



---

# **Paisaje y sensorialidad**

---

**Marta Tafalla**



El objetivo de este capítulo es impulsar la reflexión filosófica acerca de la función de los diferentes sentidos en la percepción de los paisajes y en su apreciación estética. Para ello comenzaremos repasando cuántos de nuestros sentidos contribuyen a la percepción de los paisajes, y nos preguntaremos por qué la tradición filosófica occidental no los ha valorado a todos del mismo modo. Estas reflexiones nos conducirán a analizar el significado del concepto de *paisaje*, a subrayar su íntima relación con el sentido de la vista y el arte de la pintura, y nos obligarán a cuestionarlo. Contrastaremos entonces los conceptos de *paisaje* y de *entorno*. Finalmente, para ilustrar con un ejemplo concreto estas cuestiones teóricas, propondré el caso de la *anosmia*: la ausencia de olfato. Las personas con buen olfato y las personas que carecemos de él percibimos los paisajes de forma distinta, y ahondar en las diferencias nos servirá para entender la importancia de los llamados *sentidos menores*, así como para reivindicar que cada uno de nuestros sentidos sean reconocidos y valorados.

## 1. El paisaje no es una imagen

Cuando nos encontramos en cualquier entorno, ya sea paseando por una ciudad o recorriendo un bosque, escalando una montaña, navegando en alta mar, o en un avión que vuela a 10.000 metros de altura, recibimos información valiosa acerca de ese entorno por todos nuestros sentidos. La vista y el oído, sentidos de la distancia, ofrecen una información panorámica que nos permite componer una escena, mientras que gusto y tacto necesitan que nuestro cuerpo entre en contacto con cada uno de los elementos de ese entorno para poder percibirlos.

El olfato, por su naturaleza dual, actúa como puente entre los sentidos de distancia y proximidad. El *olfato ortonasal* percibe los olores que se hallan en el entorno, mientras que el *olfato retronasal* permite oler los alimentos o la bebida cuando se introducen en la boca, y es el principal responsable de lo que denominamos el sabor de la comida. Ningún otro sentido está orientado de ese modo tanto al exterior, capaz de percibir en la distancia, como al interior. Si lo comparamos con la vista, los ojos nos permiten distinguir una manzana madura pendiendo de una rama del manzano, y la seguimos viendo mientras la cogemos y nos la llevamos a la boca; pero a medida que la vamos mordiendo, cada vez vemos menos de esa manzana, y al comerla entera desaparece por completo de nuestra vista. En cambio, el olfato permite acompañar esa experiencia de una forma más completa. Quien tenga buen olfato percibirá el olor de la manzana pendiendo de la rama, la seguirá oliendo mientras la coge, y cuando comience a morderla y masticarla seguirá percibiendo el olor de la manzana por la vía retronasal. Eso genera una experiencia de continuidad, porque lo que se había percibido desde la distancia se redescubre después de una forma más íntima en el interior del propio cuerpo. (Aquí hay que evitar confundir olfato y gusto. El gusto solo permite distinguir las sensaciones de dulce, salado, ácido, amargo y *umami*; lo que denominamos sabor es básicamente responsabilidad del olfato retronasal. Para comprobarlo, solo es necesario realizar la experiencia de comer sin respirar por la nariz, por ejemplo interrumpiendo la respiración nasal con una pinza de nadador.)

Así que el olfato permite trazar un vínculo entre la percepción del entorno y la percepción de lo que se ingiere, un tema que posee una especial profundidad filosófica. La relación entre paisaje y cocina no es solo algo que mucha gente experimenta con placer en su vida cotidiana, o una estrategia publicitaria para fortalecer el turismo, sino que responde también a la estructura sensorial del ser humano. Cuando el olfato ortonasal capta un agradable olor a comida, este olor funciona como un anuncio del placer que se podría sentir por el olfato retronasal al ingerir ese alimento. Por ello, el olfato ortonasal estimula el apetito más intensamente que los otros sentidos, como descubren a su pesar las personas que tienen la mala suerte de perder el olfato. Sin embargo, esa experiencia de continuidad a veces da sorpresas y no siempre agradables. Un alimento puede tentar con un buen olor que llega por la vía ortonasal como una promesa de placer, pero las promesas no son garantías, y puede que, una vez en la boca, el olfato retronasal se lleve una decepción.

Íntimamente unido al olfato encontramos el *sistema trigeminal*, que suele ser poco apreciado porque las sensaciones que percibe en relación con la comida se confunden a menudo con sensaciones olfativas y de gus-

to. El nervio trigémino tiene terminaciones en la boca, la nariz, los ojos y otros puntos del rostro, y detecta una gama de sensaciones que tienen que ver con la temperatura, la presión, el picante y el dolor. La sensación de frescor que nos produce la menta, el picor que sentimos en los ojos al pelar una cebolla o la quemazón que nos provoca el chile, los notamos gracias al sistema trigeminal, una de cuyas funciones es alertar de sustancias irritantes y potencialmente tóxicas.

Otros sentidos están dirigidos al interior y tienen la función de percibir el propio cuerpo, pero son imprescindibles para recorrer cualquier entorno. La *propiocepción* nos permite percibir nuestro cuerpo como un todo organizado, es decir, como un organismo; nos permite diferenciarlo del entorno, percibir la posición de nuestros miembros, y desplazarnos adecuadamente atendiendo a los accidentes del terreno. Sin propiocepción no podríamos realizar actividades tan básicas como caminar o correr, ni coger esa manzana que antes poníamos como ejemplo. Este sentido se complementa con el *sentido del equilibrio*, necesario para recorrer una ciudad, bajar por unas escaleras o trepar por una montaña. Por su parte, la *interocepción* informa del estado fisiológico de nuestro cuerpo. Es el sentido que nos permite saber si tenemos suficientes energías para salir de excursión, o si las altas temperaturas nos están produciendo deshidratación y necesitamos beber y descansar a la sombra. Imprescindibles como son estos tres sentidos, resulta sorprendente que no formaran parte de esa clásica lista de cinco que se viene repitiendo desde hace milenios en Occidente, y que hoy los científicos tienen claro que hay que ampliar y reescribir. Por ejemplo, se defiende que el sentido de la *temperatura*, básico en la percepción de entornos, debería considerarse como un sentido diferenciado. Otro candidato a extender esa lista es el *dolor*, que resulta fundamental para explorar un entorno de manera segura, pues nos avisa cuando tocamos algún elemento que puede dañarnos.

Otras especies animales están dotadas de sentidos que nosotros no poseemos. Ésa es una cuestión que no debemos olvidar, pues significa que hay elementos en los entornos a los que nuestros sentidos no tienen acceso. A veces podemos resolverlo gracias a la invención de algunos aparatos, por ejemplo con una brújula o un detector de radioactividad, pero es importante tener claro que, más allá de los límites de nuestra percepción, algunas cosas se nos escapan. Muchas aves, cetáceos, tortugas y peces poseen lo que podríamos llamar el *sentido de la orientación*, una *brújula natural* que les orienta en las migraciones, y que parece consistir en la percepción del campo magnético terrestre (Castelvecchi, 2012). Por otra parte, en ausencia de luz, la *ecolocación* permite a murciélagos y a algunos cetáceos que nadan a gran profundidad recibir información espacial gracias al eco de su propia voz. Y en aquellos sentidos que compar-

timos con otras especies, los umbrales pueden diferir. El olfato orthonasal de los perros es más fino que el de los humanos, y algunas especies de ballenas pueden oírse entre sí a 30 kilómetros de distancia. El estudio de los sentidos y los intentos por dibujar el mapa de la sensorialidad de cada especie son hoy una de las líneas de investigación científica más fascinantes y prometedoras.<sup>1</sup>

Que estos sentidos configuren conjuntamente nuestra percepción de un entorno tiene, como mínimo, dos consecuencias importantes: la primera tiene que ver con los horizontes, y la segunda con las interacciones. Comencemos por el horizonte, la línea que marca el límite de lo que alcanzamos a percibir desde un punto determinado. Ese límite estructura nuestra experiencia del mundo, convirtiendo en una unidad de sentido lo que podemos percibir desde el punto donde nos encontramos, al tiempo que nos impide acceder a todo cuanto queda fuera. Así, el horizonte separa lo que está al alcance de nuestros sentidos de aquello a lo que solo podemos intentar acceder gracias a la imaginación, los recuerdos, la esperanza, lo que otros nos cuentan o las representaciones artísticas. Y si queremos percibirlo, necesitamos desplazarnos, lo que por supuesto desplazará nuestro horizonte. De tal modo configura el horizonte nuestra experiencia del mundo que el filósofo Hans-Georg Gadamer empleó ese mismo concepto para explicar que cada cultura tiene su propio horizonte, es decir, que hay límites a lo que se puede experimentar y comunicar desde cada cosmovisión. Si uno desea percibir más allá de los límites de su cultura, debe descubrir culturas distintas y aprender a hablar otras lenguas, lo que le permitirá una experiencia de *fusión de horizontes* (Gadamer, 1960).

Sin embargo, cuando pensamos en el horizonte, nuestra imaginación nos sugiere ante todo el horizonte visual, esa línea en que la tierra (o el mar) y el cielo parecen unirse como si cerraran el espacio a nuestro alrededor. Esa es la línea fundamental que estructura la pintura y la fotografía paisajística, así como muchas obras de arquitectura y de *land art*.<sup>2</sup> Pero no debemos olvidar que, al estar nosotros dotados de tres sentidos de la distancia (vista, oído y olfato orthonasal), son tres los horizontes que definen nuestros entornos, y cuando no coinciden, sus desajustes pueden ser muy sugerentes. A menudo podemos ver cosas en la lejanía que ya no

1. Una buena introducción a los conocimientos actuales sobre percepción se halla en: Morgado, 2012. Acerca del sentido del olfato merece la pena leer: Classen, 1994; Drobnick, 2006; Herz, 2007.
2. La Fundació Joan Miró de Barcelona realizó una magnífica exposición en el año 2013 comisariada por Martina Millà. La exposición, titulada "Ante el horizonte", reunía diversas representaciones de esa línea mágica en pinturas, esculturas, fotografías, *land art* y documentales. Merece la pena explorar el catálogo (Millà, *et al.*, 2013).

alcanzamos a oír: para cuando un barco desaparece de nuestra vista, hace mucho tiempo que había desaparecido ya de nuestro oído. Otras veces el sonido llega con retraso, como sucede a veces con las tormentas: después de ver el relámpago, tenemos que esperar hasta poder escuchar el trueno. Por otro lado, las personas con buen olfato huelen el mar a kilómetros de distancia, antes de poder verlo, y a veces también huelen el inicio de un incendio que todavía no alcanzan a ver. En cambio, en los sentidos de proximidad, el horizonte está en nuestro propio cuerpo. El horizonte del tacto, de la propiocepción, del equilibrio, de la interocepción, del sistema trigeminal, de la temperatura y del dolor es nuestra piel; y los labios son el horizonte del gusto y del olfato retronasal.

Pero se produce un segundo fenómeno aún más interesante. Tendemos a pensar que la información que cada sentido nos proporciona circula por un canal exclusivo, sin interferencias ni influencias de los otros sentidos. Creemos que lo que vemos es independiente de la información que nos llega por el oído o el tacto. La metáfora de los sentidos como diferentes ventanas o puertas a la realidad insiste en esa univocidad. Sin embargo, estudios recientes están mostrando que los sentidos se influyen entre sí, aunque todavía no tengamos un esquema claro de si las influencias se producen de todos los sentidos hacia todos, ni de qué parámetros siguen, ni hayamos conseguido esbozar un marco teórico que explique cómo integra el cerebro la información multisensorial.

Según distintos experimentos realizados por equipos científicos, experimentos tan sugerentes que cualquier lector puede sentirse tentado de repetirlos en casa, se producen cosas como las siguientes:

- La música de fondo influye en el sabor del vino (North, 2012).
- El color de la taza influye en el sabor de una bebida caliente (Piqueras-Fiszman y Spence, 2012).
- El olor influye en el juicio sobre si un rostro es visualmente atractivo (McGlone, Österbauer, Demattè y Spence, 2013).
- La información visual influye en la evaluación subjetiva del sonido que realizan los asistentes a un espectáculo musical (Tokunaga, Okuie y Terashima, 2013).

En estos momentos hay una verdadera explosión de experimentos en los que se intenta comprobar cómo unos sentidos influyen en otros. Aunque estos estudios suelen centrarse, por motivos prácticos, en la percepción de objetos concretos, podemos sospechar que se produzcan efectos similares en la percepción de los entornos. ¿Influye el sonido del mar en la percepción visual de una playa? ¿Influye el olor de un jardín en

la percepción de su tamaño? ¿Modifican las sensaciones táctiles nuestra percepción del color dentro de un bosque? ¿Influye el sonido del viento en la percepción de la temperatura? Son preguntas para las que todavía no tenemos respuestas, pero lo que sí sabemos es que la multisensorialidad es hoy la premisa básica de la que deberíamos partir si queremos estudiar la percepción de los paisajes.

Sin embargo, en Occidente procedemos de una tradición filosófica y científica que no ha valorado a todos nuestros sentidos por igual. Desde el nacimiento de la filosofía en la Antigua Grecia hace 2.500 años, se ha considerado que solo la vista y el oído aportan información objetiva de la realidad, una información que permite comprender racionalmente el mundo y orientarse en él, y que por tanto posibilita realizar las acciones básicas de la vida cotidiana, así como desarrollar la ciencia y la filosofía o crear obras de arte. Se afirmaba, en cambio, que gusto, olfato y tacto no proporcionaban una información objetiva, sino tan solo meras sensaciones subjetivas de placer y displacer corporal, cuya función era guiar los procesos biológicos del organismo. Si vista y oído ofrecían una información que se podía describir conceptualmente y compartir con los demás en las tareas colectivas de la ciencia, la filosofía y el arte, las sensaciones de gusto, olfato y tacto, en cambio, sumergían a las personas en una subjetividad privada que no se dejaba ni describir ni compartir.

Esa diferencia en el acceso al conocimiento se explicaba con la distinción entre cualidades primarias y secundarias, una distinción que ha sido fundamental en la historia de la ciencia. Se consideran cualidades primarias de los objetos aquellas que existen con independencia del sujeto que las percibe, y que se pueden expresar matemáticamente, por ejemplo, la forma geométrica de un objeto, el tamaño, la velocidad o la frecuencia. La vista y el oído se caracterizan por percibir cualidades primarias. En cambio, gusto, olfato y tacto, se nos ha dicho durante siglos, captan cualidades secundarias, que solo existen como resultado del encuentro entre el sujeto y el objeto: el dulzor de una cereza no está en la cereza, sino en el encuentro entre la cereza y un ser humano. Y esas sensaciones, se decía, no son cuantificables, no se pueden traducir a formas geométricas o fórmulas matemáticas, y por ello parecen sustraerse a un estudio científico sistemático. Por tanto, la idea de que algunos sentidos son más objetivos y otros más subjetivos se apoyaba en una compleja teoría científica que vinculaba percepción, matemáticas, física y metafísica. La distinción entre cualidades primarias y secundarias es una cuestión que se continúa estudiando, y existen complejas discusiones acerca de cada una de ellas y su relación con nuestros sentidos.



Esta ordenación jerárquica de la sensorialidad, que quedaba justificada científicamente, no era sino una consecuencia del dualismo mente/cuerpo que ha estructurado el pensamiento occidental desde sus orígenes. La concepción de que el ser humano está compuesto de dos naturalezas distintas, un organismo biológico y un alma o mente no material, se tradujo en un dualismo sensorial. Vista y oído se consideraban sentidos del alma o la mente, mientras que olfato, gusto y tacto se concebían como atados al cuerpo, y se decía que sus funciones se limitaban a la supervivencia biológica, a gestionar el hambre, la sed, el deseo sexual o la alerta ante posibles peligros. Vista y oído, además de proporcionar el conocimiento que permitía la ciencia, también posibilitaban esa elevación del ser humano por encima del placer biológico en que consiste la apreciación estética: un placer intelectual basado en la contemplación distante y serena, por contraposición con las pasiones sensuales, que buscan la satisfacción de los deseos corporales mediante la ingesta de alimentos o la actividad sexual. Vista y oído permitían elevarse, por ejemplo, a la apreciación estética de un paisaje, pero se consideraba que los sentidos sensuales eran incapaces de hacerlo. Es decir, mientras que un ser humano podría gozar estéticamente mirando una avenida bordeada de naranjos y dedicar horas a recrearla en un lienzo, sería imposible deleitarse estéticamente en el olor de los naranjos sin acabar por coger una naranja y pegarle un mordisco.

Como consecuencia de ello, se consideró que la percepción de los entornos, y aun más su apreciación estética, solo se basaban en la vista, en primer lugar, y el oído, en segundo lugar. Así, cuando el concepto de *paisaje* surgió en Occidente durante el Renacimiento, lo hizo íntimamente ligado al sentido de la vista y al arte de la pintura. Como si el paisaje fuera una simple imagen.

## **2. El concepto de *paisaje***

Podemos definir el concepto de *paisaje* de una forma introductoria diciendo que un paisaje es una porción de territorio tal y como es percibido, apreciado, comprendido y valorado por un sujeto o una comunidad de sujetos. Es decir, el concepto de *paisaje* no se refiere simplemente a un territorio determinado, en el cual tienen lugar un conjunto de procesos físicos, químicos y geológicos, que está habitado por distintas especies vegetales y animales, y que es transformado en mayor o menor medida por el ser humano. A lo que se refiere el concepto de *paisaje* es a la concepción que los seres humanos tienen de ese territorio. Los paisajes surgen de forma reflexiva en la mente de las personas, como resultado de un proceso intelectual y emocional; y son, por supuesto, una construcción

intersubjetiva, que se desarrolla históricamente en un entramado de interacciones y creaciones culturales colectivas (Nogué, 2007).

La creación del concepto de *paisaje* a lo largo de los siglos xv, xvi y xvii fue fundamental para el desarrollo de la subjetividad moderna. La omnipresencia del cristianismo durante la Edad Media había impuesto la idea de que este mundo era una entidad ontológicamente subordinada a una realidad espiritual superior, y que por tanto no tenía valor en sí mismo, sino únicamente en relación con esa realidad espiritual. Una vez la cosmovisión religiosa dejó de ser hegemónica, y la divergencia dejó de ser una herejía, el sujeto moderno comenzó a explorar su identidad y la del mundo que habitaba de una forma más libre. Tanto las ciencias naturales como el arte y la filosofía contribuyeron a ese proyecto por el que el sujeto moderno confirió identidad al territorio, y el paisaje surgió como un concepto vertebrador (Maderuelo, 2005; Roger, 2008).

Concebir un territorio como un paisaje forma parte del proceso por el cual los seres humanos intentan dotar de significado al pedazo del mundo en el que habitan para hacerse un hogar en él. Un hogar no solo de piedra y madera, sino también de valores, de ideales, de sentido, y, por supuesto, un hogar en términos estéticos. Por eso solemos hablar de la personalidad, del carácter de un paisaje. Quizás la forma más clara de decirlo sería afirmar que un paisaje es una *interpretación* de un pedazo del mundo, una forma de *leer* en un territorio una serie de significados, que dependen estrechamente del propio marco cultural.

Es importante también entender que el concepto de *paisaje* se aplica tanto a entornos de naturaleza salvaje como de naturaleza cultivada o densamente urbanizados. Así pues, el paisaje no trata solo de nuestra relación con la naturaleza, sino también de nuestra relación con las obras de ingeniería, con la arquitectura y el urbanismo que configuran un territorio. Hoy en día se producen además dos fenómenos fundamentales: por un lado, apenas queda ya naturaleza que no esté afectada por el ser humano, pues allí donde no llegan nuestras carreteras llegan la contaminación o el cambio climático; y por otro lado, la naturaleza está muy presente en las ciudades, por ejemplo en la vegetación, la fauna urbana o los fenómenos meteorológicos. En consecuencia, podemos decir que la inmensa mayoría de los paisajes son un entramado de procesos naturales y culturales, que nosotros interpretamos desde nuestro marco cultural (Cruz y Español, 2009).<sup>3</sup>

3. Agradezco a Ignacio Español, *in memoriam*, una serie de fascinantes discusiones acerca de las interrelaciones entre naturaleza y cultura.

Por ello, *paisaje* no es un término sinónimo de *belleza natural* o *estética de la naturaleza*. *Estética de la naturaleza* es un concepto que se emplea en estética filosófica para estudiar el aprecio de objetos no creados por el ser humano, y que por tanto se contraponen al aprecio de las obras de arte, que son el objeto central de esta disciplina. Y, de hecho, cuando se estudia el aprecio estético de la naturaleza, el paisaje no es el único modo de apreciación con el que se trabaja, sino que también existen otros modelos, como son el estudio de objetos naturales aislados, la experiencia de sumergirse en el mar, la apreciación de los animales, la observación de lo minúsculo o la contemplación del firmamento.

Una vez realizadas estas aclaraciones, y volviendo al concepto de *paisaje*, es importante recordar que fue una invención de una disciplina artística en particular. Los paisajes nacieron como tales en los lienzos de los pintores, es decir, surgieron como un género pictórico que se forjó durante los siglos xv, xvi y xvii. Esos artistas extraían un fragmento de la continuidad del mundo, lo enmarcaban, lo aislaban como una unidad diferenciada, lo estudiaban y finalmente lo recreaban en una pintura. El paisaje no era algo que los pintores se encontraban, sino el resultado de un proceso de percepción, selección, reflexión, ordenación de los elementos, composición, imaginación, emoción, etc., que transfiguraba el territorio contemplado en una creación artística. Una pintura de paisaje no copia la realidad como un espejo, sino que *dice algo* acerca de esa realidad (Clark, 1949; Maderuelo, 2005; Roger, 2008; Wolf, 2008).

El problema que nos ocupa aquí, sin embargo, radica en que los pintores nos enseñaron a *interpretar* un territorio, pero lo concretaron en un sentido: nos enseñaron una manera de *mirar* el territorio. Por desgracia, nunca hemos tenido una tradición igual de sólida y secular de artistas que nos enseñaran a escuchar el territorio, tocarlo, gustarlo... Así pues, durante siglos, el paisaje se instauró en Occidente como si fuera una imagen, de modo que nuestra concepción de lo que es un paisaje se ha focalizado en una serie de elementos que proceden del paradigma visual. Vamos a analizarlo con un poco más de detalle.

Para que un pintor pueda convertir un fragmento de territorio en una pintura de paisaje, necesita hallarse fuera de él, mirándolo desde la distancia, desde un punto determinado que le permita obtener una visión panorámica y contemplarlo como un todo unitario. Ningún territorio puede convertirse en paisaje si no es siendo mirado por un sujeto que se halla fuera de él, que lo delimita, lo enmarca, y así, lo cierra y lo crea como una unidad con carácter propio, que se diferencia del continuo de la realidad.

De la misma manera que el conocimiento científico necesita de la separación entre sujeto y objeto, la constitución de un paisaje necesita de una separación equivalente entre un territorio y el sujeto que lo contempla e interpreta. Esa distancia física es también una distancia intelectual que subraya el proceso racional de la creación del paisaje. La distancia física y mental hace posible esa actitud serena que los ilustrados denominaban *desinteresada*, es decir, libre de todo deseo y pasión. Así, según nuestra tradición de filosofía del arte, pintar un paisaje es algo radicalmente distinto al placer sensual de echarse en la hierba al sol, trepar a un cerezo para comer sus frutas sentado en una rama, lanzarse al mar desde una roca, o sumergirse en el paseo bullicioso de una gran ciudad para pasar una tarde de compras. El proceso de recrear un paisaje no es el fruto de entregarse a la vida de un territorio, sino de salir fuera de él para concebirlo como una unidad de sentido, para contemplarlo y componerlo, para interpretarlo. Y esa perspectiva exterior y distante se logra primando el sentido de la vista, y frenando el resto de los sentidos y los deseos del cuerpo.

En nuestra tradición occidental, generaciones y generaciones de personas han aprendido lo que es un paisaje viendo pinturas. En el siglo XXI, cada uno de nosotros ha crecido viendo desde la infancia innumerables pinturas, fotografías, películas, documentales, pósteres, carteles, postales, imágenes en todo tipo de pantallas, donde una y otra vez un entorno es mostrado como un producto visual. El resultado es que, cuando queremos conocer un lugar, cuando queremos captar su personalidad, buscamos insistentemente miradores desde los que poder enmarcar un paisaje con nuestra cámara de fotos. En cambio, no nos dedicamos a tocar los distintos materiales que componen ese lugar, ni lo recorremos grabando sus sonidos más característicos. Las personas con buen olfato no suelen dibujar mapas de olores de las ciudades que visitan. Y la mayoría de souvenirs que hallamos en las tiendas han sido diseñados para el sentido de la vista. Sin embargo, afortunadamente, geógrafos, antropólogos, sociólogos, filósofos y artistas, entre otros, han denunciado en las últimas décadas que la reducción de los paisajes a imágenes supone una pérdida, y han comenzado a explorarlos desde todos los sentidos (Durán, 2007).

El filósofo canadiense Allen Carlson, profesor emérito de la Universidad de Alberta y uno de los principales representantes de la estética del entorno en la filosofía norteamericana, comenzó en los años setenta del siglo XX a criticar lo que él denomina el *modelo de paisaje*, al que considera un mal modelo para percibir y apreciar estéticamente los territorios. Hay que precisar que su preocupación fundamental es la percepción y la gestión de entornos de naturaleza salvaje como los que se encuentran en su país, pero también ha trabajado sobre entornos agrícolas y sobre

arquitectura y territorio. Una de las razones que ofrece Carlson para rechazar el *modelo de paisaje* es que, cuando apreciamos un entorno desde ese modelo creado por la pintura y la fotografía paisajísticas, concentramos nuestra apreciación en las cualidades visuales: las formas, las líneas, el color, la luz, las sombras, los reflejos en el agua... Esas cualidades son fundamentales para la pintura y la fotografía de paisaje, pero un entorno posee muchas otras cualidades sensoriales, que percibimos con el resto de nuestros sentidos, y que son necesarias para apreciar ese entorno en toda su riqueza y complejidad.

Carlson también critica que ese modo de mirar el territorio lo fragmenta en unidades concretas, creadas de manera arbitraria, que son vistas como panoramas, como escenas, lo que nos impide percibir la continuidad. Carlson cree que esta manera de mirar procede de nuestras visitas a las galerías de arte, donde vamos avanzando por una sala y contemplando sucesivamente distintas pinturas que cuelgan en la pared; cuando después visitamos un entorno, lo que esperamos encontrar son sucesivos miradores en la carretera que nos van ofreciendo las distintas escenas a contemplar y fotografiar. Esta cuestión se relaciona íntimamente con el hecho de que el modelo de la pintura de paisaje disuelve las tres dimensiones de un bosque o una ciudad en dos, haciéndonos perder la profundidad; se nos invita a mirar desde la distancia, sin entrar en ese paisaje contemplado. Y finalmente, es un modelo que subraya lo estático, cuando en realidad uno de los elementos más interesantes de un entorno son sus tiempos, los diferentes ritmos y ciclos de los procesos naturales y también humanos. En definitiva, lo que denuncia Carlson es que reduzcamos un entorno a una mera superficie visual, como si fuera un decorado teatral.

La propuesta de Carlson es el *modelo del entorno*, que reivindica la apreciación multisensorial. Para ello es necesario entrar en ese entorno y percibirlo con todos los sentidos, combinando la reflexión intelectual con la experiencia que el cuerpo acumula cuando lo recorre. Lo que Carlson propone no es un acercamiento irracional y místico, sino una defensa de la experiencia y los sentidos. De hecho, su modelo se inspira en la actitud de los naturalistas cuando se adentran en un territorio y se ensucian de tierra para recoger muestras geológicas u observar el comportamiento de los animales (Carlson, 1979; Carlson, 2000).

El elemento más polémico de su propuesta es la contraposición entre la mirada distante del pintor de paisajes, concentrada en elementos de la composición visual, y el conocimiento científico de un naturalista-excursionista que se adentra en los entornos, como si fueran dos actitudes completamente opuestas e irreconciliables. Para Carlson, hay que aban-

donar la influencia de la pintura de paisaje y repensar los entornos desde el modelo del naturalista. Creo que en esto es Carlson demasiado excluyente y que, como le responde el también filósofo canadiense Thomas Heyd, profesor en la Universidad de Victoria, la percepción y el aprecio estético de un entorno pueden enriquecerse tanto del conocimiento científico como de la influencia del arte (que incluye otras disciplinas, además de la pintura). Heyd añade que son muchos los elementos de nuestra cultura que pueden ayudarnos a entender mejor y a apreciar de forma más profunda un entorno, y deberíamos ser cada uno de nosotros, de manera activa, integradora y crítica, los que decidamos qué elementos pueden ser más interesantes para comprender un entorno determinado, y los compartamos en la comunidad que disfruta de ese entorno (Heyd, 2001; Tafalla, 2010). Creo que a la crítica de Heyd hay que añadirle otra: Carlson parece ignorar las fecundas relaciones entre arte y ciencias naturales, que se han venido influyendo mutuamente de múltiples maneras desde sus orígenes. Actualmente, son muchos los científicos y los artistas que reivindican y practican esos diálogos entre las ciencias naturales y las diversas artes.

Sin embargo, la aportación de Allen Carlson que más nos interesa aquí es su defensa de la multisensorialidad. En esto, su posición es fruto de un cambio cultural. Desde los años setenta del siglo pasado, autores procedentes de distintas disciplinas vienen proponiendo superar ese dualismo secular que desgarró al ser humano en su naturaleza mental y corporal, y por tanto en unos sentidos superiores y otros inferiores. Superar esa fractura, reivindicar el papel de cada uno de nuestros sentidos, aceptarnos a nosotros mismos de forma orgánica en nuestra complejidad, nos permitirá adquirir concepciones más profundas y ricas de los entornos en los que vivimos. Cómo nos entendemos a nosotros mismos se proyecta también en cómo entendemos los entornos que habitamos.

### **3. Paisajes anósmicos**

Voy a intentar ilustrar estas ideas con un caso práctico. En nuestra tradición filosófica, se afirmaba que el olfato no tenía un papel relevante en la percepción de un entorno porque no proporcionaba información objetiva, como hemos explicado al principio de este texto. Y se sostenía también que no podía participar del aprecio estético, puesto que los olores son meros estímulos para reacciones biológicas, y como tales pueden despertar placer corporal, pero no intelectual. Vamos a analizar si tales ideas son correctas o si el olfato, como el resto de sentidos llamados menores, tiene una función más importante de lo que se creía. Una manera

de enfocar el problema es comparar la experiencia de las personas que poseen un buen olfato con la experiencia de aquellos que carecemos de él, es decir, que sufrimos *anosmia* (Tafalla, 2013).

Una de las diferencias que más llaman la atención es que algunas personas que han perdido el olfato durante su vida adulta han descrito esa pérdida diciendo que el mundo parece estar más lejos, o que tienen la impresión de que hay una pantalla de cristal entre ellos y el mundo (Barber, 2012). Esas sensaciones parecen indicar que el olfato contribuye a la percepción del espacio. Aunque no he localizado ningún estudio científico que lo demuestre, después de haber escuchado a personas con buen olfato, a personas con hiposmia y a personas con anosmia, creo que efectivamente el olor refuerza la sensación de estar dentro de un entorno, de estar dentro de un bosque o dentro de un restaurante. De algún modo que yo no logro imaginar, el olor genera en las personas con olfato una sensación de inmersión, de estar rodeadas por un ambiente determinado, de ser acogidas por una atmósfera. El olor de una cocina o los aromas de un jardín parecen llenar el espacio, rodear a las personas, e intensificar la sensación de que uno está dentro de ese lugar. También sucede a veces que una persona con buen olfato se dispone a entrar en un bar, pero encuentra que el ambiente está muy cargado y siente que, como se dice coloquialmente, *echa para atrás*. En cambio, las personas carentes de olfato no compartimos esas sensaciones (Tafalla, 2014).

Sucede algo similar cuando una persona lleva un perfume muy intenso que se comporta de forma invasiva con los demás. Por ejemplo, quienes tienen buen olfato suelen comentar lo molesto que les resulta que una persona con un perfume fuerte se siente a su lado en el cine o en un concierto, o, todavía más, en un restaurante. Si nos centramos en la información visual, cada una de esas personas está ocupando su sitio y ninguna invade el espacio de la otra, pero en cambio, el olor de una sí está invadiendo el espacio de la otra, lo que puede llegar a alterar el placer de una comida. Puede ser una experiencia molesta para las personas con un olfato sensible, incluso dolorosa para los hiperósmicos, mientras que los anósmicos no percibimos esa invasión de nuestro espacio.

Que existe una relación entre espacio y olfato, que el olor tiene un efecto envolvente, parece confirmarlo el hecho de que algunos artistas utilizan aromas para generar la sensación de estar dentro de un entorno. En 2009 visité la obra de Antoni Muntadas *On translation: Paper BP/MVDR*, una intervención realizada en el pabellón Mies van der Rohe de Barcelona (Colomer y Núñez, 2009). Lo que yo encontré fue una sala en la que únicamente había un archivador en un rincón. No había más objetos para ver o tocar, no había sonido alguno, ni nada con lo que experimentar.

Para mí fue, por tanto, la experiencia de una sala de exposiciones vacía. Sin embargo, los visitantes que podían oler explicaban fascinados que se encontraban dentro de una biblioteca, rodeados de papel viejo, polvo y tinta, y que era todo tan real que casi podían tocarlo. Ellos estaban dentro de un lugar al que yo no tenía acceso. Y quien generaba esa experiencia era un aroma artificial que imitaba el olor de una biblioteca o un archivo, y que había sido diseñado por el perfumista Ernesto Ventós. El sentido de la obra no consistía tan solo en proporcionar sensaciones más o menos emocionales, sino en recordar los archivos donde se guardaron los planos del propio pabellón Mies van der Rohe desde que fue derruido en 1930 hasta que fue reconstruido de nuevo en 1986. Así, el pabellón acogía en su interior el recuerdo de los archivos en los que subsistieron sus planos después de ser derruido, con lo que invitaba a reflexionar acerca de la capacidad del papel para sostener el recuerdo de una obra arquitectónica. La intervención planteaba cuestiones acerca de la naturaleza de la arquitectura, y lo lograba gracias a la capacidad del olor para crear esa ilusión de estar dentro de un archivo. Además, teniendo en cuenta el poder del olor para evocar el pasado, la obra sugería reflexiones acerca de la memoria. Creo que esta intervención de Muntadas es un buen ejemplo de cómo un olor puede ser empleado en una obra de arte para transmitir significados complejos y ser contemplado estéticamente por el público.

Por otra parte, el olor también puede actuar como una invitación a acercarse a un lugar. El buen olor de una panadería puede conseguir que alguien se desvíe de su ruta para tomarse un segundo desayuno. En una zona rural, el aroma de unos campos de lavanda puede impulsar a unos ciclistas a acercarse para disfrutarlo. Del mismo modo, un mal olor genera el deseo de alejarse. De hecho, la función de la peste es precisamente ésta, impulsar a la persona a alejarse de una sustancia potencialmente peligrosa; una función similar a la del dolor. Todas estas dinámicas son cada vez más estudiadas por los expertos en marketing, diseño y urbanismo. Algunos investigadores se dedican a elaborar mapas olfativos de las ciudades, y a estudiar cómo perciben los ciudadanos los olores y cómo reaccionan ante ellos (Henshaw, 2014). Por supuesto, todas estas señales no tienen ningún efecto sobre los anósmicos.

El olfato también contribuye a la percepción de la temporalidad de los entornos, de lo que podríamos llamar *timescapes*. Muchos de los acontecimientos que tienen lugar en un entorno son efímeros, mientras que otros elementos cambian de manera cíclica, con distintos ritmos, o permanecen más estables. El olor parece subrayar especialmente los cambios; por ejemplo, un bosque o una ciudad huelen diferente cuando llueve o según el ciclo de las estaciones. En comparación, creo que para



un anósmico los entornos parecen más estables, porque recibe menos información acerca de todos esos cambios.

Sin embargo, probablemente, el factor temporal más afectado por el olfato, debido a su especial fisiología, es la memoria. La información recibida por el sentido del olfato, a diferencia de la que se recibe por los otros sentidos, es enviada en primer lugar al sistema límbico, el núcleo del cerebro más antiguo y más instintivo, responsable de respuestas emocionales muy profundas, y solo después alcanza el neocórtex, donde se produce el pensamiento consciente. Eso explicaría los *viajes emocionales en el tiempo* que disfrutaban muchas personas a raíz de percibir un olor que les evoca algún episodio del pasado. Tales experiencias tienen una importante función en la construcción de la identidad personal, pues, dado que muchas veces se desencadenan de una forma no buscada, refuerzan los vínculos con la propia historia más allá de los esfuerzos conscientes por ordenar la memoria y tejer un relato autobiográfico. Los anósmicos carecemos de ese mecanismo, que tal vez solo podemos imaginar comparándolo con la experiencia de la música: a veces también sucede que una canción nos retrotrae a un momento del pasado y nos permite volvernos a emocionar con acontecimientos de otra época.

Para una persona adulta, perder el olfato significa perder esa peculiar máquina del tiempo hacia su pasado personal. La próxima vez que regrese a su rincón favorito del bosque, o visite su ciudad preferida, sus emociones ya no serán las mismas, porque aunque estará viendo el mismo paisaje de siempre, su cerebro no podrá captar su olor, la llave que abre el torrente de recuerdos emocionales. Creo que cualquiera que tiene la desgracia de perder el olfato, comprende que un paisaje es mucho más que una imagen. Y creo también que se comprende poco socialmente que una de las causas que contribuyen a la tristeza y la frustración de las personas ancianas es que han perdido total o parcialmente el olfato, lo que disminuye el vínculo emocional que tenían con sus lugares preferidos. El olfato suele ser uno de los primeros sentidos que se debilitan con la edad, y al que en cambio se presta menos atención médica. Algunas personas mayores lo van perdiendo paulatinamente sin ser del todo conscientes, y sienten que su vinculación emocional con el mundo disminuye sin entender por qué. Lo mismo sucede con la percepción del sabor de la comida, que depende básicamente del olfato retronasal. Cuando las personas mayores se quejan con amargura de que sus platos preferidos ya no están tan sabrosos, de que la fruta es cada vez peor, o de que el vino tan bueno que guardaban en la bodega se ha estropeado, a veces ni ellos ni sus familias son conscientes de que la causa de esa frustración, ese desencuentro con sus placeres de siempre, es una pérdida de olfato.

En este contexto de reflexión, resulta interesante una investigación reciente llevada a cabo por el Centro de Investigación Ecológica y Aplicaciones Forestales (CREAF por sus siglas en catalán), de la Universidad Autónoma de Barcelona, en colaboración con el CSIC y el Instituto de Ciencias Agrícolas y Ecológicas de Estonia. Según los autores del estudio, el aumento de temperatura de nuestro planeta debido al cambio climático tendrá dos consecuencias con respecto al olor: en primer lugar, las flores serán cada vez más fragantes, y en segundo lugar, cambiarán las composiciones químicas de los aromas de algunas plantas. Así pues, los olores característicos de muchos entornos se verán modificados, y será una ocasión para estudiar si cambia a su vez el aprecio estético de esos entornos. Sin embargo, por supuesto, los únicos afectados no seremos los seres humanos. Las modificaciones en los aromas de las flores podrían confundir a los insectos que las polinizan, especialmente a aquellos cuyas preferencias olfativas son innatas. Un cambio en el olor de los entornos podría, por tanto, provocar alteraciones y desórdenes en los equilibrios de los ecosistemas. Si esto es así, no tendremos otro remedio que tomarnos el sentido del olfato más en serio (Farré-Armengol, Filella, Llusà, Niinemets y Peñuelas, 2014).

Para concluir este capítulo, me gustaría recordar aquí una película mítica de los años ochenta del siglo XX que planteaba algunas de estas ideas acerca de la sensorialidad. En *El cielo sobre Berlín*, el director Wim Wenders nos mostraba la ciudad alemana desde la perspectiva de un grupo de ángeles dedicados a observar los comportamientos y pensamientos humanos, a contemplarlos desde la distancia, sin participar en sus asuntos. Estos ángeles, espíritus puros sin cuerpo, podían ver y oír, pero en cambio, carecían de sentido del tacto, del gusto y del olfato. Y, de hecho, su vista no les permitía distinguir los colores. Eran, por tanto, una recreación perfecta de un ser que solo percibiera las cualidades primarias de las que hablábamos al principio de este texto.

Sin embargo, uno de estos ángeles, interpretado por el genial Bruno Ganz, se enamoraba apasionadamente de una joven trapezista de circo, y solicitaba entonces la posibilidad de hacerse humano y mortal. El deseo le era concedido, y en cuanto nuestro ángel se convertía en un ser humano, lo primero que experimentaba era que caía al suelo, es decir, que se daba un golpe, y que desde el cielo le tiraban a la cabeza su coraza de ángel. Descubiertos así los sentidos del tacto y del dolor, nuestro ángel se llevaba la mano a la herida que le habían hecho en la cabeza, y al mirar sus dedos manchados por unas gotas de sangre se daba cuenta de que por primera vez percibía el color rojo. En una escena deliciosa, el ángel aprendía los nombres de los colores con los grafitis del muro de Berlín, gracias a un transeúnte que lo orientaba con sorpresa y simpatía.

Luego, en una segunda escena memorable, el ángel se tomaba un café en un puesto callejero. En un día de frío invierno, enfundado en su abrigo, el ángel cogía con las dos manos su vaso de café caliente, y descubría el olfato y el gusto. No parecía que esos sentidos le proporcionaran un mero placer biológico, sino algo que me atrevería a denominar placer intelectual: el placer de apreciar esas sensaciones por sí mismas y comprender su valioso papel en la condición humana. Y así, nuestro ángel dejaba de ser un ángel y se convertía en ser humano tomándose una taza de café. Después de eso, solo necesitaba encontrar a su trapecista y culminar su viaje hacia la humanidad.

Si no resultara demasiado pretencioso, podríamos decir que *El cielo sobre Berlín* resume la historia de la filosofía occidental: después de siglos queriendo ser ángeles, hemos aceptado ser humanos. Hemos aceptado nuestro cuerpo y estamos aprendiendo a gozar de todos nuestros sentidos. Y del mismo modo que el ángel descubría que Berlín es más interesante cuando se tiene un cuerpo, nosotros descubrimos también que un paisaje es más profundo cuando lo disfrutamos con todos nuestros sentidos.

## Referencias bibliográficas

- BARBER, Martin (2012). «Anosmia: Norfolk clinic helps those without a sense of smell», *BBC News* [en línea]. Disponible: < <http://www.bbc.com/news/uk-england-19786773> > [consulta: 22/07/2015].
- CARLSON, Allen (1979). “Appreciation and the Natural Environment”, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, núm. 37, p. 267-276.
- (2000). *Aesthetics and the Environment. The Appreciation of Nature, Art and Architecture*. Londres: Routledge.
- CASTELVECCHI, Davide (2012). “La brújula interna”, *Investigación y Ciencia*, núm. 426, p. 43-48.
- CLARK, Kenneth (1949). *Landscape into Art*. Londres: John Murray.
- CLASSEN, Constance; et al. (1994). *Aroma. The Cultural History of Smell*. Londres: Routledge.
- COLOMER, Yvette; NÚÑEZ, Pati (2009). *Dossier de prensa intervención de Antoni Muntadas en el pabellón Mies van der Rohe (6 de marzo – 5 de mayo de 2009)* [en línea]. Disponible: < <http://www.bcn.cat/cultura/docs/Dossier%20Intervencion%20Muntadas.pdf> > [consulta: 22/07/2015].
- CRUZ PÉREZ, Linarejos; ESPAÑOL ECHÁNIZ, Ignacio (2009). *El paisaje. De la percepción a la gestión*. Madrid: Liteam.

- DURÁN, María Ángeles (2007). “Paisajes del cuerpo”, en Joan Nogué (ed.). *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva, p. 27-61.
- DROBNICK, Jim (ed.) (2006). *The Smell Culture Reader*. Oxford: Berg.
- FARRÉ-ARMENGOL, G.; et al. (2014). “Changes in floral bouquets from compound-specific responses to increasing temperatures”, *Global Change Biology*, vol. 20, núm. 12, p. 3660-3669.
- GADAMER, Hans-Georg (1977). *Verdad y método I. Fundamentos de una hermenéutica filosófica*. Salamanca: Sígueme. [Edición original de 1960].
- HENSHAW, Victoria (2014). *Urban Smellscapes. Understanding and Designing City Smell Environments*. Londres: Routledge.
- HERZ, Rachel (2007). *The Scent of Desire*. Nueva York: Harper.
- HEYD, Thomas (2001). “Aesthetic Appreciation and the Many Stories about Nature”, *The British Journal of Aesthetics*, núm. 41, p. 125-137.
- MADERUELO, Javier (2005). *El paisaje. Génesis de un concepto*. Madrid: Abada.
- MCGLONE, Francis; ÖSTERBAUER, Robert A.; DEMATTÈ, Luisa M.; SPENCE, Charles (2013). “The Crossmodal Influence of Odor Hedonics on Facial Attractiveness: Behavioural and fMRI Measures”, en Francesco Signorelli y Domenico Chirchiglia (ed.). *Functional Brain Mapping and the Endeavor to Understand the Working Brain* [en línea]. Disponible: <<http://www.intechopen.com/books/functional-brain-mapping-and-the-endeavor-to-understand-the-working-brain>> [consulta: 22/07/2005].
- MILLÀ, Martina; et al. (2013). *Davant l'horitzó = Ante el horizonte = Before the Horizon*. Barcelona: Fundació Joan Miró.
- MORGADO, Ignacio (2012). *Cómo percibimos el mundo*. Barcelona: Ariel.
- NOGUÉ, Joan (2007). “El paisaje como constructo social”, en Joan Nogué (ed.). *La construcción social del paisaje*. Madrid: Biblioteca Nueva, p. 11-24.
- NORTH, Adrian C. (2012). “The effect of background music on the taste of wine”, *British Journal of Psychology*, núm. 103, p. 293-301.
- PIQUERAS-FISZMAN, Betina; SPENCE, Charles (2012). “The influence of the color of the cup on consumers’ perception of a hot beverage”, *Journal of Sensory Studies*, vol. 27, núm. 5, p. 324-331.
- ROGER, Alain (2008). “Vida y muerte de los paisajes. Valores estéticos, valores ecológicos”, en Joan Nogué (ed.). *El paisaje en la cultura contemporánea*. Madrid. Biblioteca Nueva, p. 67-85.
- TAFALLA, Marta (2010). “¿Nos enseña el arte de Richard Long a apreciar estéticamente la naturaleza?”, *Enrahonar*, núm. 45, p. 155-172.

- (2013). "A World without the Olfactory Dimension", *The Anatomical Record. Advances in Integrative Anatomy and Evolutionary Biology*, vol. 296, núm. 9, p. 1287-1296.
- (2014). "Smell and Anosmia in the Aesthetic Appreciation of Gardens", *Contemporary Aesthetics* [en línea], vol. 12. Disponible: <<http://www.contempaesthetics.org/newvolume/pages/article.php?articleID=697>> [consulta: 22/07/2015].
- TOKUNAGA, Yasunobu; OKUIE, Daichi; TERASHIMA, Takane (2013). "Influence of visual information on sound evaluation in auditorium", *Acoustical Society of America. Proceedings of Meetings on Acoustics*, núm. 19.
- WOLF, Norbert (2008). *Pintura paisajista*. Colonia: Taschen, p. 6-25.