

EN LAS DISTANCIAS CORTAS: LAS ARMAS NO VERBALES DE SEDUCCIÓN MASIVA

Ricard Morant i Miquel Peñarroya
Universitat de València

I.

En la evolución de nuestros ancestros ha desempeñado un papel importante el juego de la seducción. Hombres y mujeres han ido evolucionando en función de los gustos del sexo opuesto. El lingüista Sebastià Serrano dedica a este tema su libro *L'instint de la seducció*, en el que afirma:

«...nuestros ancestros espabilaron rápidamente avivando el ingenio en la gestión de las habilidades comunicativas para seducir compañeros sexuales, y, en definitiva, sobrevivir en la descendencia que dejaría». (2004:21)

Y es más, la misma comunicación fue el motor que orientó el sentido de la evolución de la especie:

«En este sentido no sería demasiado atrevido afirmar que serían los deseos de los hombres los que ayudarían a rediseñar el cuerpo de las mujeres y los deseos de las mujeres los que empujarían la reconfiguración del cuerpo de los hombres, y, en el fondo no resulta extraño el instinto de la seducción que trabaja en la sombra gobernando las reglas del sistema de preferencias.» (2004:40)

Existe, por tanto, una relación evidente entre la biología y la comunicación. Así como la biología evoluciona en función de la comunicación seductora, también la

comunicación aprovecha los recursos que pone a su disposición la biología. Esto se plasma en la variedad de lenguajes no verbales que usamos los homínidos evolucionados en nuestras múltiples relaciones. En todas ellas pretendemos un objetivo y la mejor manera de alcanzarlo es seduciendo al otro.

Podemos considerar la seducción como un arte: el arte de conquistar y cautivar a nuestro interlocutor. Como podemos observar, los mensajes de la seducción llegan a nosotros a través de todos los sentidos, la vista y el oído principalmente, pero también a través del olfato, del tacto e incluso del gusto. A los lenguajes desarrollados por estos tres últimos sentidos hemos dedicado el libro *Tres finestres obertes al món de la comunicació*. Ni qué decir tiene que no seducimos aisladamente a través de cada sentido, sino que la seducción es el resultado de la combinación de las seducciones parciales llevadas a cabo por cada uno de los sentidos, que colaboran en una misma finalidad actuando simultáneamente.

El sentido con mayor alcance es la vista, y a través de ella se realizan los primeros contactos, por eso resulta tan importante llevar una indumentaria adecuada para cada ocasión. Ésta puede facilitar mucho el inicio de la seducción. Lo apreciamos en el fragmento de la canción «Me colé en una fiesta» del grupo Mecano:

«La vi pasar y me escondí.
con su traje transparente

Iba provocando a la gente.
Ella me vio y se acercó.
El flechazo fue instantáneo
y cayó entre mis brazos».

La importancia de esta primera fase de la relación, del acercamiento o primer contacto, explica el auge de las piezas de ropa que han sido diseñadas para hacer destacar el cuerpo, especialmente el femenino. La industria textil proporciona lo necesario para insinuar o resaltar las partes más atractivas del cuerpo. Hace poco entre las mujeres causó furor el uso de las bragas tanga; hay quien dice que surgieron con el fin de que éstas no se notaran bajo los pantalones, pero también hay quien afirma que nacieron con el propósito de marcar mejor las nalgas. Se dice que fue la minifalda, invento de la británica Mary Quant, la que hizo descubrir a los hombres que las mujeres tenían piernas, extremidades que se aprecian, en las faldas largas, a través de estratégicos cortes verticales en la tela, como el que provocó el percance relatado en la canción de Estopa:

«Por la raja de tu falda
yo tuve un piñazo
con un Seat Panda».

Otra forma de marcar las piernas consiste en recurrir a los pantalones vaqueros ajustados, que han encontrado digno sucesor en las mallas, más elásticas y cómodas. Respecto a los vaqueros, a veces resultaban tan exageradamente ajustados que suscitaban comentarios como el de «necesita un calzador para ponerse los pantalones». El momento típico para lucir el cuerpo es el verano, y el lugar, la playa o la piscina. También en estos espacios las prendas han tenido una reducción minimalista, con el bikini, aparecido a finales de los años 40. En los

años 60 la parte superior fue reduciéndose hasta unas tiras finísimas que cubrían los pechos, y su definitiva desaparición dio paso al «top less», es decir, un bikini sin su parte de arriba. En definitiva, las prendas de baño constituyen un elemento importantísimo para mostrar el cuerpo, y en consecuencia para la seducción visual:

«Por ejemplo, la justificación de la brevedad de un determinado bikini es que revela una considerable proporción del cuerpo de la que lo lleva. El mensaje es el siguiente: “Sé que soy sexualmente atractiva y quiero que otras personas también lo sepan”. Pero cuidado, eso no es lo mismo que decir: “Estoy disponible”. El elemento de pudor, aunque pequeño en términos de la superficie oculta, sigue siendo poderoso.¹»

Otras piezas de ropa que permiten modelar el cuerpo son el famoso sujetador Wonderbra que realza el volumen de los pechos o el Panty Up que, como indica su publicidad:

«El Up de Marie Claire es un panty que..., consigue estilizar la cintura..., reducir el vientre..., alzar y reafirmar los glúteos..., modelar los muslos y las piernas...»

El recurso a estas posibilidades no es únicamente femenino, y los hombres utilizan sin ningún rubor fajas que estilicen su cintura y reduzcan su vientre, para poder lucir trajes que ofrezcan una silueta apolínea. La estilización de la figura es un factor de atracción, pero su ausencia no se ve de la misma manera en el hombre que en la mujer: la gordura en la actualidad es rechazada más rotundamente en el ámbito femenino que en el masculino, de ahí que las dietas y los programas adelgazantes parezcan

¹ (VVAA 1982:40).

dirigidos específicamente a ellas, aunque la obesidad no entienda de géneros.

Muchas parejas se conocen, o empiezan una relación, con ocasión de coincidir en actos en los que se participa extremando el cuidado en el vestir, como son las bodas y todo tipo de festejos públicos. Se quiere estar a la altura de las circunstancias y se quiere causar una buena impresión al resto de concurrentes. De hecho, muchos varones asisten a ellos con el «traje de la BBC», que no tiene nada que ver con la televisiva British Broadcasting Corporation, sino que responde a las siglas de tres tipos de actos para el que lo reservan: Bodas, Bautizos y Comuniones. Otra versión es la del *BBV*, en el que la troica es Bodas, Bautizos y Velatorios. Esta denominación delimitadora evidencia el uso especial de esa ropa, con la que se pretende dar la mejor imagen posible. En esta situación la mujer tiene a su alcance más recursos que el hombre para atraer las miradas, ya que mientras éste se tapa –no en balde se dice que va «de veintidós botones»- ella puede enseñar o insinuar gran parte de su cuerpo: escotes, minifaldas, hombros y espaldas descubiertos²... Incluso puede permitirse la adopción de la estética masculina, como el esmoquin femenino - que ya admite estratégicas arrugas- con la finalidad de «provocar» a los hombres. Y a la «provocación» le sigue el acercamiento.

Al acortar distancias entra en juego otro factor visual, el maquillaje. Es un elemento importante en la imagen de la mujer, como hace notar Mecano en la canción:

«No me mires, no me mires,
déjalo ya,

² No sólo en los actos sociales, en otras ocasiones, como en el patinaje artístico, observamos este contraste.

que no me he puesto el maquillaje
y tengo una imagen demasiado vulgar
para que te pueda gustar.»

Este no es un recurso reciente sino que, adaptado a las posibilidades técnicas de cada época, ha sido un recurso utilizado en todos los tiempos: en el antiguo Egipto hombres y mujeres se pintaban los ojos, y en excavaciones etruscas se han encontrado lápices de labios... que todavía podían ser utilizados.

El pelo constituye otro elemento básico a la hora de seducir y es la mujer quien elige el color de pelo que desea en función de la imagen, o del mensaje, que quiere dar, y siempre en consonancia con el resto de aderezos. El hombre también utiliza el color del pelo para componer una imagen seductora, pero de una forma más limitada. Si la mujer, cualquier mujer, puede elegir entre una variadísima gama de colores, desde el rubio platino al negro azabache pasando por todas las tonalidades del rojo, con mechas, reflejos, rizado, planchado... el hombre, en general, utiliza los tintes para disimular las canas, en un intento de ofrecer un aspecto más joven que el pelo blanquecino desbarata por completo. Aunque en la actualidad empiezan a cambiarse el color del cabello solamente por estética o diversión, tras haberse popularizado imágenes de deportistas, especialmente futbolistas (el portero Cañizares...), rubios «de bote», y tras haberse teñido el cabello los protagonistas masculinos del concurso televisivo «Gran Hermano» de *Tele 5* en su edición de 2001.

Otro tipo de pelo, el vello del resto del cuerpo, es rechazado en la mujer; un insulto terrible para ellas es ser llamada «bigotuda». Ninguna de ellas, al menos en España, se siente seductora si no está bien depilada, incluso parece ser una

condición necesaria para ser femenina. Esto es así hasta el punto que una estudiante universitaria, interrogada sobre en qué momento se notaba más mujer que persona, contestaba: «Cuando se acerca el verano y me tengo que depilar para poder ir tranquila a la playa». En este lugar el cuerpo se exhibe de forma natural, y caben pocos recursos artificiales que no vayan más allá del mayor o menor atrevimiento de la prenda de baño.

Para el resto de ambientes son utilizados todos los recursos que la cosmética pone a nuestro alcance, con productos como aceites y geles para dar una luz sexy a zonas corporales como el escote, los brazos, la espalda y el cuello. En la primavera-verano de 2001 las tonalidades de moda apropiadas eran metálicas pero discretas: en vez de oro reluciente era más adecuado el cobre, y se daba el toque final con el objetivo de crear un punto de luz con alguna barra blanca. Por cierto, el denominado «look» blanco es confirmado como uno de los más adecuados para el verano, con el valor añadido de conferir una imagen de pureza a quien lo exhibe.

Hay que destacar nuevamente que los ojos son el centro de gravedad del rostro y los protagonistas en el lenguaje del amor, lo que explica el auge de las sombras de ojos, de las pestañas postizas e incluso de las lentillas que cambian su color. Todos estos recursos permiten potenciar la expresividad de los ojos femeninos, y hacen que el interlocutor fije en ellos su atención. Así lo reconoce la página de belleza de una revista semanal (*Avui Diumenge*, 12-08-01):

«Las nuevas máscaras de ojos hacen furor y las nuevas sombras de texturas transparentes que los iluminan y engrandecen convierten los ojos en intensos focos de luz

matizada y hacen que la mirada resulte mucho más expresiva.»

Como resultado, a quien tiene éstos bonitos se le loan diciendo ¡*Ojazzos!*, y se le dedican piropos del estilo de:

«Napoleón con sus tropas
conquistaba naciones
y tú, con tus ojos,
conquistas corazones».

La capacidad de seducción depende en gran parte de la habilidad en el contacto ocular. Un simple guiño de un ojo significa según el contexto: «de acuerdo», «me interesas», «vente, estoy esperando»... El abrirlos y cerrarlos repetidamente mientras se sigue con la vista la trayectoria de la persona admirada resulta ser un faro que normalmente emite la señal del «me gustas y estoy aquí». Podríamos decir que el amor entra por los ojos ya que el contacto visual es un factor de primer orden como discriminador de nuestras preferencias; en efecto, sirve tanto para mostrarlas como para definir las. En otras palabras:

«Las miradas se hallan también estrechamente relacionadas con el agrado. Miramos más a las personas que nos gustan. En un grupo de personas, quien sea más observado comprenderá que es el miembro más popular del grupo. A su vez, éste tenderá a que le agrade la persona que más le mire.³»

El hecho es que las parejas comienzan una relación con una mirada –excepto aquellas que se conocen a través de un «chat» de Internet, claro-. Hay miradas muy claras en cuanto a su significado. El contacto inicial dura uno o dos segundos: te veo, no te conozco o te conozco y no tengo ganas de comunicarme contigo. O, como se dice en el lenguaje del amor:

³ (VVAA 1982:5)

«No me mires que nos miran. Nos miran que nos miramos. Miremos que nos miran y cuando no nos miren, nos miraremos, porque si miran que nos miramos pueden mirar que nos amamos». Si el interesado mira de forma especial y prolongada está dando a entender: te he visto algunas veces y me acuerdo de ti o te miro con interés y me gustaría mucho entrar en contacto contigo. La mirada sostenida hacia algo suele indicar interés y atención. Este tipo de mirada puede recibir nombres más expresivos, como el que le dedica Lowndes (1999:31):

«Si hay algún romance en el horizonte, los «Ojos de resina» [mirada muy concentrada, tanto cuando se habla como cuando se escucha] también transmiten otro mensaje: «No puedo apartar mis ojos de ti» o «Sólo tengo ojos para ti». Los antropólogos han dado a los ojos el apodo de «órganos iniciales de un romance», porque muchos estudios demuestran que un intenso contacto visual hace estragos en el ritmo cardíaco, además de liberar en el sistema nervioso una sustancia parecida a una droga, llamada feniletilamina. Habida cuenta de que esta hormona sólo se detecta en el organismo humano durante la excitación sexual, un contacto visual profundo puede resultar arrollador.»

Tras una mirada intensa pueden suceder dos cosas. Una, que se evite el contacto: «no me gustas y no quiero saber nada de ti, quiero acabar esta conversación e irme». También puede ocurrir que la persona sea demasiado tímida para contestar ocularmente. De la segunda posibilidad, es decir si mantiene la mirada⁴, puede deducirse que también está interesada en, al menos, seguir adelante. Podríamos decir que las miradas han construido un puente entre ambas,

⁴ Ésta es la forma más sencilla y directa de expresar interés sexual por alguien.

un puente que atravesarán con un paso más. Es el amor a primera vista que definen los siguientes versos:

«Con aquellos ojos me miraste
yo de piedra me quedé
y en ese preciso instante
yo de ti me enamoré».

Los ojos son la puerta del deseo, del afecto, del contacto, de las pasiones. Con la mirada se dice «te veo» pero también mucho más: «te deseo, te quiero». Aunque a veces las miradas pueden ser ambiguas, como indican los versos:

«Cuando me miras a los ojos
quisiera averiguar
si me miras por amor
o si me miras por mirar.»

Cuando una relación sentimental está consolidada, el movimiento de los ojos y la duración de la mirada se utilizan para comunicar sensaciones. Así lo recoge la literatura en numerosas ocasiones, como hace por ejemplo Guild en su novela *El asirio* (1989:169):

«Sus ojos se expresaban en un lenguaje que únicamente comprendía mi propio corazón y, sin embargo, parecían no decir nada, con un silencio que nada revelaba, pero que sugería la existencia de secretos que jamás llegaría a sospechar.»

El cine utiliza habitualmente el juego de miradas para enseñar la relación o los sentimientos existentes entre sus personajes⁵. Así, los críticos Carrión y

⁵ En una escena de la película *Baila conmigo*, la protagonista, Ruby (Vanessa L. Williams), participa en un campeonato de baile. Su pareja es un bailarín, Julián, con el que ella había tenido una relación que terminó mal. Rafael (el cantante, y actor en esta ocasión, Chayanne) está entre el público y la mira fijamente. Entre ambos existe una mutua atracción que no ha terminado de cuajar. Durante el baile suena una canción

Cònsul (2001:E8) a propòsito del personatge que interpreta Manuel Sacristán en *Un lugar en el mundo*, comentan:

«Él no es un seductor. Pero la seducción puede ser inconsciente. Cecilia Roth se enamora de él, pero nunca lo confiesa, tampoco es necesario para que el espectador se entere. *Una mirada es suficiente.*»

Otro elemento que participa de esa mirada es la sonrisa. La importancia de este gesto se advierte en la publicidad del ámbito de la ortodoncia. Un anuncio de Orthodontic Centers (el líder mundial en sonrisas) dice:

«*Una sonrisa bonita y sana.*»

En Orthodontic Center mejoran la estética de tu boca, corrigiendo las alteraciones en la alineación y la oclusión de los dientes. Además trabajan para mantener tu boca sana para que tus dientes cumplan una función correcta. Así conseguirás la mejor de tus sonrisas. Porque sonreír sin complejos te ayuda a estar a gusto contigo mismo.»

Como dijimos, este gesto expresa apertura, receptividad, alegría, comprensión. En cambio, el gesto de taparse la boca expresa incomunicación, represión, falta de libertad. La sonrisa es

romántica (... y llevo en mis labios todo tu sabor...), ella se queda mirándolo, avanza hacia él; él la mira. La cámara nos muestra el contacto entre los ojos de ella —en la pista— y de él —entre el público— y nos transmite el mensaje de que emocionalmente están bailando juntos, sensación que resalta el contoneo de hombros que él realiza. Por un momento la cámara nos hace ver cómo bailan los dos sincronizadamente, aunque uno esté en la pista de baile y el otro entre el público. Entre ellos existe una distancia física pero no una distancia humana. El elemento que hace posible un baile que no se realiza son los ojos.

el gesto emotivo que vemos desde lejos y nos indica que el camino del acercamiento está abierto, por eso Hogue (2000:151) aconseja: «si deseas iniciar una conversación con alguien, nada mejor que una sonrisa. Este lenguaje no verbal reemplaza a muchas palabras y constituye un medio fácil y eficaz de entrar en contacto con la gente».

La sonrisa es también una respuesta positiva y agradable a un comentario que ha gustado, y transmite mucho más. Por ello, no se interpreta igual una sonrisa natural que una de circunstancias. A este respecto escribe Ailes (1993:66):

«No puedes forzar una sonrisa. Mucha gente piensa que sonreír es sólo un asunto de mover músculos faciales. Pero es mucho más que eso. Depende de emociones generadas en el pensamiento. [...] Cuando un fotógrafo dice «sonría», la gente a menudo produce muecas forzadas. Solamente concéntrate en alguien que te hace feliz y tu cara automáticamente sonreirá.»

Existen técnicas que permiten enfatizarla, como la que Lowndes (1999:24) denomina «la sonrisa que todo lo inunda»:

«... la gente otorgaba una mayor credibilidad e integridad cuando más lenta era la sonrisa. Y cuando por fin afloraba, penetraba en todas las arrugas del rostro, envolviendo al individuo como si se tratara de una lenta inundación.»

La visualización de la sonrisa femenina se ve potenciada por el uso adecuado de un buen lápiz de labios. La elección de un color discreto o chillón muestra además la intención de hacer visible la sonrisa de la mujer en cada situación. Dicen que una buena barra de labios y la potencia de la silicona hacen maravillas, ya que unos

labios un poco gruesos y maquillados de color rojo son el signo sensual por excelencia. O también, junto a la lengua que sobresale –como protesta, burla irreverente o insinuación sexual explícita-, el símbolo de los Rolling Stones, que lo adoptaron tras el éxito que obtuvieron en un concierto en que este logo presidía el escenario.

II.

El oído es también un sentido de largo alcance, y tiene un papel importante en el juego de la seducción.

La atracción auditiva se ejerce fundamentalmente a través de la manera de hablar, mediante el tono de voz, la entonación de las frases... Esto puede convertir a la voz en la chispa que inicie una relación. Para Serrano (1999:32) la voz nos puede acariciar y, combinándola con el resto de los sentidos, los conduce a una sincronía de interacciones, como signo del éxito de la seducción compartida. El tono, el volumen, la velocidad verbal, las pausas son portadores de significados emocionales. Glass (1995:66) afirma que nuestro tono de voz es fundamental para atraer al género opuesto y en el proceso del acercamiento de una pareja, aconseja a los hombres (1995:94):

«Cuando hable con una mujer, abra la boca y module bien las palabras. De otro modo, puede dar la impresión de ser rígido y poco comunicativo, y su tono de voz será muy apagado, lo que resulta realmente molesto».

En ocasiones la forma de hablar de una persona llega a ser tan o más importante que su aspecto físico. Si su modo de hablar es agradable puede esperar mucho de la vida, como bien

saben los locutores radiofónicos. Muchos radioyentes afirman que les gusta un determinado locutor o una determinada locutora a quien no han visto jamás el rostro. Se sienten atraídos no por lo que dice sino por cómo lo dice, por una voz que califican de dulce, melosa o convincente. Lógicamente, esto también sucede en el plano personal, como relata Serrano (1996:227) ofreciendo un ejemplo muy cercano a él:

«Hay gente que se engancha a una voz. Sin ir más lejos, siempre he oído decir a mi madre que la enamoró la voz de mi padre. [...] una voz sensual puede resultar tan poderosa que seduce completamente al escucharla.»

III.

Un sentido que participa de forma complementaria en el proceso de seducción es el olfato. Cuando Castells (2001b:28) nos describe una escena genérica de declaración de amor en una película incluye con toda naturalidad la frase «intuimos el aroma del jazmín para que todo sea perfecto». En las distancias cortas los olores, las fragancias, son importantes, ya que influyen directamente en la actitud con que nos recibe nuestro interlocutor. Por eso, para Lichtenberger (1986:8) el perfume es un auténtico armamento. Existen además unas sustancias, las feromonas, que segrega el cuerpo y que juegan un papel importante en la excitación sexual al ser olidas. Y si éstas favorecen el acercamiento, como contrapunto hay otras sustancias corporales que lo perjudican. Este es el caso de las glándulas sudoríparas, que provocan un fuerte aumento de nuestro olor corporal que no consideramos adecuado para las relaciones sociales. En el periódico universitario *Generación XXI*,

en la sección «La pregunta» se planteaba «¿Ligar? ¿Qué es eso?». Una respuesta femenina a la misma afirmaba refiriéndose a los hombres:

«Por supuesto que sí, lo difícil es pillar. Porque al que no le huele el aliento le suda el sobaquillo, y nosotras eso lo llevamos fatal. Una ducha de vez en cuando no hace mal a nadie. ¿Dónde están los príncipes azules? ¿Dónde está mi ranita, Gustavo?»

Sin embargo, existen excepciones, hay personas para quienes resulta imprescindible el notar las feromonas, el olor corporal natural muy fuerte, para mantener relaciones sexuales. Arana (2000:58) nos ofrece unos ejemplos:

«En el libro de reclamaciones de un centro hospitalario se guarda como auténtica joya la que escribió un airado sujeto porque a su mujer, al ser ingresada, se le habían lavado los genitales, con lo que le habían quitado el olor a hembra. [...] El mismísimo Napoleón era de los que buscaban ese aroma natural en la mujer. En cierta ocasión, tras finalizar una campaña militar en algún rincón de Europa, envió a su esposa Josefina este lacónico mensaje: «Llego en tres días, no te laves.»»

El hecho de presentarnos a alguien emitiendo un fuerte olor corporal, por natural que sea, es considerado desagradable para el resto de personas y constituye una mala tarjeta de presentación, ya que estamos diciendo que nos importan poco las convenciones sociales. Como todo el mundo ha oído más de una vez, los personajes malvados «apestan». En esto radica el auge de los desodorantes y de los jabones aromatizados, de los absorbeolores para el calzado y de los sprays antialiento. Por el contrario, queremos causar una buena impresión emitiendo fragancias delicadas que hablen a quienes las noten de nuestra

preocupación por el aseo personal, de nuestro buen gusto —que se presume aplicamos a otros aspectos sociales—, de nuestra valoración y cumplimiento de las formas sociales... Y así, el último recurso de belleza al que acudimos hombres y mujeres antes de salir de casa, especialmente en las ocasiones importantes, es el frasco de perfume o de colonia. Es más, solemos tener diversas posibilidades entre las que elegimos la que mejor se amolda a cada ocasión: colonias suaves para cada día, perfumes selectos para actos sociales relevantes, aromas tradicionales para acontecimientos oficiales, fragancias más ligeras para momentos más íntimos, colonias serias para el trabajo, perfumes intensos para los ligues nocturnos...; incluso en función de la época del año en la que nos encontremos, los hay que parecen más apropiados para las épocas calurosas, en que la percepción de unas notas de frescor constituye un regalo para los sentidos. Así parece suceder con las colonias estivales, caracterizadas por una composición a base de flores, frutas y mucha agua, aromas frescos y confortables que la piel absorbe para sobrellevar las temperaturas más altas.

Los aromas constituyen otra forma de decir cómo somos. Los olores amaderados como a caoba o a sándalo, más fuertes, son aromas serios que parecen desprender seguridad, sencillez y clasicismo. Los aromas a flores, como las rosas, las lilas, las azucenas nos remiten a personalidades más dulces, tiernas y románticas, con gran sensibilidad. Las fragancias afrutadas como piña, fresa o lima indican inquietud, actividad, ganas de fiesta, sensaciones que se multiplican con los olores más ácidos como el limón, el pomelo o la naranja. Los olores

especiados como curry, pimienta, vainilla son diferentes a los convencionales en nuestra sociedad, y nos hablan de alguien con ganas de ser diferente, con ganas de hacer cosas nuevas.

Otro aspecto en el que destacan los olores es como reforzadores de la memoria: cuando olemos determinados aromas nos acordamos de lugares, de situaciones pasadas en las que éstos estaban presentes: la tierra mojada, la hierba recién cortada, determinada persona... De forma gráfica lo representaba el humorista Cándido en unas viñetas mudas que publicó en *ABC* (10-07-01, p. 70), en las que una pareja está discutiendo en lo que parece el dormitorio conyugal. En un momento de la discusión ella le lanza un frasco de perfume, que cae al suelo y se rompe. El perfume se esparce por toda la habitación creando una atmósfera mágica, y por fin ambos personajes aparecen besándose tiernamente abrazados. ¿Qué ha sucedido? Pues que el perfume ha hecho que ambos recuerden momentos de pasión amorosa en los que también el mismo perfume había sido protagonista, y obran en consecuencia; han sido de nuevo seducidos, y en esa seducción el olfato ha representado un importantísimo papel.

IV.

El siguiente sentido en entrar en escena es el tacto. En la seducción sentimental, la llegada al contacto personal es indicio de que ambos desean proseguir el acercamiento. El tópico indica la progresión en ese acercamiento: «mirar, sonreír, hablar y, si se deja, tocar». El primer paso es el roce de las manos, de los brazos, aparentemente de manera

involuntaria. Lo recoge perfectamente Glass (1995:104):

«... en situaciones sociales un hombre y una mujer que sienten afinidad intercambian una serie de gestos de afecto, tocándose “accidentalmente”. Con frecuencia el hombre retira un cabello de la blusa de la mujer, o le coge de la muñeca para mirar el reloj. La mujer, por su parte, toca el brazo del hombre para hacerle saber que le gusta.»

Es posible que él roce la pierna de ella, puede que ella coja su mano al encenderle el cigarrillo... Parece ser que, además, las mujeres vuelven las muñecas y las palmas de la mano hacia arriba instintivamente cuando se sienten atraídas por un hombre. Es más, según Lowndes (1999:2248), «en realidad, el viejo truco de volver hacia arriba las muñecas mientras conversan con un hombre, actúa a modo de desencadenante de la excitación sexual».

Y es que, como afirma Orteu (2001:66), «hay maneras prodigiosas de tocar y de dejarse tocar». El abrazo es una fuente de delicadas sensaciones; reservamos esta muestra de afecto para los más íntimos, y en él hay gradaciones: no es lo mismo el «abrazo de oso» con fuertes palmadas en la espalda, que se dan dos buenos amigos, que el comedido abrazo paterno-filial o el suave y tierno abrazo entre dos enamorados. En efecto, en el trayecto entre el primero y el último descende la fuerza aplicada y aumenta el tiempo y la superficie de contacto entre los cuerpos. La progresión en la intimidad permite que el brazo de él la coja por el hombro; retomemos la lírica descripción de Castells (2001b:28):

«Ella hace ver que mira el paisaje pero lo que pretende es darle la espalda para que le envuelva con el brazo la cintura. Él, efectivamente, aprovecha que la tiene de

espaldas para rodearle la cintura y mostrar así la fortaleza de su brazo.»

Tras pasar el brazo por la cintura, se aplica un poco de presión como demostración de la voluntariedad de la acción. Más tarde, las manos de ambos pueden iniciar una exploración por el cuerpo del otro: cabeza, nuca, espalda, brazos, pecho... con un recorrido más completo en función del grado de intimidad que se va estableciendo progresivamente entre la pareja. Todo este contacto cutáneo va acompañado de una profusión de besos, acto en el que coincide el tacto con el gusto, tanto en los besos a la piel como en los besos boca a boca⁶.

V

Con la puesta en escena de la boca entra en acción el quinto sentido, el gusto, que actúa a una distancia cero respecto del interlocutor; por no decir que actúa en el interior del protagonista. Ya advertimos que existen muchas clases de besos con significados diferentes; los cariñosos, en la mejilla o en la frente, que se dan posando suavemente los labios por un instante; los apasionados, boca a boca, con una variada intensidad, con participación o no de la lengua, y que son fuente de sensaciones para los amantes.

⁶ Morris afirma que una pareja heterosexual en la cultura occidental actúa del siguiente modo:

- 1.- Ojos – cuerpo
- 2.- Ojos – ojos
- 3.- Voz – voz
- 4.- Mano – mano
- 5.- Brazo – hombro
- 6.- Brazo – talle
- 7.- Boca - boca
- 8.- Mano – cabeza
- 9.- Mano – cuerpo
- 10.- Boca - pecho
- 11.-Mano-genitales
- 12.-Genitales–genitales/boca- genitales

Ya sabemos aquello de «labios de fresa, sabor de amor... »

Entre los jóvenes el beso es un signo de amor, por él se sacrifica todo, ya lo dice la canción «Por un beso de la flaca».

Tradicionalmente se esperaba que el papel activo lo ejerciera el hombre. En la actualidad las chicas ya no esperan que los chicos den el primer paso y, cuando alguien les interesa, pasan directamente al ataque. Entre ellas se aconsejan de esta forma:

«Acércate lentamente hacia él. No te cortes, ni siquiera una vez. Mírale a los ojos y dile: «¿Quieres que hable, o mejor que actúe? Mejor que actúe, Porque no puedo. Ni siquiera hablar.» Échate en sus brazos y enséñale a besar.»

Hay que tener en cuenta que la forma y el número de besos que se intercambian varía según el entorno cultural. En nuestra sociedad, por ejemplo, la influencia de la gran pantalla en la forma de besar ha sido decisiva. Por eso, al concluir una película en el cine con la pareja besándose un enorme ¡ooooohhh! (o unos aplausos) recorre el graderío.

Pero no es sólo el sabor de la piel o de los besos lo que seduce a través de este sentido. Tradicionalmente una de las armas femeninas para atraer a un galán era a través del estómago, y se ha vuelto tópica una frase que en la visita del pretendiente a casa de la chica pronunciaba invariablemente alguno de los familiares presentes, tras loar algún dulce o algún manjar exquisito servido en la mesa: «¡Lo ha preparado la niña, tiene una mano...!». En nuestros días también los hombres, o por lo menos algunos, intentan esta vía para acercarse a una mujer. El reportero televisivo Francisco Javier Monteagudo, alias «Paco», del programa «La cosa nostra» de TV3,

interrogado sobre su programa de seducción, respondía:

«Si la invitas a cenar y le haces tú la cena, tienes mucho ganado. Eso las pone casi tanto como que las recibas con el delantal puesto...⁷»

Y la realidad es que parece funcionar. En una entrevista realizada hace unos años se afirmaba que el periodista y escritor Lorenzo Díaz conquistó a Concha García Campo y por el estómago, o sea, preparando guisos de aquellos que hacían nuestras abuelitas y que están para «chuparse los dedos». En la película *Juntos pero no revueltos* el protagonista dice y pone en práctica: «No hay cosa más seductora que cocinar para una mujer hermosa [...] si cocinas con las manos será tuya para toda la vida». Evidentemente, y en el cine no podía ser de otra manera, al final la mujer hermosa acaba siendo su pareja.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AILES, R. (1993). *Tú eres el mensaje. La comunicación con los demás a través de los gestos, la imagen y las palabras*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- ARANA, J. J. (2000). *Diga treinta y tres*. Madrid: Espasa.
- CARRIÓN, J.; CÒNSUL, A. (2001). «Somnis patagònics». *Avui*, 5 de agosto, 8.
- CASTELLS (2001b). «Trencar el clímax». *Avui Diumenge*, 15 de abril, 28.
- GLASS, L. (1995). *Cómo mejorar la comunicación con el otro sexo*. Barcelona: Altaya.
- GUILD, N. (1989). *El asirio*. Barcelona: Planeta.
- HOGUE, LL. (2000). *La comunicación. Un arte que se aprende*. Santander: Editorial Sal Terrae.
- LICHTENBERGER, M. (1986). *Dos gotas de perfume*. Madrid: Mondibérica.
- LOWNDES, L. (1999). *Cómo comunicarse con los demás*. Barcelona: Ediciones Oniro.
- MORRIS, D. (1989). *El mono desnudo*. Barcelona: Plaza & Janés.
- ORTEU, F. (2001). «Demà, sortida», de la sèrie Curs d'economia corporal. *Avui Diumenge*, 22 d'abril, 66.
- PEASE, A. (1988). *El lenguaje del cuerpo*. Barcelona: Paidós.
- SERRANO FARRERA, S. (1996). *Cap a una lògica de la seducció*. Barcelona: EUB.
- (1999). *Comprendre la comunicació. El llibre del sexe, la poesia i l'empresa*. Barcelona: Proa.
- (2004). *L'instint de la seducció*. Barcelona: Ara Llibres.
- VVAA (1982). *El lenguaje del cuerpo. Vocabulario sexológico A-Z*. Barcelona: Planeta.

⁷ Sergi Pàmies, "Lección de un seductor", *El País Semanal*, 08-10-00, p. 201.