

La periodista y asesora política PATRYCIA CENTENO, directora de la revista digital *politicaymoda.com* y autora del libro *Política y moda. La imagen del poder somete a examen estético-político el vello facial de 20 dirigentes.*



MARIANO RAJOY (PP). El contraste de color entre barba y bigote distrae. Debe llevarla siempre bien arreglada.



M. ARIAS CAÑETE (PP). Se nota que tiene experiencia y le dedica tiempo. A veces, algo larga para un político de derechas.



JAIME MAYOR OREJA (PP). El exministro de Interior tiene unos labios muy finos y sin la barba perdería seguridad.



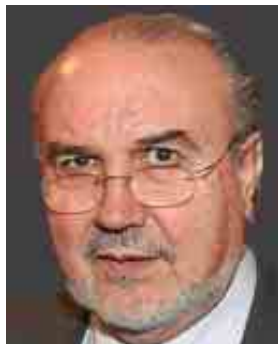
ALFREDO PÉREZ RUBALCABA (PSOE). Sus rasgos faciales son extremadamente angulares; la barba le da consistencia.



CARLOS ITURGAIZ (PP). Una barba poco poblada no favorece. No tiene sentido ideológico ni estético que la mantenga.



JOSÉ ANTONIO GRIÑÁN (PSOE). El color de la cana del cabello coincide con el del vello facial. La lleva bien aseada.



PEDRO SOLBES (PSOE). El tipo de barba que suele preferir está desfasado. Cuando apuesta por la perilla, mejor.



GASPAR LLAMAZARES (IU). Es el único reclamo estético evidente que recuerda que es un hombre de izquierdas.



JULIO ANGUIITA (IU). En el *cañifa* de Córdoba tiene toda su razón de ser, por motivos ideológicos, estéticos y personales.



CÁNDIDO MENDEZ (UGT). Aunque algo desaliñada, la barba ayuda al sindicalista a disimular la papada.



JESÚS EGUIGUREN (PSOE). En el caso del político vasco, estiliza las facciones al reforzar la zona de la perilla.



XOSÉ M. BEIRAS (ex BNG). Bohemia. Cualquiera con ese precioso tono de cana debería estar encantado de lucirla.



JUAN CARLOS RODRÍGUEZ IBARRA (PSOE). Intenta ocultar unos labios muy finos y una dentadura mejorable.



JUAN LÓPEZ DE URALDE (EQUO). Disimula los mofletes y le presta madurez, cualidad muy apreciada en política.



GUSTAVO DE ARÍSTEGUI (PP). Totalmente pulida. Muy propia de un conservador, pero transmite cierta pesadez.



JAVIER SOLANA (PSOE). Le da personalidad. Como le ocurre a Rubalcaba, con un rostro angular, da fuerza a su imagen.



JUAN ANTONIO BELLOCH (PSOE). El bigote está demasiado poblado en comparación con el resto de la barba.



JAIME LISSAVETZKY (PSOE). El tipo de barba del concejal madrileño no encaja con el cabello repinado que lleva.



JOAQUÍN ALMUNIA (PSOE). Cuando la llevaba (en la imagen) no era suficientemente poblada. Sin ella resulta más creíble.



FCO. CAAMAÑO (PSOE). Disimula la redondez de su cara, pero no casa con un peinado tan clásico como el suyo.

Habemus barba. El presidente, Mariano Rajoy, y el líder de la oposición, Alfredo Pérez Rubalcaba, elevan el vello facial por todo lo alto, pero no están solos. El corresponsal de la agencia Reuters en Madrid escribió hace un par de semanas un incendiario cable sobre la falta de tacto del presidente en sus relaciones con Bruselas en el que se permitía tachar de “desaliñada” su barba, pero ni por esas. La barba gusta. Y la coincidencia estética de los dos líderes políticos, Rajoy y Rubalcaba, corre unísona con el sentir popular: no se veían tantas barbas –en la calle, en las películas, en las pasarelas y revistas– desde aquellos peludos años 70. La tendencia es, por supuesto, global y, casualmente, circunscrita al Occidente en crisis. En otras zonas del mundo, más que una moda es toda una experiencia religiosa.

En EEUU, las ventas de maquinillas de afeitar y afeitadoras eléctricas descendieron un 12% el pasado año, según datos de la consultora NPD Group. Allí hasta han estrenado su propio programa de televisión (un *reality*) dedicado al asunto: *Whisker Wars* (La Guerra de las Barbas). En España, fuentes del sector apuntan a un descenso de ventas de entre el 5% y el 10%, aunque la moda no es la única *culpable*. “Se trata de un factor colateral al que hay que añadir otros más importantes como la crisis del consumo”, explican desde Wilkinson. En la Asociación de Empresas de Peluquería Masculina confirman un aumento de clientes con barba de un 20%. “Ahora es la tendencia porque favorece, sobre todo a la gente joven. Y porque, como está de moda, a las mujeres les encanta”, apunta su presidente, Juan Camacho.

Desde que logró el estatus de presidencial, la barba de Rajoy ha desatado una tormenta de elucubraciones en torno a su estado, procedencia y razón de ser. Sabemos que, desde hace no demasiado, y quizá por los comentarios acerca de cierta dejadez, un barbero le visita semanalmente en su domicilio para cuidar de que esté perfectamente recortada. También conocemos su pertinaz insistencia en que la diferencia de tono con su cabello no se explica tinte mediante. Lo cuentan María Jesús Güemes y Pablo A. Iglesias en el libro *Si yo fuera presidente* (Ed. Temas de Hoy, 2008): “Le da igual que se metan con su pelo, pero no soporta que digan que lo lleva teñido. Jura y perjura que es así por mucho que contraste con las canas de su barba”. El misterio, escriben Güemes e Iglesias, sigue sin resolver: “El secreto, bajo las siete llaves de su peluquero, con el que lleva más de 10 años”.

La razón de su barba también ha sido desvelada: tapa las cicatrices de un accidente de tráfico sufrido en 1976. En 2008, en una entrevista en televisión, confesó que la última vez que se había afeitado había sido en un viaje a Grecia en 1996 y que, tras ver el resultado, no lo volverá a hacer: “No me siento identificado con mi cara”.

Con la del presidente, en el Congreso de los Diputados resplandecen hoy 38 barbas,

LO QUE LA BARBA DESVELA

Está de moda, y no solo en la calle. Con Rajoy en La Moncloa y Rubalcaba en la oposición, también encarna el poder. Aunque la prensa extranjera tacha la del presidente de “desaliñada”, el vello facial florece a derecha y a izquierda. por Lola Fernández

distribuidas de la siguiente manera: 17 en la bancada popular (16 más la inconstante sombra que a veces luce el ministro Montoro; 12 en la oposición, liderada por la de Rubalcaba; dos en el Grupo Parlamentario Catalán; otras cuatro en el de Izquierda Plural; dos en el Grupo Mixto y una, en el Vasco. Sin embargo, hay que remontarse a 1922 para encontrar otra barba en la presidencia: la del cordobés José Sánchez-Guerra, sucesor de Eduardo Dato. En Francia, nos ponemos en 1932, con Paul Doumer; y, en EEUU, es James Garfield, en 1881, el último presidente barbado que encontramos, cerrando una larga serie de cinco que ocuparon la Casa Blanca desde Abraham Lincoln, en 1861. En los últimos 50 años no ha habido un solo presidente con barba en ningún país occidental.

El antropólogo Desmond Morris enumera tres razones por las que el afeitado se ha impuesto en Occidente desde hace varios siglos: hace que parezcas más joven, más amistoso (es más fácil leer las expresiones de la cara) y más limpio. En 1973, en plena década barbuda, un estudio del psicólogo Robert Pellegrini reveló que, cuanto más pelo en la cara, mayor era la percepción de masculinidad, madurez, atractivo, valentía y seguridad en uno mismo.

INTENCIONES DIABÓLICAS. Sin embargo, su informe no dejó de dar cuenta de otra variable: la percepción de deshonestidad. “Aparentemente, las barbas invocan imágenes de intenciones diabólicas, ocultación y poca higiene”, escribió Pellegrini. “Si bien no existe absolutamente ninguna relación entre la honestidad y el pelo facial, el estereotipo es lo suficientemente poderoso como para afectar al mundo, lo que tal vez explique por qué todos en la lista *Forbes* de los 100 hombres más ricos lucen el rostro afeitado y por qué ningún candidato exitoso a la presidencia estadounidense ha llevado barba o bigote desde 1910”.

Lo quieran o no los políticos barbados, su aspecto hirsuto juega un papel en la comunicación gobernante-gobernados. Claro que aquel mito que la relacionaba con la izquierda o, en general, con la progresía, ha quedado desfasado: llevan o han llevado barba o perilla el Rey, el presidente del Gobierno, las juventudes del PP, el presidente de un banco, los presentadores de telediario...

La presencia o ausencia de barba sigue suscitando distintas consideraciones según cómo, cuándo y por qué. Al Gore soportó con estoicismo la lluvia de comentarios negativos que provocó la que se dejó en verano de 2001, unos meses después de haber perdido *in extremis* las presidenciales que se llevó George W. Bush. “A lo mejor está harto de ver su cara”, llegó a escribir *Time*. “Es un camuflaje, una reacción a estar bajo el escrutinio de millones de ojos. Si Jackie O hubiera podido, habría llevado barba”. Los analistas acertaron en su interpretación: el vello facial anunciaba sus vacaciones permanentes de la política.

La cortísima que el Rey se dejó hace un año fue calificada de “descuidada” y “desafortunada” y, a pesar de que se recalcará que era debida a los eczemas que sufre en la piel, se concluía que el look “lo avejenta”. La del Príncipe, de dos años de duración (cayó en 2011), corrió mejor fortuna: una encuesta de *hola.com* lo situó como el príncipe al que mejor le sentaba, por delante de Felipe de Bélgica y Guillermo de Inglaterra. Claro que estas se debían más a la moda y, probablemente, al deseo de parecer mayores y más sabios (herederos, en suma) que a otra cosa. Alison Lurie, premio Pulitzer en 1985, dice en *El lenguaje de la moda* (Ed. Paidós, 2009): “Es imposible parecer infantil o completamente tonto llevando barba”.

Otro factor que no debemos perder de vista es el del atractivo sexual. “Es un ancestral símbolo de virilidad y magnetismo sexual”, confirma Pedro Gil Corbacho, psiquiatra y psicoanalista de la Asociación Psicoanalítica de Madrid. Un estudio de la Universidad de Chicago acerca de su valor reproductivo la calificó de “imán para las mujeres”: las entrevistadas confirmaron que las caras barbadas les resultaban más masculinas, independientes, sofisticadas y maduras. Además, el estudio revelaba que las mujeres se sentían más femeninas hacia un hombre con barba que sin ella. “Muchos políticos saben que el secreto está en resultar improvisadamente *sexy*”, explica Yuri Morejón, asesor de comunicación y director de Yescom Consulting.

EL OCASO DEL AFEITADO DIARIO. Parece improbable que nuestros diputados sean conscientes de que su barba proyecta tal cantidad de mensajes sobre su clientela política. Ni tampoco los españoles recientemente convencidos por las bondades del vello facial. Lo más razonable es que hayan caído en los brazos de una tendencia irresistible: la barba moderna. Caprichosa en forma y longitud, ha aparecido con la crisis y se contagia tanto como esta. “El mensaje de la barba moderna estándar”, escribe Lurie, “depende en gran medida de la longitud del cabello de que se acompaña. Con el cabello largo, implica gustos e intereses bohemios y/o una profesión relacionada con las artes. Con el pelo de mediana longitud, se hace más respetable y sugiere madurez y una originalidad interesante, pero no es antisocial ni agitadora”.

Antonio Segovia, coordinador de maquillaje y peluquería de Acicala (la división de estilismo del grupo Vértice 360°), confirma la irresistible irrupción de la barba moderna. “Realmente, existe un *boom*, pero no sólo entre la gente joven, que usa una barba algo más larga. Es un *look* aparentemente desahogado pero que, en realidad, está milimétricamente medido. Y lo que se ha generalizado muchísimo es el no afeitarse todos los días. Ahora lo raro es ver a gente absolutamente rasurada, ya no se lleva. Sí se llevan las barbas de tres o cuatro días que se arreglan semanalmente. Hasta los presen-

IO BARBAS PARA IO TIPOS DE HOMBRE



HOMELESS
Larga y descuidada, transmite desaliño. Ofrece al interlocutor muy poca confianza.



CHIVO
Una apuesta arriesgada a la que, a veces con bigote, han recurrido *sex symbols* como Brad Pitt.



SOTABARBA
Poblada y sin bigote, la popularizó en el siglo XIX el presidente abolicionista de EEUU Abraham Lincoln.



CUATRODÍAS
Muy en boga. Para cuidarla solo requiere pasarse la máquina al 1,5 un par de veces por semana.



MOSCA
Consiste en dejar crecer solo el vello que hay bajo el labio inferior. Discreta, conviene no descuidarla.



ESPAÑOLA
La clásica perilla. Favorece especialmente a hombres con frente ancha y barbilla estrecha.



PATILLA BARBA
Vuelve con fuerza. Los diseñadores Jean Paul Gaultier y Paul Smith la han usado en sus desfiles.



FILOSÓFICA
Ancestralmente, ciertos tipos de barba larga se han asociado con el hechicero de la tribu y, a la larga, el sabio.



BOHEMIA
Descuidada, pero sin pasarse, es símbolo de cierto desdén (a veces calculado) y rebeldía.



HOGAN
Espeso bigote lucido por el luchador de *wrestling* Hulk Hogan. Incide en la masculinidad de quien lo porta.

tadores de informativos las llevan. Ir absolutamente afeitado es cosa de gente que no está al tanto de la moda”.

Tras la tendencia, claro, la sociología. Algunos teóricos de lo frívolo afirman que, tras este *revival*, se esconde una reacción a la metrosexualidad y la feminización del hombre en las últimas décadas. Sin embargo, muchos metrosexuales cultivan la barba y su estilo con mimo propio de *top models*... Más científico resulta el argumento del doctor Herbert Mescon, de la Universidad de Boston (EEUU), impulsor de la investigación que encontró una buena razón para dejar de afeitarse todas las mañanas: si un adolescente comienza a rasurarse a diario a la edad de 15 años, 50 años después habrá dedicado a la tarea 3.350 horas. O sea, 139 días: unas vacaciones de cuatro meses.

ARMAS COMUNICATIVAS. En cierto modo, Rajoy es a su barba lo que Zapatero fue a sus cejas. ¿Podría reeditarse una situación en la que esta se convirtiera en santo y seña? “Lo de la ceja fue una casualidad. No se podían arreglar y los asesores de Zapatero optaron por hacer de ellas un arma comunicativa, pero no creo que fuera algo premeditado”, relata Patricia Centeno, analista y asesora política y directora de *politicaymoda.com*.

“Desde el punto de vista comunicativo, estas estrategias persiguen tres objetivos: notoriedad (captar la atención, generar noticias, suscitar debate); recuerdo simbólico (si te diferencias, destacas. Y si destacas, eres recordado), y un posicionamiento más cercano, humano, cálido del político (no es un superhombre sin fallos, sino uno más)”, explica Morejón. Pero, ¿podríamos ver a nuestro presidente en semejante tesitura? “Creo que no”, añade el director de Yescom Consulting. “Rajoy es un político más reservado y tímido. Todos sus actos nos hacen pensar que no le gusta ser el centro de atención”.

Pedro Soler, director creativo de Draft FCB, la agencia que realizó las tres últimas campañas electorales del PP, añade otras razones además de la timidez. “La campaña electoral del PP está al servicio del partido, no del candidato”, revela. “Es importante caer simpático a la gente, claro que sí, pero lo es más tener un mensaje. Además, Rajoy sabe que su punto fuerte no es la imagen”.

Tenemos, él mismo lo ha reconocido, un presidente que se preocupa por su imagen lo justo. ¿O acaso demasiado poco? “Muy poco”, concede Patricia Centeno. “Rajoy no le da importancia a la imagen y eso es un problema. Debe darse cuenta de que los políticos son representantes públicos: con su imagen nos representa a todos, representa a España. Una persona que cuida su imagen está mostrando el respeto que siente por los demás”.

EL LIBRO POLÍTICA Y MODA. LA IMAGEN DEL PODER, DE PATRYCIA CENTENO, ESTÁ PUBLICADO POR EDICIONES PENÍNSULA.

