa que olía a familia. Un jardín enorme —o así me parecía a mí— lleno de flores y árboles frutales: naranjos, limoneros, guayabos, aguacateros. Mi bisabuelo trabajando en su huerto, lleno de hortalizas y plantas aromáticas de todo tipo. Él siempre usando agua de colonia. Yo y mi obsesión para sacar el olor de las flores (de la flor de naranjo principalmente) que me hacía levantarme a recoger su rocío, porque seguramente de ahí sacaban los perfumes. A pesar de que ese lugar ya no existe, quedó grabado en mi memoria gracias a sus olores. Tan grabado que de mis ejercicios de preparación como perfumista, los mejores siempre fueron las aguas de colonia “tipo español” (o así las clasificaba mi maestra) y mi acorde:² flor de naranjo. La identidad de ese lugar me dejó marcada para siempre y se volvió parte de mi propia identidad.

Pero, ¿qué tiene que ver el olor de los lugares que frecuentamos y la relación que establecemos con nuestro entorno a través del sentido del olfato,

con la arquitectura? Primero hay que entender de manera general, cómo llegamos al contexto histórico-social actual frente a los olores.

El sentido del olfato en el mundo occidental pasó de ser considerado primordial en la vida cotidiana a ser uno de segunda clase. En la antigüedad era valorado como la vía de comunicación de los seres humanos con los dioses, conocer la salud de una persona, relacionarse con los otros, moverse e interactuar con su entorno y sobrevivir. Resultaba relevante monitorear la vida olfativa de una persona desde su nacimiento hasta su muerte e incluso después de ésta. Era parte central de la vida cotidiana, un medio de comunicación que nos integraba con nuestro entorno.³

En la Edad Media, a pesar de que el olfato no era considerado el sentido más importante, se creía que las enfermedades eran transportadas por algún tipo de espíritu en el aire. Si uno se descuidaba y quedaba vulnerable, estos “humores” (los cuales olían mal) se metían en el cuerpo y provocaban enfermedades. Una creencia popular para defenderse de la peste era cargar consigo, o proteger los

Glass House, Philip Johnson. Fotografía: Thomas Nemeskeri, 2014, Flickr



espacios, con algún tipo de talismán oloroso, ya fuera con plantas aromáticas o naranjas con clavos de olor.⁴

A partir de la Ilustración, con el progreso científico, el conocimiento del mundo se realizó por medio de la observación visual, dejando al olfato en un nivel inferior. Éste fue considerado primitivo, animal, salvaje, asociado a la pobreza y a la falta de educación. La vista y el oído tomaron un papel principal, los sentidos racionales, mientras que el olfato, el gusto y el tacto quedaron en un rincón oscuro y comenzaron a ser considerados “afeminados” y sensibles. A partir de ese momento se intensificó el elitismo en la sociedad. Los nobles, que olían “bien,” los burgueses que no olían, y la población que realizaba trabajo físico eran los que olían “mal.” Las fragancias para esconder los olores corporales ocupaban el pedestal más alto de la escala social, mientras que las clases inferiores no podían aspirar a adquirir algo para disimularlos. Esto no sólo se observaba en cuestiones económicas, sino que también se extrapolaba a cuestiones éticas y morales.⁵

Este fenómeno se revirtió al llegar la “revolución sanitaria,” liderada por la burguesía en los siglos XVIII y XIX, con la obsesión por deshacerse de cualquier factor —entre ellos los olores desagradables o miasmas— que pudieran significar la existencia de gérmenes y enfermedades. Esta desodorización humana persiste hasta nuestros días, donde las clases poderosas aparecen despojadas de sus olores naturales, principalmente en las potencias capitalistas. Como consecuencia de esta tendencia, la desodorización se ha capitalizado y extendido a todos los ámbitos mediante la aparición de productos como los antitranspirantes, los desodorantes ambientales e incluso fármacos que inhiben el bulbo olfativo a olores desagradables del ambiente,⁶ todos estos comercializados como maneras de aceptación social.⁷

Y estas connotaciones no sólo se detienen en clases sociales, se convirtieron en una barrera política como un supuesto factor de diferencia entre grupos étnicos, cuando en realidad lo que influye en el olor de una persona son sus hábitos alimenticios y de higiene. No hay pruebas concluyentes de un olor intrínseco a una raza o a cualquier otro factor social o étnico.⁸

Este contexto histórico-social tiene el poder de extrapolarse a otras disciplinas, como la arquitectura. Socialmente se pone el énfasis en los sentidos de la vista y la audición, son considerados como “sentidos superiores,”

convirtiendo a los arquitectos de cierta manera, en anósmicos profesionales —“anosmia” se define como la pérdida del olfato. En tiempos modernos, la figura tradicional del arquitecto considera el olor de un espacio como un elemento problemático del que hay que deshacerse por sistemas mecánicos de ventilación, en lugar de explorar las oportunidades que éste ofrece en combinación con el resto de los sentidos para crear una arquitectura multisensorial.

Principalmente nos encontramos con el deseo de controlar totalmente un ambiente, no dejando que algún olor externo entre, o incluso controlando los olores propios de las características del espacio, el factor social y humano y el uso que se le da al espacio mismo. De acuerdo con Paul Emmons,⁹ en la arquitectura moderna el interior debe de estar herméticamente sellado, cuando cita a Le Corbusier al señalar que debe existir un aire interno purificado (*l'air exact*), el cual debe estar separado del aire externo, el aire de la ciudad, para evitar contaminaciones. Este aire ha logrado domesticarse a través de sistemas de ventilación como lo son los aires acondicionados, los extractores o incluso el “aire lavado,” aire que fluye mediante una cortina de agua para aumentar la humedad en el ambiente.

La idea del control total del espacio y del aire, de los miasmas y las fragancias por medio de circulación mecánica o dispositivos similares llevó a algunos arquitectos a diseñar algunas propuestas extremas de ambientes utópicos y experimentales.¹⁰ Algunos ejemplos fueron las propuestas neumáticas de Archigram, la Cité climatisée de Yves Klein y Claude Parent, y proyectos como Cloud 9 o el Domo Manhattan de Buckminster Fuller.¹¹

En la actualidad se ha iniciado un despertar de la situación olfativa del espacio y su importancia y efectos en la vida humana. La creciente aparición de artistas olfativos y su exploración de temas de índole sensorial, social, cultural, contextual y de identidad colectiva, ha hecho que el Museo de Arte y Diseño de Nueva York (MAD) haya abierto un departamento curatorial enfocado en su totalidad a este tema. En varios museos de historia se han incorporado instalaciones y reconstrucciones olfativas enfocadas a revivir momentos históricos. La llamada mercadotecnia sensorial se ha convertido en la manera en que todo tipo de instituciones se acercan e influyen en sus usuarios a un nivel inconsciente y emocional.



Shelters for Roman archaeological site. Chur, Suiza, Peter Zumthor 1986. Fotografía: Felipe Camus, 2012, Flickr

2

De acuerdo con Bryan Lawson,¹² las necesidades emocionales que busca una persona en el espacio donde desarrolla sus actividades cotidianas son de estimulación, de seguridad y de identidad. Un balance entre ellas lleva al usuario a un equilibrio que le permite llevar a cabo sus actividades con mayor facilidad. Tanto la total alienación sensorial, como el exceso de estímulos llevan a un estado de angustia que inhibe la concentración y puede tener consecuencias sobre la salud física y mental. Un cuarto oscuro con temperatura y ambiente controlado nos estresará tanto como un espacio con ruido constante, olores intensos, luces intermitentes y extremas temperaturas. La búsqueda de un punto medio de estímulos nos permitirá rendir mejor en nuestra vida diaria.

La sensación de seguridad se logra al obtener un determinado grado de estabilidad, continuidad y predictibilidad en nuestras vidas, dentro de un espacio que consideramos nuestro. Esto tiene que ver con la necesidad humana de pertenecer e identificar lugares como nuestros o que al menos se asocien a nosotros, que se define en este marco como la necesidad de

identidad respecto al espacio. El hogar es un espacio que cumple con las tres necesidades. En referencia al olfato, la mayoría de las personas identifican el olor de su casa e incluso de las casas de otras personas. Este olor a hogar estimula una sensación de pertenencia, de seguridad e identidad: “huele a ‘mi’ casa.”

Estas necesidades emocionales pueden considerarse los elementos para crear una “atmósfera” en algún lugar. Juhani Pallasmaa,¹³ al hablar de los arquitectos que han involucrado a los sentidos dentro de su concepción de espacio, reitera el favoritismo hacia la vista en la obra de Le Corbusier, incluyendo también a Richard Meier en esta categoría. Por otro lado, considera a Frank Lloyd Wright y a Alvar Aalto como arquitectos que lograron traducir y reconocer la condición humana dentro de sus diseños. Por último, al mencionar la arquitectura actual, Glenn Murcutt, Steven Holl y Peter Zumthor aparecen como arquitectos que han logrado realzar su trabajo utilizando experiencias sensoriales.



Tomando muestras por *headspace* para análisis con cromatografía de gases en Longwood Gardens, Estados Unidos. Fotografía: Laura Blanchard, 2010, Flickr

3

Peter Zumthor,¹⁴ lo describe como una ambición de crear atmósferas por medio de la percepción al entrar a un espacio, ya que esta sensación está relacionada de una manera más emocional, él logra traducirla a componentes materiales: las luces, el tipo de sonidos, la textura de las superficies, los olores de sus materiales o agregados. La atmósfera de un lugar no corresponde al lugar como tal, ni siquiera a los objetos que se encuentran ahí, sino a las características sensoriales que se le dan.

El olfato en este contexto puede transportarnos a otro lugar, tiempo o momento debido a su relación con la memoria episódica y espacial, ya sea de manera autobiográfica (una experiencia personal), o colectiva (una connotación sociocultural). El cuerpo es crucial en la percepción del espacio y en el caso del olfato nos da acceso a una relación más íntima con este, creando conexiones y detonantes emocionales que actúan a nivel subliminal, pero que enriquecen la experiencia espacial más allá de lo que está al alcance de nuestros ojos.

Así es como Rosendo Mateu, *master parfumeur*, además de diseñar perfumería fina para grandes casas de moda, ha trabajado en proyectos alternos en los que ha reconstruido otros tiempos, atmósferas, contextos y espacios. Entre sus trabajos se encuentran las reconstrucciones olfativas del estudio de Francis Bacon para una gira de exposiciones de obras del artista, la de la Antigua Grecia en la época de Escolapio para un museo de historia en Cataluña o la de la casa de cristal de Philip Johnson.

Oteiro-Pailos¹⁵ nos explica el proceso para realizar esta última, donde Mateu decidió tomar en cuenta tres factores principales: el factor "material" que se traduce como la sensación de "casa nueva" (1949), en el cual se considera el aroma original que se relaciona con los materiales utilizados en su construcción; el factor "estético," que considera los componentes humanos y sociales de la época en que Philip Johnson habitó la casa, en este caso los hombres intelectuales de los años cincuenta; y el factor "cotidiano" (finales de los años sesenta), en el que se considera el uso que se le ha dado la casa y las evidencias que esta cotidianidad ha dejado en ella con el desgaste y erosión de sus materiales, desde un punto de vista olfativo.

4

Tomando en cuenta estos factores, Mateu fue capaz de recrear el perfil olfativo de la casa de cristal a través de las capas aromáticas que quedan en sus superficies y la evolución de este espacio a lo largo del tiempo y el uso, factores que le dan identidad, memoria y “vida” al inmueble.

Oteiro comenta que un edificio después de ser construido adquiere una vida que el arquitecto no es capaz de controlar y esto los convierte en sitios de continua innovación, los cuales evolucionan con el tiempo. El edificio adquiere una identidad más fuerte al pasar de los años, ya que cuenta su propia historia a través de los factores que consideró Mateu: los materiales y el diseño, el factor humano y la cotidianidad. El arquitecto se encuentra directamente relacionado con el primero, los demás dependen de las personas y el uso que le den al inmueble. Incluso si estuviéramos hablando de una serie de construcciones idénticas en materiales y diseño, si las evaluáramos olfativamente después de un periodo de tiempo, cada una de ellas olería de manera distinta, dependiendo de la manera en que se habiten.

La mayor parte de la documentación existente sobre arquitectura es visual. Algunos arquitectos han intentado documentar los componentes sensoriales de su obra de manera verbal, pero la existencia de archivos de este tipo es prácticamente nula. Oteiro señala que a partir de los años setenta hubo una concientización entre algunos arquitectos sobre las oportunidades que ofrecía diseñar estéticas olfativas en ambientes. Intentaron documentarla en libros, mediante el uso de tecnologías nuevas en el momento como fueron la micro encapsulación en su versión “rasca-huele” o las páginas perfumadas.

5

También se debe de considerar que mediante el avance de tecnologías de síntesis se han reproducido y desarrollado miles de moléculas que han hecho que la paleta olfativa haya crecido de 300 a más de 2 500 materias primas en cien años. Esto, combinado con el desarrollo de tecnologías como el *head-space* —la cual permite hacer análisis de componentes olfativos *in situ*— ha abierto la puerta a muchos tipos de análisis, entre ellos a la iniciativa de crear archivos olfativos de objetos y espacios, así como la posibilidad de reconstruirlos. De esta manera se documentará la evolución olfativa de espacios a través del tiempo y el uso. La mayor parte de los estudios de este tipo que se relacionan con la arquitectura han sido mapeos olfativos de ciudades y el estudio de los paisajes olfativos, *smellscapes*, y su influencia en el contexto urbano, en los cuales no profundizaré en esta ocasión.

Un edificio tiene como límites sus materiales de construcción, los cuales funcionan como un medio de contención que junto con la funcionalidad, registran las evidencias olfativas que quedan en sus superficies. Estas huellas humanas no son sólo un recordatorio del paso del tiempo, sino que nos permiten ubicarnos en una cultura y tiempo. Hablan tanto del edificio, como de sus ocupantes y la relación entre ellos.

La arquitectura actúa como un mediador entre nosotros y el mundo, y esto ocurre a través de los sentidos. El arquitecto hace tangible el espacio al jugar con la forma, la textura, los colores y la estructura. Al momento de considerar al espacio de una manera íntegra, es indispensable tomar en cuenta los aspectos sensoriales de entre los que destaca el visual al ser explícito, pero muchas veces se deja de lado a los componentes intangibles, como el olfativo. Esta condición olfativa intangible aporta al espacio la capacidad de detonar emociones, identificar experiencias y registrarse en la memoria de manera

inconsciente. También permite al arquitecto, aunado a los demás sentidos, crear atmósferas donde se satisfagan las necesidades emocionales del espacio: estimulación, seguridad e identidad.

Como seres humanos logramos trasladar la impresión que nos causan los lugares que visitamos y frecuentamos a la memoria de nuestro cuerpo: la memoria sensorial. Al reconocer un lugar desde nuestros sentidos, le permitimos formar parte de nuestra persona e identidad, y al mismo tiempo dejamos huellas en su propia historia sensorial.

Apartmatrix. Fotografía: Ornickarr Greenbarrow. 2014. Flickr



En el caso del andamiaje olfativo que se va construyendo al momento de diseñar y vivir la arquitectura, éste conecta íntimamente con nosotros a un nivel emocional y subliminal que permite que no sólo quede grabado en nuestra memoria sensorial, sino que enriquezcamos nuestra experiencia en el espacio y que incluso se convierta en una referencia de nuestra historia personal y colectiva.

El arquitecto debe ser consciente del poder que tiene de dotar, despojar o manipular las características sensoriales de un espacio. En el caso del olfato, esto ocurre desde la elección de los materiales de la construcción y su manejo, ahí comienza a darle una identidad olfativa a su diseño. Los factores humanos y de cotidianidad no dependen de él. Aun así, puede decidir si desodoriza el espacio por medio de sistemas de ventilación, si utiliza estos para agregar fragancias o si permite que los olores propios del espacio evolucionen con el tiempo y el uso. Estas decisiones influirán en cómo se vivirá el espacio y de qué manera quedarán grabadas en la memoria sensorial.

El despertar de la conciencia olfativa, junto con el desarrollo de estas herramientas, ha abierto las puertas a nuevas perspectivas en el campo olfativo en materia ambiental. La colaboración directa e indirecta de disciplinas como la arquitectura y la perfumería permitirá desarrollar experiencias y atmósferas que satisfagan todos nuestros sentidos y queden grabadas con mayor intensidad en nuestra memoria.

Notas

1. Larry R. Squire y Daniel L. Schacter, *Neuropsychology of Memory* (Nueva York: Guilford Press, 2002).
2. El lenguaje perfumístico hace uso de terminologías que también se utilizan en el lenguaje musical. En este caso: notas, acordes y composiciones. Al igual que en la música, con las notas olfativas, se forman acordes y a partir de un acorde se construye una composición.
3. Constance Classen, David Howes y Anthony Synnott, *Aroma: The Cultural History of Smell* (Londres-Nueva York: Routledge, 1994), 13-50.
4. Constance Classen y otros, *Aroma...*, 58-62.
5. Constance Classen y otros, *Aroma...*, 88-92.
6. Constance Classen y otros, *Aroma...*, 78-84.
7. Alain Corbin, *El perfume o el miasma. El olfato y lo imaginario social, siglos XVIII y XIX* (Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2005), 19-29.
8. Constance Classen y otros, *Aroma...*, 161-169.
9. Paul Emmons, "The place of odour in modern aerial urbanism," *The Journal of Architecture*, 19-2 (2014): 202-215. DOI: 10.1080/13602365.2014.907821.
10. Se debe considerar que la tuberculosis, la cual se contagia por vía aérea, era un problema muy serio de salud pública a nivel mundial en esa época, por lo que el control del aire y la búsqueda de un aislamiento atmosférico era una preocupación que de cierta forma ha perdurado hasta nuestros días.
11. Amy Kulper y Diana Periton, "Introduction: Explicating city air," *The Journal of Architecture* 19-2 (2014), 161-167. DOI: 10.1080/13602365.2014.918637.
12. Bryan Lawson, "Space and the Human Dimension," en *The Language of Space* (Oxford: Oxford Architectural Press, 2001), 18-41.
13. Juhani Pallasmaa, *The Eyes of the Skin: Architecture and the Senses* (Chichester: John Wiley & Sons, 2012), 75.
14. Peter Zumthor, *Atmospheres. Architectural Environments, Surrounding Objects* (Basilea: Birkhäuser, 2006).
15. Jorge Otero-Pailos, "An Olfactory Reconstruction of Philip Johnson's Glass House," *AA Files* 57 (2008): 40-45.

Izaskun Díaz Fernández

Perfumista y directora creativa en IzASKUN Taller Olfativo

Licenciada en Química

Facultad de Química

Universidad Nacional Autónoma de México

✉ izaskun.diaz@gmail.com

📷 @izaskuntallerolfativo

www.izaskun.mx