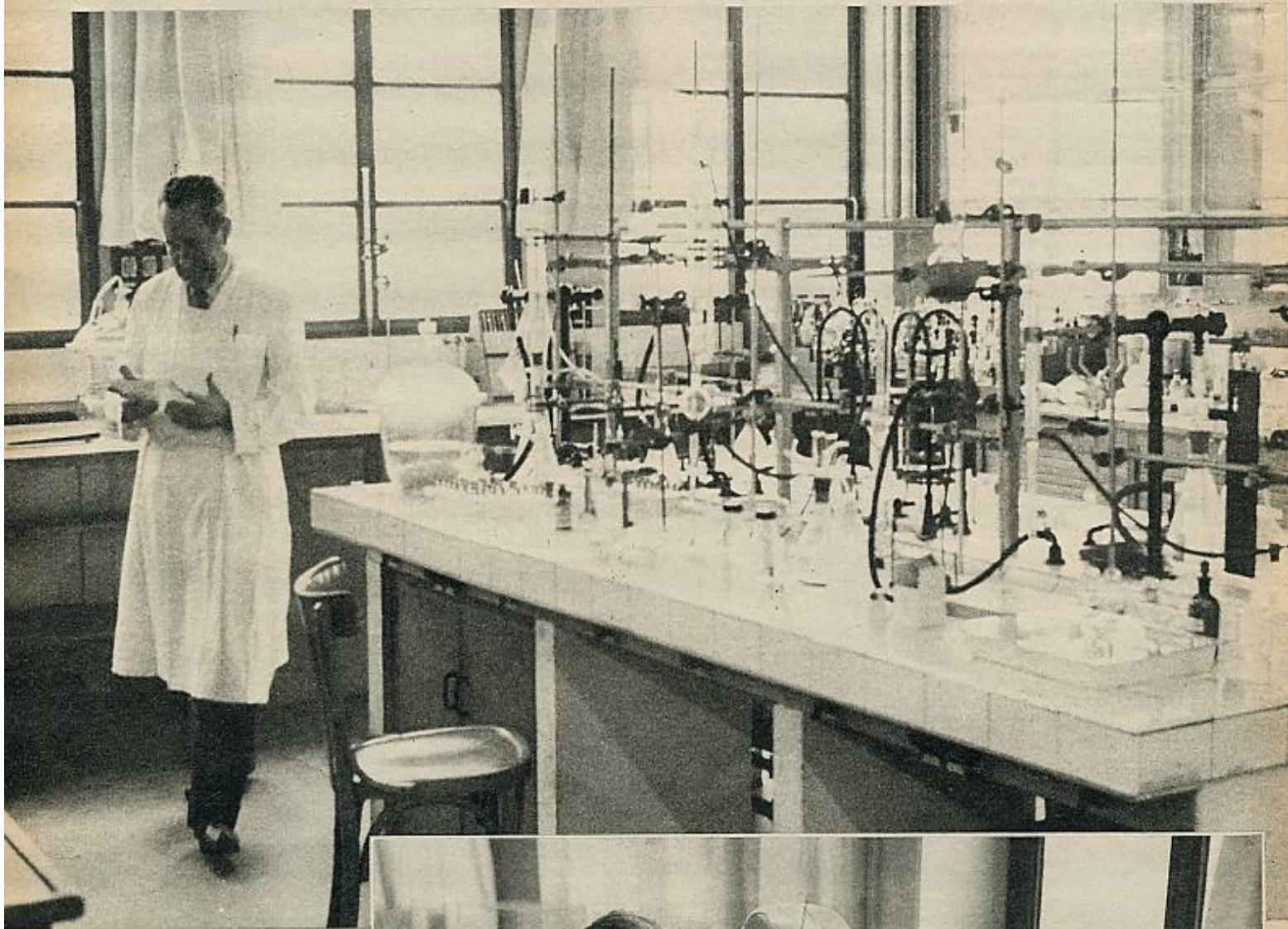


LA MAGIA DEL PERFUME



En la fotografía superior, una vista parcial del laboratorio en el que sólo tienen entrada un número restringido de químicos de absoluta fidelidad a la casa.

En la de la derecha, un experto cuida la debida proporción. Una gota de más o de menos puede estropear completamente la armonía del perfume. Hacen falta millares de dosificaciones para establecer una fórmula satisfactoria.



UMIE



LA alta perfumería constituye un mundo aparte entre las industrias de lujo francesas. Económicamente, su importancia es mayor, incluso, que la alta costura. En cuanto a misterio, si complicado es el lanzamiento de los modelos de los grandes modistas, se queda pequeño en comparación con la especie de servicio secreto que se monta en torno a las compras y procedimientos técnicos de los perfumistas de prestigio. Estos, por otra parte, suelen estar con frecuencia en relación directa con las firmas importantes de la costura, cuando no son una misma cosa... En todo caso, el concepto de la perfumería ha variado totalmente en los últimos años, lo mismo en lo que se refiere a su planteamiento industrial que al que pudiéramos llamar estético. Porque el perfumista se considera a sí mismo un artista. **SIGUE**



La operación es más delicada de lo que en principio aparenta; el valor del perfume, tan prosaicamente envasado, no permite la pérdida de una sola gota. La atención y el buen pulso son factores indispensables para realizar una misión de este tipo.

De hecho, fue en los que se ha dado en llamar «los felices veinte» cuando la concepción y elaboración de los perfumes dio un viraje casi total. Sin dejar de tener como base, o al menos como motivo de inspiración, los aromas de las flores o ciertos olores naturales, los perfumes se independizaron de la tradición y en ellos se mezclaron ciertos aromas que, aislados, podían llegar a resultar, incluso, nauseabundos, sabiamente entremezclados y con una inteligente disposición de los términos, produjeron una revolución en este pequeño mundo, que muchas almas timoratas no dejaron de calificar como uno más de los nefastos signos de los tiempos que corrían... Eran, en efecto, tiempos de charleston y falda corta, de melenas a la «garçonnes» y boquillas kilométricas. Tiempos en que, después de la convulsión de una guerra, las costumbres experimentaron un trastoque decisivo, desde lo aparentemente más superficial hasta lo realmente importante. Una serie de conceptos desaparecieron para dejar paso a otros. Una serie de tradiciones se hundieron para dar paso a un desenfrenado modernismo. Y, en relación con todo ello, el perfume siguió la misma trayectoria. A las esencias, más o menos naturales, de las flores, se juxtapusieron los derivados de aceites, de ricino o de coco, que colocados en segundo término, añadían a los perfumes una violencia hasta entonces desconocida. Fue la época de lo que se dio en llamar los perfumes «salvajés». Los perfumistas ocultaban cuidadosamente sus compras, ya que los ingredientes más extraños podían ser los que dieran la clave del éxito de una mezcla. A partir de estas compras, guardadas celosamente en secreto, comenzaban las operaciones que habían de dar como resultado la creación de la moderna escuela de perfumería... Pero antes de adentrarnos en lo que se refiere a la preparación y «condimentación» de estos productos, que apenas han variado en los últimos años, echemos una ojeada a la historia del perfume en la larga época que precedió a la que podríamos llamar «edad contemporánea».

Como un sueño, como algo mágico

Desde hace miles de años, las mujeres han pagado a precio de oro el lujo supremo del perfume. Desde siempre, esta efímera fragancia, tan volátil como un sueño, ha sido considerado como algo mágico. Seis mil años antes de nuestra era, los egipcios usaban el incienso y la mirra, los extractos de resinas y árboles diversos, mezclados con ciertas grasas, perfumes que no llegaron a Europa hasta muchos siglos más tarde, a raíz de las Cruzadas. Los hebreos, por su parte, preferían el aroma del nardo, y sus técnicas se implantaron mucho antes en el mundo occidental, siendo las que han prevalecido, y aún prevalecen después de haber experimentado multitud de transformaciones y aditamentos. En este sentido, los perfumes derivados del tratamiento de las flores naturales siguen demandando años y hasta lustros de esfuerzo y experiencia.

Desde el pequeño frasco que vemos lujosamente presentado en el escaparate de un comercio hasta

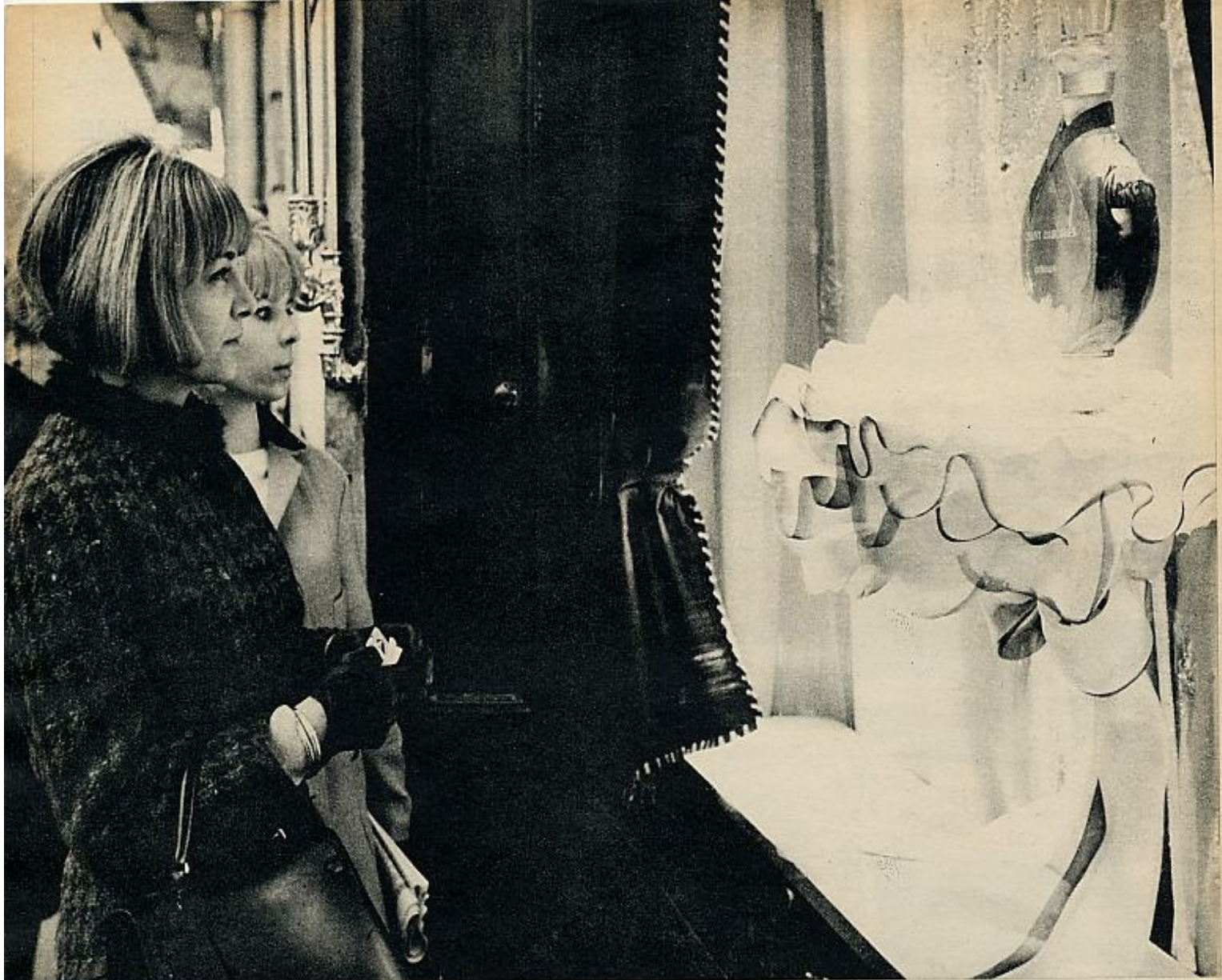
SIGUE

LA MAGIA DEL PERFUME

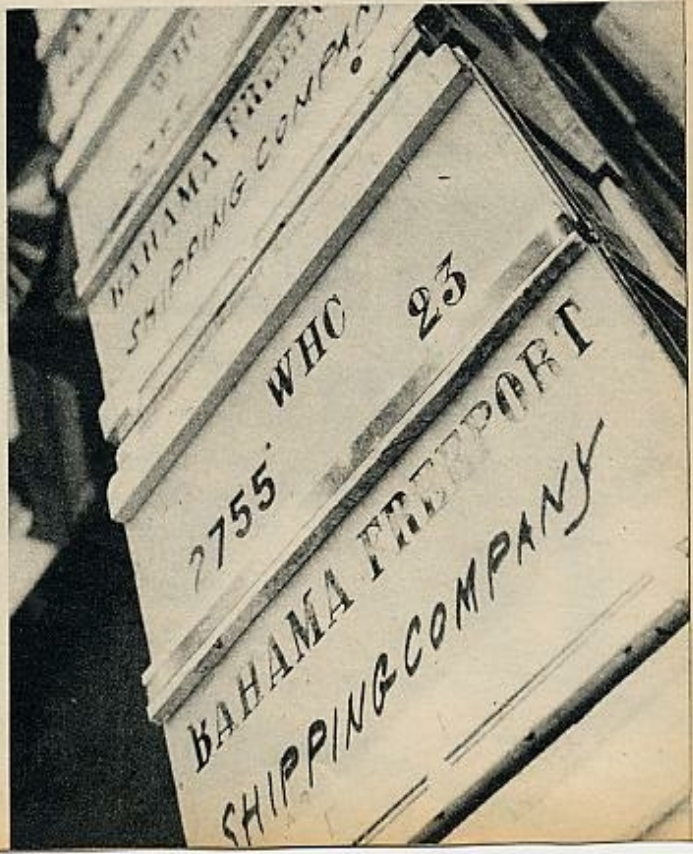


La sala de envasado. Cada empleada tiene a su cargo el llenado de cierto número de frascos de cuya perfección es responsable. En la foto inferior izquierda se ve una de las bombonas que contienen el preciado líquido y que sólo se entrega a las empleadas mediante un vale firmado y sellado. En la foto inferior derecha, el «sanctuario» del laboratorio, donde se guardan, en botes y frascos perfectamente etiquetados, todas las esencias imaginables. A este lugar sólo tienen acceso los jefes de la empresa.





El sueño ilusionado de todas las mujeres del mundo se ha hecho realidad. El escaparate atrae irresistiblemente. El perfume, con su ropaje de gala, ejerce su obsesionante atracción. Cada esencia requiere un aderezo especial. Un equipo de diseñadores estudia el frasco y el estuche que más conviene a su «personalidad». Más tarde, cuando el largo proceso de fabricación, envasado y embalaje ha terminado, enormes cajas en las que figuran muy claros los lugares de destino, parten en dirección a todos los rincones del mundo.



la flor que está en su origen, habría que recorrer, hacia atrás, un camino enormemente largo. Brevemente, puede decirse que todo comienza en los campos de flores de Grasse —si nos referimos al más conocido vivero de Francia—, lo mismo que puede empezar en los macizos de Tartaria o en las cumbres del Tibet. Apenas brotadas, las flores se encuentran condenadas a las más refinadas torturas, a la maceración, a los tubos graduados, a los alambiques... En manos de los químicos se convierten en lo que se llama «absolutos», en los aceites y esencias que serán la base de los perfumes. Láminas de grasa absorben lentamente las sustancias de cientos de kilos de flores que son arrojadas sobre ellas. De cien kilos de rosas se obtiene apenas medio gramo de esencia...

Los procedimientos de fabricación, naturalmente, son múltiples y secretos. Desde los tiempos de Nefertiti, en que se limitaban a poner en un jarrón varias capas de pétalos de rosa mezcladas con grasas de sésamo, hasta nuestros días —pasando por la técnica bárbara que consiste en hacer un horrible puré de flores, grasa de cerdo y de buey, que se disuelve en alcohol y se congela—, la técnica de la perfumería ha evolucionado enormemente. Hoy, sin embargo, la cera es elemento esencial en la fabricación de los perfumes, y procedimientos ancestrales continúan utilizándose. Los elementos más insospechados del mundo vegetal se alían a productos obtenidos de los animales más insólitos; sustancias artificiales hay que se han hecho indispensables debido, sobre todo, a su pureza fácil de definir. Animales que, en sí mismos, son pestilentes, como el musco —especie exótica, cuyo aspecto está a medio camino del ciervo y el cabrito—, la mofeta, la ballena, proporcionan elementos que, al mezclarse con otros, dan al perfume ese tono exótico que hace de él algo con una verdadera personalidad...

En cuanto a la elaboración, una vez obtenidas las materias primas y las esencias, va desde la aspiración de olores por técnicos especializados —a los que se denominan «narices»— a toda una serie de procedimientos químicos y físicos de una rigurosa exactitud, ya que en la fabricación de un perfume se juegan cantidades astronómicas —un litro de jarrin «absolutos» vale doscientas cincuenta mil pesetas— y un mínimo error puede anular el trabajo realizado, quizá, durante años. El fabricante de perfumes, que pasa horas y horas encerrado en su laboratorio, ha de tener algo de artesano, de sabio, de químico, de poeta... La paciencia, indispensable, nunca se posee en grado suficiente. Explicar su obra, para un perfumista, es algo casi imposible. Son elementos demasiado inmateriales, demasiado pendientes del matiz y casi de la magia, los que intervienen en el resultado final. Por ello, lo más conveniente parece, a la hora de querer definir el sentido exacto de lo que debe ser un perfume, recurrir a las palabras de Colette, la gran novelista francesa: «Perfume, atractivo inexplicable, con poder sobre el animal y el hombre, lujó al cual nadie quiere renunciar, trampa, oscuro y profundo origen de imperiosos amores...».



El difícil momento de la elección. La historia mágica del perfume termina con su venta. Ahora, probablemente, se inicia otra nueva. En la mirada de la mujer hay una mirada esperanzada. ¿Encontrará en su aroma la realización de su sueño?

(Fotos CHRIS KINDAHL-
EUROPRESS)