

Perfumes de Cuba

[Título original:

El centenario gusto de la cubana por "oler bien"]

por María Helena Capote

RECUERDO muy nítidamente el perfume que usaba mi madrina, una mujer elegante que gustaba de vestir bien y que prefería las colonias, porque según decía, "olían a limpio". Lo cierto es que cuando ella abría su cartera para pagar el tranvía, un aroma seco y delicioso inundaba el ambiente y más aún, cuando sacaba el pañuelo y lo olía, como para quitarse de encima el cierto tufillo a "timón de tranvía" que pudiera existir en el singular carromato eléctrico, ya desaparecido para siempre en Cuba.

Ella usaba un agua de colonia de la firma Guerlain, cuya casa radicaba en la calle Prado, entre Colón y Refugio, y hasta allí iba siempre a comprarla. Como mujer de finales del siglo pasado, de la clase media cubana, se debe haber aficionado a este perfume cuando el fabricante francés hizo más accesibles sus precios en el mercado mundial y lanzó su famosa colonia Jicky, en 1889, que, por cierto, la recomendaba a mujeres intrépidas, deportivas y jóvenes, mientras que para los hombres la identificaba con el vigor físico.

En su libro sobre algunos viajes que dio por Europa, la escritora cubana Renée Méndez Capote señala que en su primera salida cuando llegó a París, fue a comprarse algunos perfumes, los cuales ya ella usaba aquí. Así cuenta que "compré docenas de frascos de perfumes de las mejores marcas; todavía recuerdo algunos nombres: Kismajoue, Kollywog; Ma Griffe; Femme; Je Reviens; Geranio Rosa; L'Heure Bleue... Y grandes frascos de colonia Guerlain y Atkins". Esto ocurría en 1928 (...)

UNA COLONIA QUE SE FUE

Y aunque la tradición y el hábito del perfume en la mujer cubana llegara desde Europa, ya existían en el país dos fábricas que producían algunos artículos de tocador, como jabones y perfumes. Una de ellas trascendió en nuestras costumbres durante más de cincuenta años, precisamente por su agua de colonia: la colonia 1800, de Crusellas, en sus dos fragancias, una de lavanda y otra de vetiver.

Durante la primera mitad del siglo no hubo casa cubana que no tuviera, al menos, un pomo de colonia 1800. Servía para todo: desde quitar una fiebre con fricciones hasta para despojar a un creyente de algún espíritu mal intencionado.

No hace mucho, una amiga que regresaba de una visita a Miami me enseñó como un tesoro, un sencillo pomo plástico de líneas rectas que imitaba al conocido y antiguo envase de cristal de la famosa colonia 1800 de los años cincuenta. De "allá" la había traído, pero a sus jóvenes hijos nada les dijo este perfume que nunca conocieron y con el que las nuevas generaciones nada tienen que ver en Cuba. El socorrido "los tiempos cambian" me vino a la mente, pero también descubrí la evolución que ha tenido la mujer cubana en materia de perfumes, pues ya son muy pocas las que acostumbran usar una colonia para después del baño o para "oler a limpio", como decían nuestras abuelas.

Ahora se prefieren perfumes para seducir, para conquistar, lo mismo las mujeres que los hombres. Los jóvenes manejan nombres como Poisson, Obsession, Mis Dior, Chanel No.5, Tresor y otros menos famosos pero conocidos internacionalmente. Y entre los cubanos, Alicia Alonso y Coral Negro, principales sobrevivientes de una pujante perfumería criolla que se desarrolló en la década de los 80 y que se vio brutalmente detenida -como muchas otras cosas en el país-, a causa del recrudescimiento del bloqueo económico y de la desaparición del mercado con los países socialistas de la Europa del Este. Pero lo que ocurrió en la dorada época de los 80, no fue más que una consecuencia de un hábito desarrollado en los años 50, cuando la perfumería norteamericana irrumpió en el mercado nacional desplazando a la clásica europea, fundamentalmente por sus precios más accesibles a un público consumidor que comenzaba a descubrir desde los champús, las cremas de belleza, los cosméticos y la perfumería, por supuesto. Marcas como Elizabeth Arden, Helena Rubinstein, Shulton y Revlon, aparecieron en las grandes tiendas a lo largo del país. Aguas de tocador, lociones y esencias se vendían a módicos precios, mientras la perfumería europea se limitaba a una clientela más exclusiva. Por ejemplo, en esa época no dejó de venderse en la joyería habanera L'Trianon, el perfume más caro del mundo, Joy, de Jean Patou, surgido en la década del 30, y así otras marcas francesas que se identificaban con la clase social que las adquiría.

Para la generalidad de la población, tres grandes firmas cubanas ofrecían sus productos en el mercado: Sabatés, Crusellas y Gravi. Las dos primeras asociadas ya con las transnacionales Procter and Gamble y Palmolive, respectivamente. Gravi era un producto totalmente cubano. Y además, también la marca norteamericana Avon instaló su nueva fábrica de cosméticos para competir con su singular sistema de ventas a domicilio, en un mercado ávido por toda clase de artículos para la belleza. En el mundo, fue la época del Chanel No.5 de Marilyn Monroe, que aunque este perfume había surgido en la década del 20, revolucionando el concepto de la perfumería, tanto por su

fórmula con notas aldehídicas, como por el diseño del envase y el logotipo, adquirió en América tremenda popularidad con las declaraciones de la famosa actriz. Cuando un periodista le preguntó: ¿Qué vestía para dormir?, contestó simplemente: Chanel No.5

PERO LOS TIEMPOS CAMBIAN

Algunos especialistas suelen calificar a los años 60 de este siglo, como "la década prodigiosa". En Cuba, en materia de perfumería, no se puede aplicar tal concepto. Desaparecieron de golpe las producciones de casi todos los cosméticos y perfumes, manteniéndose sólo las indispensables para la higiene más elemental. Esta industria es sumamente cara en materias primas. No se llegó a poner de moda el aceite de patchouli que pregonaron los hippies frente a los sofisticados perfumes, pero sí se usaron determinados "inventos" criollos que se vendían clandestinamente y a precios de oro por fabricantes privados de pequeñas instalaciones caseras. La mujer cubana no se resignaba a no perfumarse para las múltiples actividades que enfrentaba en su nueva vida social. Ya para los años 70, apareció el histórico Moscú Rojo, con su fuerte olor oriental, y le siguieron otros perfumes de la industria búlgara y polaca. Renacía el consumo y una costumbre que nunca se había perdido del todo.

PERFUMES QUE HICIERON HISTORIA

La década de los 80 fue la época dorada de la perfumería nacional. Aguas de colonias, perfumes, lociones, extractos, aparecieron en los comercios y cautivaron el gusto de hombres y mujeres que nunca antes habían sido consumidores habituales y cuyo alto poder adquisitivo les permitía el acceso a este tipo de producción, calificada hasta entonces por muchos como "secundaria", y para otros, tan vital y necesaria como la propia alimentación. Nombres como Linda, Diamante Negro, Fantasía, Impacto, Profesía, Jaque, Deportes, Bermellón, Folklor, Yoruba, Hechizo, Carnaval, Recuérdame, Agua del Trópico, Tú, Onix, Karate, Cid, Jit, Toqui, encabezaron una larga lista de perfumes cubanos que abarcaban líneas florales, aldehídicas y orientales, además de las conocidas aguas de colonia. No hizo falta una publicidad dedicada a mujeres liberadas y conquistadoras sexualmente, como se anunciaban mundialmente los perfumes en esos años. Las cubanas seleccionaban de acuerdo con su ancestral sentido del gusto y establecieron sus preferencias. Respondían a un cierto toque secreto, mezcla de trópico y sensualidad, que los perfumistas cubanos incluyeron dentro de las corrientes internacionales de moda entonces. A partir de ese tiempo, Alicia Alonso, y más tarde, Coral Negro, identificaron a la perfumería nacional. Sin embargo, no duró mucho la alegría en casa del pobre, como suele decir un refrán popular. Llegaron los 90 con su terrible carga para finales de siglo, la perfumería sufre otro duro golpe: el Período Especial.

LA TRADICIÓN NO DESAPARECE

Esa costumbre de "oler a perfume" no iba a desaparecer de los hábitos cotidianos de la mujer cubana. Las jóvenes se hacen mujeres junto con adolescentes que crecen sin casi información en materia de perfume, apenas sólo algunos puntos de referencia como "recuerdo que así olía mi mamá cuando me llevaba al Círculo Infantil". Sin embargo, ocurren cambios económicos y se abre el mercado recaudador de divisas. Aparecen nuevamente algunas famosas marcas de perfumes europeos, muy de moda en esta década de los 90. Los ávidos jóvenes descubren Poisson, Obsession, Calandre, Drakkrar Negro, Y, Anais, Aire de los Tiempos, Tesor y otros más que se comienzan a vender en las tiendas recaudadoras de divisas, junto con Alicia Alonso y Coral Negro. La firma mixta Suchel-Camacho S.A. produce nuevas líneas de perfumes y se recuperan algunos que ya había creado Suchel antes. La gama de precios se amplía y permite un mayor acceso a los consumidores en este tipo de mercado, aunque aún en el comercio en moneda nacional, apenas si se ofrece algún tipo de perfume; surge un nombre nuevo: Babalawo. Aunque con sus lógicos baches de información, los jóvenes van adquiriendo una cultura del perfume que les permite decidir en sus gustos. Resurge el tradicional hábito de "oler bien", desde la salida para la escuela todos los días, hasta para las fiestas nocturnas y encuentros amorosos. Esta vez se incorpora un nuevo detalle: no hay mucha distinción entre perfumes para mujer o para hombres. No importa que se sigan fabricando con la distinción, aquí se usan indistintamente por cada sexo, con tal de "oler a perfume". En Cuba, el perfume es unisex, sin ningún tipo de limitación.

in
GRANMA INTERNACIONAL 1998.
EDICION DIGITAL La Habana. Cuba
<http://www.nnc.cubaweb.cu/>