

XAVIER SALA I MARTÍN

La suerte de los Rothschild

Confieso que lo que más me interesa del Salón del Automóvil son las espectaculares azafatas que posan delante de los coches. Y no lo digo por las piernas o los escotes, aunque reconozco que no me desagradan ni los unos ni los otros. Lo digo por las divertidas controversias que levantan. Una de ellas tuvo lugar en *Els matins* de TV3 cuando el experto de tráfico, Espartac Peran, dijo estar horrorizado por la presencia de esas "mujeres objeto" en el salón. Mónica López, la presentadora del tiempo, saltó irritada y espetó: "¡Si las azafatas fueran hombres, no dirías eso! ¡Tu actitud es machista y estoy hasta las narices de que nos sobreproteáis!".

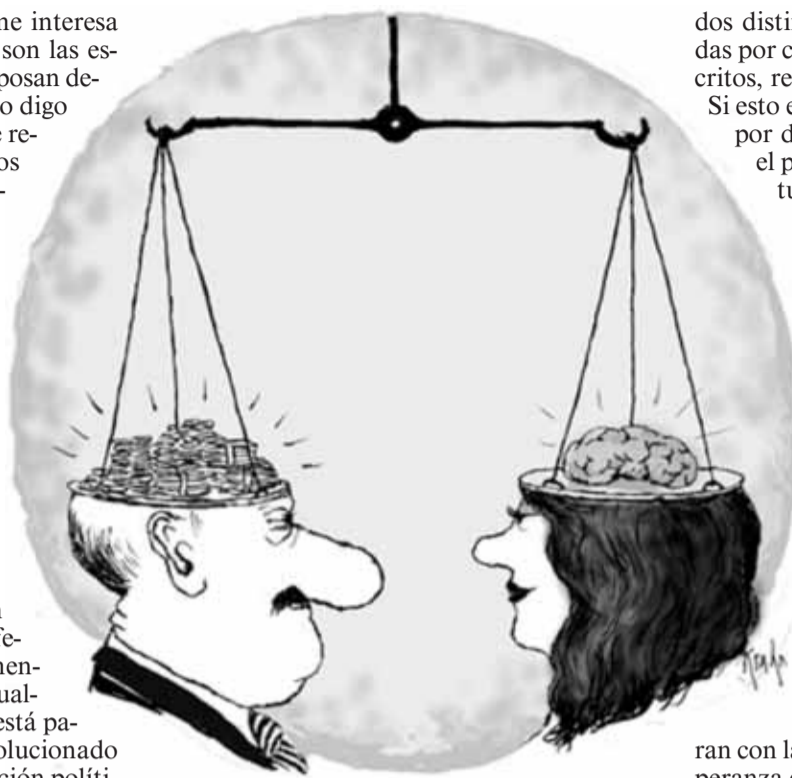
¡Bravo!, señorita López. Esto es lo más inteligente que se ha dicho en TV3 desde noviembre del 2003. El feminismo trasnochado beligerantemente antimasculino que condenaba cualquier signo de belleza y feminidad está pasado de moda. Las mujeres han evolucionado por más que los devotos de la corrección política sigan anclados en unos tópicos que las propias mujeres ven como machismo disfrazado.

Que mujeres u hombres intenten ser guapos y utilicen su belleza para abrirse camino es tan digno como que utilicen su inteligencia, talento o laboriosidad. Nunca he entendido por qué quien ha nacido con unas mayores ganas de trabajar o una mayor aptitud para estudiar es más respetable que quien ha nacido con más atractivo físico. Al fin y al cabo, todos son atributos asignados por Dios..., suponiendo, eso sí, que sea Dios y no las leyes de Mendel el encargado de repartir características genéticas.

Otra cosa es que haya discriminación contra la gente menos atractiva. Eso sería inaceptable..., y la verdad es que numerosos estudios documentan que, a igualdad de educación, experiencia y edad, los feos tienden a cobrar salarios inferiores. Esa diferencia, conocida como la paradoja de la prima de belleza, ha sido interpretada por muchos como señal de discriminación.

Antes de acusar a los empresarios de discriminar, sin embargo, recordemos que el hecho de que los feos cobren menos no significa necesariamente que estén discriminados. En este sentido, los economistas Mark Mobius y Tanya Rosenblat, de Harvard, han realizado el siguiente experimento: se presenta un problema

XAVIER SALA I MARTÍN, *Fundació Umbele, Columbia University y UPF*
www.umbele.org



SERÍA PRECISO QUE EL hijo de un listo y una guapa saliera con la inteligencia de él y la belleza de ella, pero las leyes de la genética no funcionan así

complicado a un gran número de individuos agraciados con diferentes grados de hermosura. Antes de resolver el problema, se pide a cada uno que prediga cuánto va a tardar en resolverlo. Un jurado evalúa el atractivo físico de cada uno de ellos y se comparan soluciones.

Resultado: feos y guapos solucionan el problema a la misma velocidad, pero antes de resolverlo los guapos aseguran que lo harán mucho más rápidamente. Es decir, los guapos son igual de listos, pero tienen mayor confianza en sí mismos. En la medida en que el mercado laboral valore la autoconfianza como un atributo deseable –y eso pasa en puestos de responsabilidad, gestión y liderazgo–, los feos tenderán a cobrar menos porque tienen menos autoconfianza.

Otro estudio de Pietro Cipriani y Angelo Zago, de la Universidad de Verona, llega a resulta-

dos distintos: tras comparar las notas obtenidas por centenares de jóvenes en exámenes escritos, resulta que los feos sacan peores notas. Si esto es así, la gente atractiva cobra más, no por discriminación (en un examen escrito el profesor no sabe la cara que tiene el estudiante) o porque tiene más confianza, sino simplemente porque es más lista y, por tanto, más productiva.

Pero ¿cómo? ¿Los guapos son estadísticamente más listos? Si siempre nos habían dicho que era al contrario! Una posible explicación la encontramos en el patriarca de la dinastía Rothschild, don Mayer Rothschild, quien a finales del siglo XVIII fue famoso por dos cosas. La primera, por el imperio financiero que lo hizo enormemente rico. La segunda, porque era espantosamente feo. ¡Oh! ¡Qué feo era el tío! Miren si era feo que para evitar que sus descendientes tuvieran su repugnante físico, utilizó su vasta riqueza para conseguir que sus cinco hijos se casaran con las mujeres más bellas de Viena. Su esperanza era que, al cruzar sus genes con los de la gente guapa, sus nietos serían un poco menos desagradables a la vista. Parece que el hombre consiguió su objetivo, porque, pasados los siglos, los Rothschild siguen siendo ricos..., pero ya no son famosos por su peculiar monstruosidad.

El efecto Rothschild está muy generalizado: por todas partes hay mujeres guapas que se casan con hombres feos pero listos (o al menos, lo suficientemente listos como para acumular riqueza y poder, dos características muy valoradas en el mercado matrimonial). Si los hijos de estas parejas son listos como el padre y guapos como la madre, las estadísticas mostrarán que la gente guapa es más inteligente, cosa que explicaría la prima de belleza. El problema es que, para que esta teoría funcione se necesita que el hijo de un señor listo y una señora guapa salga con la inteligencia de él y la belleza de ella, pero las leyes de la genética no funcionan así. Cuando a Albert Einstein se le propuso tener un hijo con Marilyn Monroe para crear el niño perfecto, él exclamó: "¿Cómo será el pobre chaval si sale con su cerebro y mi cara!".

Pues eso. La clarividencia de Einstein hace que la paradoja de la prima de belleza siga sin estar resuelta, pero demuestra que don Mayer tuvo mucha suerte, porque sus herederos podrían haber salido tontos y feos.

Lo siento. Hoy no tengo conclusión. Bueno, quizá la lección es que, más que ser listo o guapo, lo importante es tener la suerte de los Rothschild.●

BALTASAR PORCEL

Unas chicas en Darfur

La filípica del cardenal Martino, y del Vaticano, contra Amnistía Internacional sobre las mujeres y niñas violadas en Darfur o en otro infierno de las guerras africanas me ha retrotraído al siglo V de nuestra era, con la caída de Roma. Y, por tanto, a esa extraña vejez que aqueja a la Iglesia, y que no atañe a sus siglos de existencia, sino a una ristra de sus ideas.

Somos, al decir del dualismo religioso y de la Iglesia, cuerpo y alma. Sin importar que aquél sea enterrado o lo devoren las fieras para que resucite con el Juicio Final. Pero también somos seres unitarios, individuales y podemos ser libres, como enseñaron tantos pensadores desde los siglos XVI y XVIII. Y así creemos que nuestra digamos alma, personalidad, humanidad, se queda en nada si se nos esclaviza a cualquier hecho o doctrina que nos humille, destruya y esclavice moral y físicamente, tanto a los hombres como a las mujeres. Lo que hasta incluyen diversas legislaciones, sin duda laicas, vigentes en Occidente y que erradicar antiguos abusos e injusticias.

Pero para el Papa no es del todo así: firmemente convencido de que las mujeres africanas deben ser madres antes que seres libres, responsables, y tener acceso a toda la felicidad posible, decreta que si han sido violadas por los soldados, como lo son a mansalva, deben parir pues así lo designa una concepción religiosa que niega su individualidad en aras de la procreación de las especies. Aunque esto les comporte que los suyos las desprecien por engendrar criaturas del enemigo y que por ello las echen a los caminos, al hambre y a todas las desgracias. Mientras otra opinión, como la sustentada por Amnistía Internacional, piensa que un violento semen en una vagina o un feto forzado en un vientre no justifican arrasar la vida de una mujer ya en la vida, condenarla a abdicar de unos últimos factores posibles de recuperación.

Bien: parte de la Iglesia del siglo IV sostenía que las vírgenes raptadas y violadas por las hordas bárbaras que hundieron el imperio romano no tenían la culpa de la impureza sexual padecida. Pero otros santos padres decían que el hecho, y por tanto el pecado, era lo que privaba. A lo que se opuso san Agustín, alegando que la castidad es una virtud de la mente y no una mera condición corporal, que "la lascivia de otro no puede mancharte", y que la voluptuosidad es la que peca y no la sola unión sexual. O sea, que un soldado ebrio y asesino no puede ser el omnipotente amo que condene aún más a unas chicas que ya ha desgraciado en Darfur.

Josep Ratzinger tiene fama de intelectual. Pero temo que ya haya olvidado su lectura de *La ciudad de Dios*, de Agustín de Hipona.●

CRISTINA SÁNCHEZ MIRET

Necesitamos un abrazo

Ryan Fitzgerald es un chico de 20 años de Estados Unidos –vive en Southbridge (Massachusetts)– que ha conseguido un gran éxito con una idea muy sencilla. Colgó un vídeo en la web YouTube, pero –a diferencia de muchos otros ejemplos de este tipo– no ofrece al público detalles morbosos de ningún escándalo, tampoco relata su vida, ni es el videoclip de una canción o cualquier otro tipo de producto artístico, y no muestra ni contenidos sexuales ni violencia.

Ryan Fitzgerald se pone a disposición de cualquier persona para escucharle y para ello da su número de teléfono. Su mensaje: aunque nunca te haya conocido me importas. Tan simple como eso, pero tremendamente efectivo. Se colgó el día 20 de abril y sólo en los primeros cuatro días –otras fuentes dicen que en dos días– ya había sido visto por

110.000 personas y el joven había recibido alrededor de 5.000 contactos directos entre llamadas y mensajes de móvil.

No es pionero en este campo –ha habido otros ofrecimientos de este tipo tanto en la red como fuera de ella–, pero su iniciativa pone de manifiesto una vez más la necesidad que tenemos de ser tenidos en cuenta. De ser escuchados en todo el sentido de la palabra –no sólo de que nos oigan o de que atiendan nuestras peticiones–. Es decir, de que alguien nos dedique plenamente su tiempo, atención y energía para poder sentirnos de alguna manera confortados.

Existen profesionales con este cometido, pero estamos hablando de algo distinto. No es lo mismo que lo haga un psicólogo, no sólo porque se establece una relación comercial, sino porque necesitamos especialmente ser tratados de igual a igual. Precisamente se trata de que no nos den consejo –eso lo hace todo el mundo a la

mínima oportunidad–, y mucho menos de que un familiar, un amigo o un profesional nos juzgue por nuestros actos, emociones o sentimientos. Sólo necesitamos no sentirnos solos.

Parece mentira que haya tanta soledad en un mundo cada vez más poblado y con espacios más concurridos, pero es que no es la presencia lo que cuenta sino la interacción. No sólo es importante la relación, es fundamental el tipo de relación que establecemos unos con otros. Forma parte de lo que necesitamos para vivir, porque no sólo nos alimentamos de aquello que comemos.

Necesitamos a los demás aunque el mensaje habitual en estos tiempos sea todo lo contrario: estamos contra los demás; puesto que hay que competir por una plaza escolar, por un trabajo, por un piso, por una pensión..., en definitiva para vivir.

Es así, pero también es cierto que necesitamos ser reconocidos y apreciados por el resto de los se-

res humanos para sentirnos reconfortados. Para ello parece que nada como un abrazo. *Free hugs* es una campaña anterior a la de Ryan Fitzgerald. El vídeo en este caso recoge la historia –parece que verdadera– de un hombre que ofrece abrazos en la calle a todos aquellos que lo quieren.

Pero sin duda alguna el caso más relevante lo encontramos fuera de la red. Es el de Amma, sobre la que se ha estrenado este año una película titulada *Darshan*. Amma –que visita regularmente Barcelona– es conocida como la santa que abraza a todos aquellos que a ella se acercan. Su gesto es una expresión –según palabras de sus seguidores– de amor puro a la humanidad y ya han sido más de 26 millones de personas de todo tipo y condición las que lo han recibido. Esta cifra y las mismas características del fenómeno dejan sin duda claro que la necesidad existe y que no solamente es un mero artificio de cuatro colgados de internet.●

grupoGodó

Presidente
JAVIER GODÓ, CONDE DE GODÓ
Consejero Delegado: Carlos Godó Valls
Director General de Presidencia: Josep Caminal
Director General Corporativo: Carlos Gutiérrez
Director General de Negocios: Jaume Gurt
Director de Comunicación: Màrius Carol

LA VANGUARDIA

Presidente-Editor:
JAVIER GODÓ, CONDE DE GODÓ
Director General: Pere Caba
Director General Adjunto: Joan Angulo
Director de Marketing: Pere Guardiola
Director de Ventas: Javier Gallego
Controller: David Carrión
Controller Comercial: Xavier Martín