



verdadera artífice del término *baby business*, la americana Debora L. Spar, en la necesidad de regular el enorme mercado que están creando las tecnologías reproductivas. «Hay variaciones en los precios de este mercado que no tienen sentido —comenta—, no sabemos dónde están los derechos de propiedad ni cómo se aplican los contratos. También se desconoce si las personas son propietarias de su material genético... Son dudas a las que por ahora nadie ha dado respuesta».

Lancemos pues la gran pregunta: ¿realmente es posible controlar el negocio de la infertilidad? «En la sanidad existen otros mercados parecidos al de la fertilidad en los que así ha sucedido —contesta Debora—. Por ejemplo, ¿cuál es el valor de un riñón para un paciente que depende de él? ¿O el de la quimioterapia para un niño que padece leucemia? No se puede poner un precio a estos bienes, y la idea de someterlos al mercado nos espanta. Por eso, los gobiernos han sacado los ser-

vicios de sanidad del ámbito comercial y los han incorporado al ámbito público, o bien han establecido límites legales concretos. En casi todas las naciones está prohibida la venta de riñones y se ha reglamentado el tratamiento de quimioterapia para que los pacientes no tengan que pagar el coste total del tratamiento».

TURISMO PROCREATIVO

Desde luego, si algo no existe todavía es consenso internacional en cuanto a las vías a seguir. España, uno de los países de Europa más permisivos (su Ley de Reproducción no es de las más restrictivas, pese a su prohibición, por ejemplo, de las madres de alquiler o la selección del sexo del bebé si no es por enfermedad hereditaria), se ha convertido en un paraíso para los llamados *turistas reproductivos* (como las parejas italianas, que en un 26% tienen problemas de concepción). La cigüeña ya no anida París, sino en nuestro país, y entiende de negocios. ■

EN ESTE MERCADO NO SABEMOS DÓNDE ESTÁN LOS DERECHOS DE PROPIEDAD NI CÓMO SE APLICAN LOS CONTRATOS



Debora L. Spar

Profesora de Administración de Empresas en la Harvard Business School, autora de varios libros sobre política y negocios y madre de una niña adoptada, esta americana apasionada y de sonrisa fácil ha puesto nombre a algo que muchos no se atrevían a definir así: **el *Baby Business* (Ed. Tendencias).**

¿Qué te impulsó a escribir este polémico libro?

Se juntaron varios factores; por ejemplo ver cómo aumentaba el número de conocidas mías que, subyugadas por las promesas de las nuevas técnicas de reproducción, se gastaban miles y miles de dólares en la persecución de un hijo. O descubrir que en una clínica de California se puede elegir el sexo de tu hijo a cambio de dinero.

Sin embargo no haces juicio de valor. No es una denuncia.

No exactamente, ya que yo no juzgo que estas tecnologías sean malas o buenas, simplemente explícito que pertenecen a un negocio, y muy lucrativo además: el mercado de bebés. Pero como tal, sí pienso que debería estar bien regulado por la ley y los gobiernos. Para que no salga perdiendo el consumidor.

¿Qué es lo que más te ha sorprendido de tu investigación?

Que toda aquella pareja que acababa teniendo un hijo, aunque hubiera sido por la vía más inimaginable, pensara que «era el hijo que el destino les tenía preparado». Ésa es la magia del ser humano: la infinita capacidad de amar.