

# EL PERFUME COMO UN VALOR TERAPÉUTICO



Por Carmen Lanchares

*Esta columna es parte de nuestra serie #WellWednesday donde distintos expertos comparten información, experiencias y sus filosofías de bienestar.*

“Creemos que hay demasiados frascos de perfume y no suficientes fragancias conmovedoras”. Con esta frase que abre el manifiesto de Le Labo, el espacio parisino que rinde culto a la perfumería de autor, sus fundadores retratan **una de las caras de una industria muy prolífica en lanzamientos, pero cuyo ciclo de vida es cada vez más corto**. Y es que no siempre poseen la suficiente personalidad para sobrevivir en una jungla donde todos luchan contra todos por hacerse con una porción del suculento pastel de beneficios.

A medida que se acercan las navidades, asistimos a una sucesión de imágenes y caras famosas que nos envían mensajes aspiracionales con la promesa de hacernos sentir alguien que no somos, alcanzar un estatus que no tenemos o vivir una vida que no es la nuestra. Sin embargo, ya hace algún tiempo que **se atisba el renacimiento de una corriente que busca devolver cartas de nobleza a las composiciones olfativas** y cuya naturaleza gravita en torno a un oficio que tiene mucho de vocación, creatividad y sensibilidad.

Es otro mundo, un universo paralelo que habla el lenguaje de la inspiración artística y se atreve a explorar nuevos territorios ajenos a las reglas del marketing. **Concibe el perfume como una forma de expresión en íntima conexión con las emociones** y no pretende gustar a todo el mundo.

Como me explicaba hace un tiempo Frédéric Malle, fundador de Éditions de Parfums, se trata de crear sin compromiso ni límites, de realizar perfumes que hablen y tengan valor por sí mismos, de no tener que imaginar una gran farsa para arropar un producto mediocre. **Una filosofía que ahora enlaza, además, con ese movimiento social post-covid** que valora la autenticidad, la transparencia y el trabajo artesano en todas sus facetas, con su propio ritmo de producción o dedicación. Por eso, cuanto más trivial es un mundo (el de la perfumería de masas), más me fascina el otro.

## Olor propio

Cada vez son más las personas que huyen de la uniformidad y buscan identificarse, y que se las identifique, con un olor propio. **Encontrar nuestra fragancia no es fácil, pero sí posible**. La perfumería de autor es un territorio abonado para conectar con nuestro yo olfativo a través de la memoria y la psique, puesto que como bien lo explica el nariz Jean-Claude Ellena en su libro ‘Perfume’ el sentido del olfato está íntimamente involucrado en la vida emocional. “El perfume es, a veces, una poesía de la memoria”.

El colmo de esa simbiosis entre persona y esencia es **cuando esta se crea ex profeso para aquella, como una prenda de alta costura**. Un sueño de muchos que es posible materializar si se dispone de una saneada cuenta corriente. La maison Guerlain fue una de las pioneras hace más de un siglo en crear fragancias a medida para su exclusiva clientela, un servicio excepcional que aún hoy mantiene en sus boutiques parisinas y al que se puede acceder a partir de 40.000 €.

En el proceso creativo, a modo de sesión de psicoterapia, **el perfumista profundiza en los recuerdos olfativos de la persona para sentar las bases (materias primas) sobre las que construir un perfume** que tras dos encuentros más y diferentes pruebas y ajustes a lo largo de varios meses, se convertirá en su alter ego odorante, único en el mundo.

## La ciencia del perfume

Pero el universo del perfume esconde otros secretos. Aunque desde antiguo la aromaterapia ha trabajado sobre los 'poderes' de los olores, **el reciente desarrollo de las neurociencias ha permitido medir y evidenciar científicamente su influencia en el subconsciente** y su capacidad para promover sentimientos y reacciones diversas, aunque a veces no nos demos cuenta. Por ello, crece el interés por el valor terapéutico de los perfumes.

La industria del bienestar, que tan victoriosa ha salido de la pandemia, está explorando más y más este terreno de las fragancias funcionales. Así lo ha corroborado la plataforma de tendencias de belleza Beautystreams en un estudio al constatar que **nos dirigimos a un concepto de perfume más ligado a la introspección y a sentirse bien consigo mismo**. Nos hallamos ante una nueva corriente que apunta a la creación de composiciones que aporten beneficios emocionales y bienestar físico, mediante desarrollos olfativos capaces, incluso, de equilibrar los niveles hormonales y activar la producción de endorfinas y oxitocina.

Una prometedora vía de desarrollo e innovación, según los autores del estudio, "que utilizará los ingredientes no solo por sus propiedades fragantes sino también por sus efectos organolépticos y fisiológicos". De esta forma, por ejemplo, se podrán tratar olfativamente manifestaciones relacionadas con la menopausia actuando sobre los sofocos y promoviendo la calma o el equilibrio hormonal.

El estudio vaticina también interesantes cambios en la personalización de los perfumes, un procedimiento que en vez de guiarse, como ahora, por el gusto y la personalidad de los consumidores, los **hará coincidir con su ADN y códigos genéticos tras evaluar científicamente su estado físico y mental**. Acelerar y potenciar las funciones cognitivas mediante la sinergia de aromas específicamente seleccionados formará también parte de esa nueva realidad de los perfumes. En definitiva, aunque la conexión entre fragancia, salud y bienestar siempre ha estado ahí, probablemente nunca haya sido tan relevante como ahora. Y esto no ha hecho más que empezar.

## Etiquetas

perfume (<https://www.lamarcamad.com/index.php?menu=1&opcion=2&buscartexto=perfume>), fragancia (<https://www.lamarcamad.com/index.php?menu=1&opcion=2&buscartexto=fragancia>)