



¿For men...pour femme?

Publicado: Domingo 29 abril 2007 | 12:57:25 am.

Publicado por: José Aurelio Paz

Jean-Baptiste Grenouille nació sin olor característico y, por ello, se intuye en la narración que era poseído por algún demonio. Sin embargo, su nariz podía percibir las fragancias más sutiles del mundo que le rodeaba. Al cuidado de unos monjes llega a convertirse en maestro de perfumistas. Quienes usan sus esencias asumen cualidades como las de pasar inadvertido, inspirar amor, caridad y simpatía entre otros muchos sentimientos. Pero para obtener la base de esos increíbles aromas ha de asesinar a muchachas vírgenes, sustraerle sus fluidos corporales y mezclar los más íntimos.

Esa es, a grandes rasgos, la historia que narra Patrick Süskind en uno de los libros que más me ha impresionado en mi vida: El perfume. Un relato que recuerdo ahora, cuando están de moda las tan promovidas Fermonas Suizas que, según la propaganda de mercado, resultan esencias químicas compuestas con hormonas humanas que, al ser untadas, actúan como afrodisíaco para atraer a la persona del otro sexo, mejorar las relaciones colectivas y hasta el liderazgo social; incluso, para superar la timidez. «¡Hazte irresistible!», reza en algunas etiquetas.

Empleado el perfume como ofrenda a los dioses en las civilizaciones antiguas, en cada época fue y es testigo que aporta información del comercio, de la medicina natural, de los rituales y de la sensualidad de las distintas sociedades. La Iglesia en la Edad Media condenó a los alquimistas por la razón de que las sustancias aromáticas, de bien purificador del cuerpo dentro del templo, pasaron a formar parte de la pecaminosa práctica de los placeres sexuales. Más de un lance amoroso durante los reinados franceses comenzó a apropiarse de los baños perfumados como indispensable envoltorio de las pasiones, en un ambiente de rivalidad e intrigas cortesanas que, incluso, permitió enviar a la amante enemiga extractos que contuvieran sustancias tóxicas y venenosas.

Luego del apogeo inicial del vetiver y el pachulí durante el Segundo Imperio a finales del XIX, en que el triunfo de la burguesía en Europa dio origen al llamado «nacimiento del buen gusto del olfato», la perfumería devino arte. Se piensa, aunque nadie lo afirma con exactitud, que fue este el punto que establece la definición de los aromas por sexo, en tanto comenzaron a clasificarse las sustancias en «fuertes» y «débiles», según su intensidad

y componentes, cual estigma distintivo en este rubro de lo que pudiera ser, de igual manera, un componente del «machismo histórico».

¡Y vaya contradicción! Aun las mujeres que defienden, hoy, el tema de género en grandes medios intelectuales sucumben, también, a esa absurda tradición que nos marca como a reses: los POUR HOMME y los FOR MEN definen olores exclusivos para machos—machotes, para rudos vaqueros que huelen a cuero y montura. Mientras los POUR FEMME y los FOR WOMAN, decididamente, hablan de una feminidad a la usanza medieval en que pervive un sentimiento subyacente de segregación sexual.

En el caso de Cuba, sin una gran tradición en la perfumería, pero con un buenísimo olfato para convertir nuestras plantas y nuestras flores en esencias perdurables y, sobre todo, en coherente rubro económico en desarrollo, se suma otro elemento discriminatorio; el desconocimiento a nuestra lengua. Ese que marca la zozobra en un simple hombre de campo o en una mujer «no letrada» cuando se enfrentan, por primera vez, a una clasificación que sustituye lo que debiera ser obvio en las etiquetas como recurso de comunicación visual: PARA HOMBRE o PARA MUJER.

Sé que los especialistas de marketing argumentarán que «no se puede ir en contra de las reglas mundiales porque la exportación impone un mismo lenguaje y tao, tao...» Pero, pregunto: ¿Ir a contracorriente de esa norma no sería una bonita manera de honrar nuestro idioma en medio de ese marasmo globalizador que tiende a borrar las fronteras de las identidades de los pueblos?

Creo que solo los pobres son capaces de romper con ese estigma. No por conciencia, sino por necesidad. En su caso, pagar un pomo de perfume caro es un lujo como para un rico pudiera ser reservar un boleto de turismo espacial, porque necesidades más apremiantes, como la comida, imperan.

En Cuba, muchas familias obreras vuelven a la fórmula solidaria que dejó Alejandro Dumas en su historia de mosqueteros. Compran una colonia para uso familiar la cual, a la hora de adquirirse, no se le mira clasificación ni marca establecida, sino tamaño del pomo y precio. Y entonces importa un bledo si son esencias masculinas o femeninas. Lo esencial es oler «fresco y rico».

Pudieran parecer estas palabras tomadas por los pelos. O tal vez, sin esencia suficiente para aromatizar la tinta de estas páginas. Incluso, habrá mujeres que me acusen de extremista. Pero recordemos que, a veces, lo que más dibuja la huella de una conducta social no son las grandes acciones, sino esas imperceptibles por pequeñas y cotidianas que, como la gota de rocío, terminan por horadar la roca y contaminan el perfume natural de las cosas simples.

<http://www.juventudrebelde.cu/opinion/2007-04-29/for-men-pour-femme>