

Agencias matrimoniales

Parejas a la carta



«Mejor solo que mal acompañado» dice el refrán. Pero si no estamos dispuestos a tirar la toalla y seguimos buscando a nuestro «príncipe azul», vale la pena intentarlo mediante un método menos convencional: las agencias matrimoniales.

La idea romántica del príncipe o la princesa que encontraríamos de la mano de la casualidad al doblar la esquina, o que nos sería presentado por algún amigo, en muchas ocasiones choca con una realidad más común: no hay tantos príncipes ni tantas princesas disponibles y, generalmente, sus lugares de alterne son los cuentos y las películas.

Descartada «la realeza», no siempre está al alcance de la mano encontrar a una persona afín, que comparta nuestros gustos, que nos quiera y que encima sea atractiva

Si, además, el trabajo ocupa la mayor parte de nuestro tiempo y no se tiene un círculo de amistades amplio, o éste está formado mayoritariamente por parejas, encontrar a la media naranja se convierte en una ardua tarea. Las agencias matrimoniales pueden ser, entonces, una opción.

Una buena alternativa

Aunque en España llevan ya funcionando alrededor de 20 años y, cada vez, su clientela es más amplia, las agencias matrimoniales todavía no suponen una vía de encuentro

tan habitual como lo es en EEUU o en los países anglosajones. Y es que para una gran parte de la población española este tipo de agencias suponen un mundo desconocido, del que tienen pocas o distorsionadas referencias.

Una agencia matrimonial se puede definir como un centro especializado en las relaciones personales, donde ponen en contacto a personas con gustos y características afines o complementarias, con la idea de formar una futura pareja estable. Este «invento» moderno nace como respuesta a un cambio en las costumbres y formas de vida de la sociedad actual.

Las agencias matrimoniales surgen, sobre todo, en las sociedades industrializadas y tecnológicamente avanzadas, donde la producción se coloca como centro de la vida y la actividad diaria de las personas, lo cual ha provocado que se haya reducido el ámbito de las relaciones personales. Así, en las grandes ciudades, a una mayor dedicación profesional

se unen, además, la falta de tiempo libre, el ritmo de vida frenético, las distancias, la desconfianza... lo que dificulta la comunicación y el contacto directo entre personas.

Excelentes tiempos para el amor

Para Ramón Pérez Ventura, director de la agencia Tiempos Modernos, existe otro factor que explica la razón de ser de las agencias matrimoniales. «El mismo avance de la sociedad y nuestras propias experiencias, tanto colectivas como individuales, nos hacen buscar cada día una mayor calidad en nuestras relaciones afectivas. Romper ahora con una relación que ya no satisface no supone la presión social y familiar de hace 20 ó 30 años. Hay más libertad para decidir con quién y cómo se quiere estar».

Sí, en la actualidad somos más libres para elegir, pero ¿para acceder a los servicios de una agencia matrimonial ¿Nos resultaría una elección

fácil y desinhibida, o sería una alternativa que todavía nos provoca reticencias?

Acabar con los prejuicios

Para Angela Dópico, de la agencia Lazos, hay que dejar en el felpudo de la puerta algunos prejuicios que circulan respecto al hecho de buscar pareja a través de esta actual modalidad de relación. «Se piensa que las personas que acuden a una agencia matrimonial son patitos feos, gente rara o con problemas de comunicación. En absoluto, la gente es normalísima. Es gente que quiere ampliar su círculo de relaciones y conocer a personas nuevas».

Otro prejuicio aparece si aparece la idea de que se acude a una agencia cuando se está en estado extremo de necesidad. Es decir, «desesperado», porque todos los demás intentos han sido fallidos. La idea de

tos para acudir a este tipo de centros. «Después de la primera entrevista no suelen volver, precisamente por su carácter inhibido y tímido», explica Angela Dópico. «Las personas que vienen aquí —comenta— tienen muy claro qué es lo que quieren y saben que esta es una forma rápida y directa de conseguirlo.» Así, y de acuerdo con los datos obtenidos a través de estos centros, el nivel sociocultural de las personas que solicitan los servicios de una agencia está por encima de la media.

Datos a tener en cuenta

La persona que llega a una agencia matrimonial rellena un cuestionario en el que, por lo general, se detallan los aspectos siguientes:

- **Datos personales.**
- **Rasgos físicos.**
- **Situación familiar,** puesto que estos servicios sólo pue-

El perfil de los candidatos

Cuáles son las características de la gente que acude a una agencia?

● **Personas que,** por haberse centrado en los estudios y/o en una actividad laboral, han descuidado las relaciones personales y, luego, al llegar a una edad determinada se encuentran con que sus amistades han formado su vida familiar y se sienten descolgados. Es el caso de Martín R. (nombre supuesto) que acudió a la agencia Lazos para entablar nuevas relaciones. Según el director de esta agencia, «era un hombre encantador, preparado y

muy atractivo. Tenía un puesto directivo en una empresa y esta actividad y su formación profesional habían hecho que desatendiera su vida personal. Tampoco se quería relacionar sentimentalmente con las personas que tenía a su cargo en su empresa. Así que decidió venir aquí a conocer a gente y tratar de entablar una relación de forma diferente».

● **Personas que** vienen de una ruptura matrimonial o de pareja y en su círculo de amistades no encuentran a alguien con quien compartir su vida. En este caso suele ocurrir que

las amistades son comunes a la pareja o al matrimonio y alguno de los dos tiene que buscarse un nuevo círculo de relaciones.

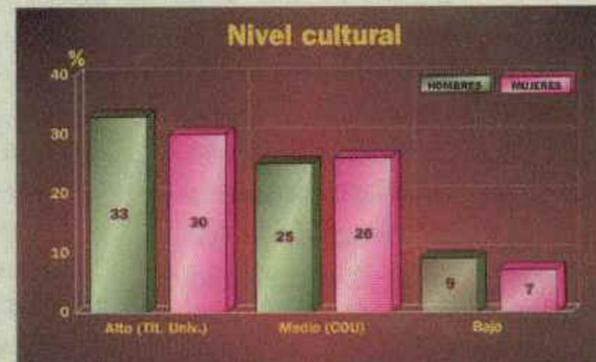
● **No hay una diferencia significativa** respecto a qué sexo acude más a este servicio.

● **El nivel cultural** es mayoritariamente medio-alto. En la agencia Lazos, por ejemplo, es significativo que el 80 por 100 de las mujeres que acuden tengan una diplomatura universitaria, frente al 68 por ciento de los hombres. El nivel social y económico, en su mayoría, puede situarse en una clase media y media-alta.

IMAGE BANK



Según las agencias matrimoniales, el 65 por ciento de las parejas que se conocen mediante este método acaban casándose.



que los demás puedan pensar que no somos capaces de «li-

den solicitarlos personas solteras, separadas, divorciadas,

En las siguientes tablas se plasma