



Cuando Maribel Jiménez, de 26 años, se decidió a acudir a una agencia matrimonial, tenía claro su objetivo: conocer a su alma gemela, su hombre '10'. "Yo había tenido dos novios anteriormente y me habían salido rana

—explica—, así que pensé que si unos profesionales podían encontrar a alguien de las características que yo exigiera, sería más fácil y rápido que andar por la vida en su busca". Dicho y hecho. Desde entonces hasta hoy ha conocido a cuatro chicos que respondían a un retrato robot muy concreto: serio, tierno, con estudios superiores e interés por la música y la naturaleza. Sin embargo, ninguno termina de convencerla.

Cada vez son más los jóvenes que acuden a las agencias para encontrar su media naranja

En busca de

VIRGINIA F. GALVÍN

FOTOS: PACO LLATA

Su caso no es raro. Como ella, cientos de jóvenes con estudios universitarios y buena presencia recurren a las agencias matrimoniales con el diseño de su pareja 'soñada' bajo del brazo. Las modernas *Celestinas* han visto cómo, año tras año, bajaba la edad de sus clientes hasta límites insospechados. "Yo tengo gente de 22 años e incluso alguno de 19", apunta María Ángeles Dopico, psicóloga y directora de la agencia Lazos desde hace 15 años.

Entre las preferencias de los jóvenes hay una recurrente: "Quiero una pareja culta, con buena conversación, aficiones similares a las mías, y a ser posible que no esté separada ni tenga hijos". El físico —aspecto fundamental hasta hace unos años, al menos en los requerimientos masculinos— ha pasado a un discreto segundo pla-

no, aunque Madeleine B. Crook, directora de la agencia Replay, asegura que las mujeres rechazan a los hombres desarreglados y más bajos que ellas, así como a los que llevan bigote y barba. "A las chicas jóvenes les gusta que su pareja se preocupe por el aspecto físico y vaya limpio y arreglado sin ser un pijo", describe Ana Fernández, codirectora de la agencia Uniinter.

Placeres compartidos

Si tener una buena *percha* afecta al éxito de la primera cita, las aficiones comunes pesan más en el ba-

lance final de una historia de amor. Así lo cree Ángeles Sanz, psicóloga y experta en terapia de parejas del centro Cinteco. "Si coincides con tu pareja en aquello que os causa placer y satisfacción a los dos, será más fácil que se vaya cimentando vuestra relación".

Pocas cosas satisfacen tanto a Inés de la Riva, —30 años, licenciada en Derecho y clienta de la agencia Replay desde hace tres—, como todo lo que rodea al cuidado del cuerpo. Quizás por eso prefiera que su marido potencial "se cuide mucho, le guste ir al gim-

Las agencias en cifras

| | |
|---------------------------------|---------------------------|
| Clientes: | 50 % hombres |
| | 50 % mujeres |
| Edad: | 25-45 años, 60 % |
| | 45-60, 30 % |
| | más de 60, 10 % |
| Estado civil: | 44 %, solteros |
| | 41 %, separados o divorc. |
| | 15 %, viudos |
| Formación: | 60 %, titulados |
| | 30 %, estudios medios |
| | 10 %, estudios básicos |
| Cuota: | 30.000-120.000 pesetas |
| Porcentaje de éxitos: | 50 % al 75 % |
| Media de presentaciones: | 4-10 |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de agencias.





Encontrar el amor sin ayuda no es siempre fácil.



La primera suele ser en un momento de luz...

la pareja perfecta

nasio y se interese por las dietas". Como buena vecina del barrio madrileño de Salamanca, prefiere un chico de clase media alta, aunque no se considera clasista. Sin embargo, Madeleine B. Crook está convencida de la importancia de la posición social en el éxito de la pareja. "Está comprobado que dos personas de diferente extracción social no suelen encajar". El nivel económico no figura habitualmente en el capítulo de requisitos de quienes acuden a una agencia matrimonial, aunque no

faltan los que exigen personas con trabajo y, por tanto, independencia económica. Si hace unos años la mujer pedía que el hombre fuera trabajador, hoy lo prefiere "responsable". Pero eso sí, sin caer en la obsesión por el trabajo. "A nadie le gusta que su pareja brille por su ausencia -explica Pilar Fernández-; además, en muchos casos se prolonga ilimitadamente la jornada laboral por falta de otros alicientes". Por eso no es extraño el caso de la chica o el chico adicto al trabajo que, tras conocer

a su pareja, cambia radicalmente este hábito e incorpora espacios de ocio en su apretada agenda. Por lo demás, se repiten algunos patrones clásicos: a un chico de 25 no le importa que su futura sea mayor que él. "Hasta 30 años -según Tinín Martín, de la agencia Simpathy-, ya que les atrae la madurez de la mujer", mientras que ellas suelen exigir que su pareja les lleve al menos dos años. El sentido del humor es uno de los rasgos que cotizan al alza, así como la comprensión, la comunicación y la fidelidad. Rasgos tradicionales a los que se han sumado otros más acordes con los tiempos que corren. "Las chicas insisten mucho en que no quieren un hombre machista ni autoritario, mientras que ellos requieren una mujer independiente y profesional, no la clásica ama de casa", señala Pilar Fernández.

Ambientes frívolos

Según el estudio *Parejas y matrimonios*, editado por el antiguo ministerio de Asuntos Sociales, el 56 por ciento de los españoles considera que es muy difícil encontrar la pareja ideal. De ahí a ponerse en manos de los agentes terrenales de Cupido parece haber mucho trecho. Las agencias coinciden en un punto básico: sus clientes más jóvenes rechazan el tipo de relación que surge bajo los focos de una discoteca o en un bar de moda. "No quieren el rollo de una noche ni la superficialidad de las relaciones que se dan hoy en día en los ambientes juveniles", explica Tinín Martín, responsable



Tinín Martín, directora de la agencia Simpathy.



Yolanda Riero, psicóloga de la agencia Uniinter.



Madeleine B. Crook, directora de Replay.



En busca de la pareja perfecta



María Ángeles Dopico dirige la agencia Lazos.

► de la agencia Simpathy. Un argumento que María Ángeles Dopico comparte y refuerza. *“Hemos evolucionado tanto hacia la liberación —dice— y estamos tan sometidos a dar una imagen de independencia que precisamente quien mantiene esa pose frente al círculo de amigos es el que luego viene aquí a buscar una relación seria y estable”.*

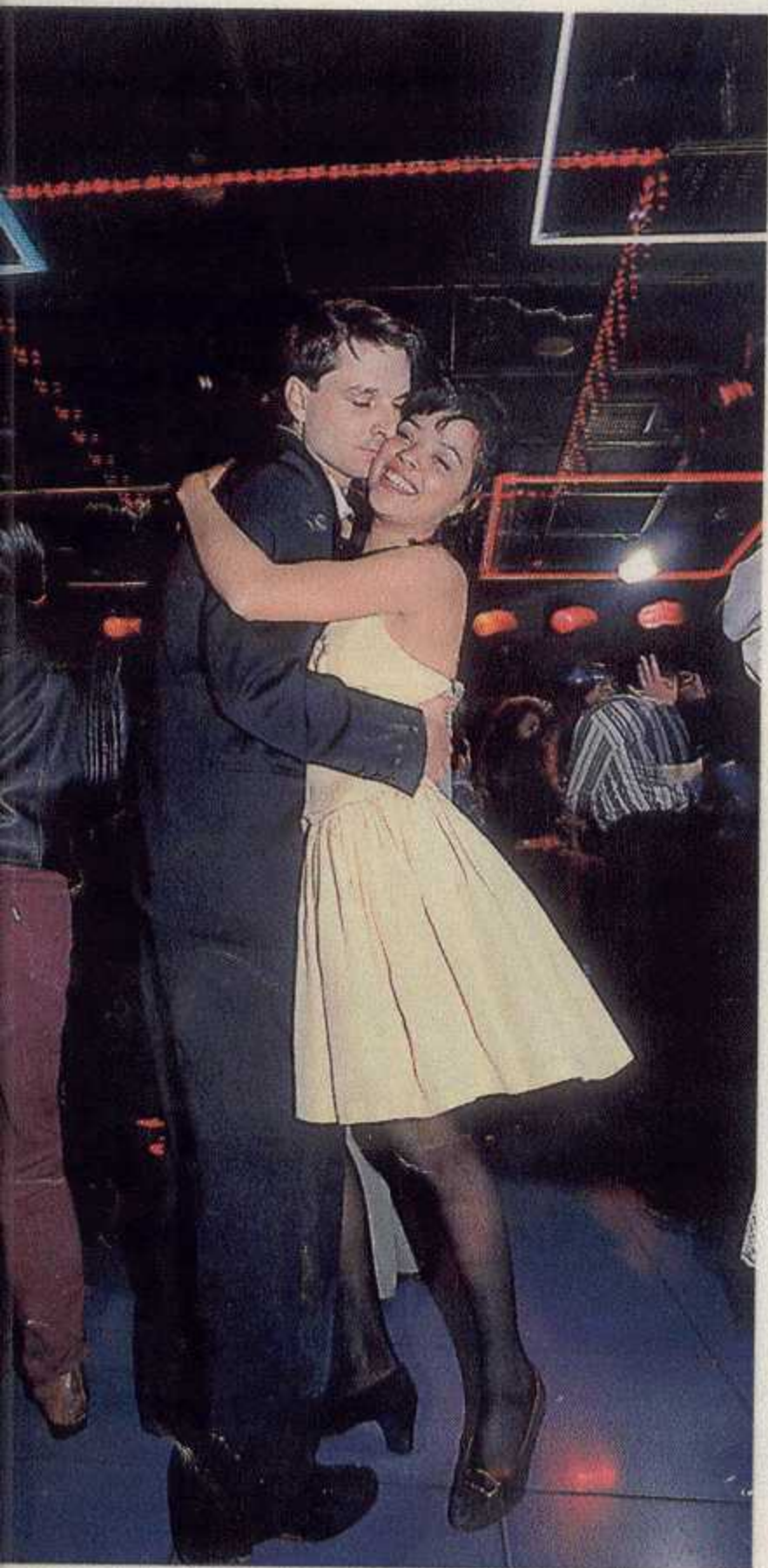
Mentiras y prejuicios

La fuerza de los tópicos lleva a dibujar el perfil del joven *carne de*

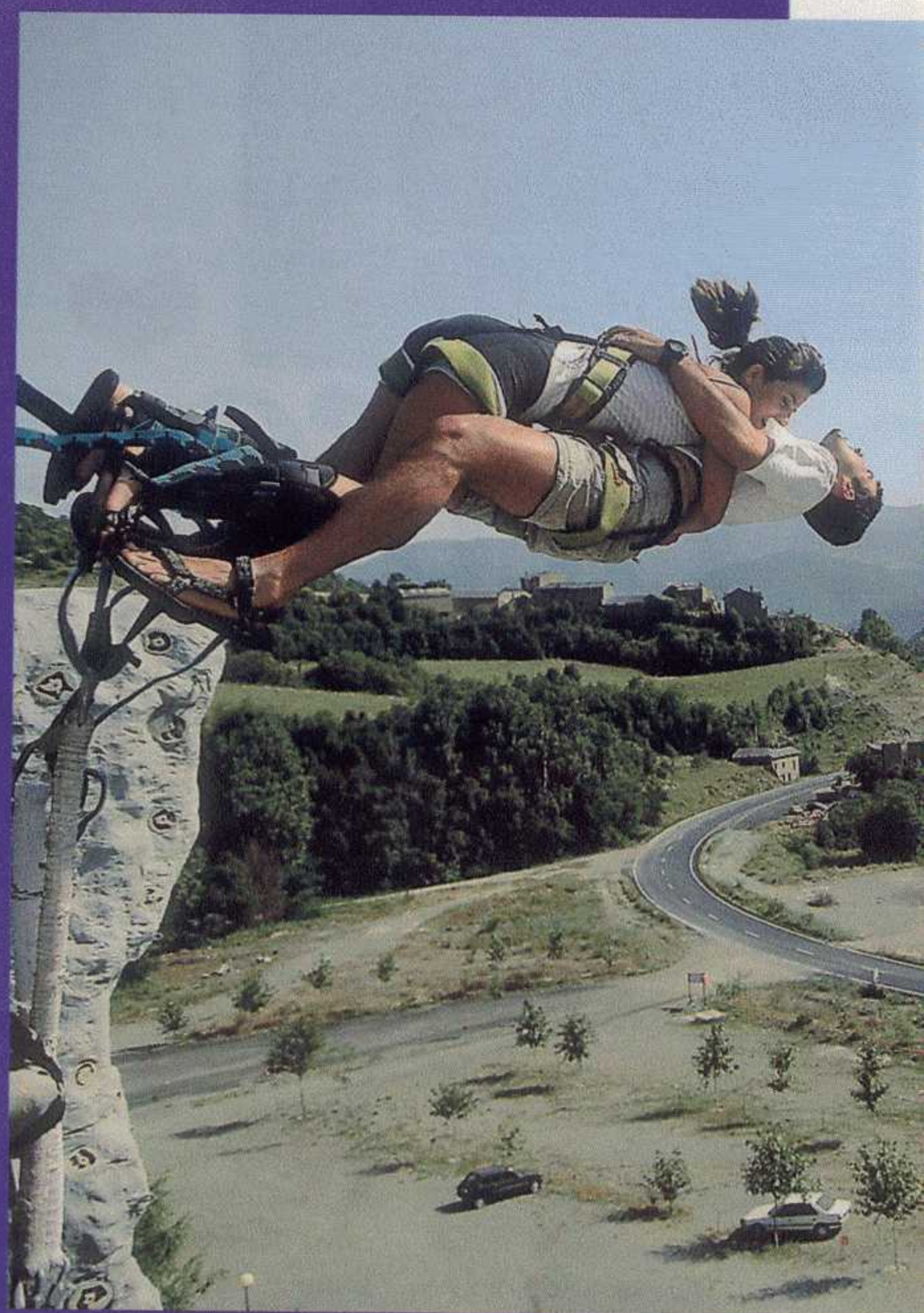
agencia como un ser poco agraciado en el físico, marginado social, raro, con problemas psicológicos y de comunicación. Nada más lejos de la realidad, según Madeleine B. Crook: *“Se trata de gente muy maja, con una preparación cultural extraordinaria —informáticos, economistas, abogados, ingenieros—, que saben muy bien lo que quieren y no se conforman con cualquier pareja”.* Las estadísticas de Lazos dicen que el 80 por cien de las clientas tiene estudios universitarios, frente al 68 por cien de los hombres. En Ininter, aseguran que la mayoría son gente atractiva, muy segura de sí misma, con aficiones culturales o deportivas y muy viajera.

El caso de Javier Rodríguez, de 27 años, es paradigmático. Pasó toda la carrera de Ingeniería Industrial a la luz del flexo, movido por un desarrollado sentido de la responsabilidad. Después, dedicó un par de años a encontrar un trabajo y situarse profesionalmente. *“Lo tenía ya todo para dar el siguiente paso, que era buscar novia, pero cuando me quise dar cuenta mis amigos se habían echado pareja y yo era la carabina de todos —recuerda—; pasaba de salir en plan de ligue porque, entre otras razones, ya no sabía cómo acercarme a una chica.”*

Otros jóvenes terminan en una agencia tras haber agotado el círculo de amistades como espacio para encontrar pareja. *“Los amigos son ya como ángeles sin sexo —bromea María Ángeles Dopico—, y en el ámbito laboral prefieren no enredarse con nadie por miedo a que un potencial fracaso enturbie el am-*



Muchos jóvenes rechazan las relaciones superficiales.



Factores de éxito en el matrimonio

| | |
|------------------------------------|------|
| Fidelidad | 81 % |
| Respeto y aprecio mutuo | 76 % |
| Comprensión y tolerancia | 72 % |
| Relación sexual satisfactoria | 63 % |
| Los hijos | 62 % |
| Vivir independientes de la familia | 49 % |
| Ingresos adecuados | 48 % |
| Buenas condiciones de vivienda | 37 % |
| Gustos e intereses comunes | 37 % |
| Compartir tareas domésticas | 34 % |
| Compartir creencias religiosas | 25 % |
| Pertenecer al mismo medio social | 20 % |
| Acuerdo en cuestiones políticas | 12 % |

(*) Se trata del porcentaje de encuestados que ha mencionado cada factor.

Fuente: 'Parejas y matrimonios: Actitudes, comportamientos y experiencias' (varios autores).

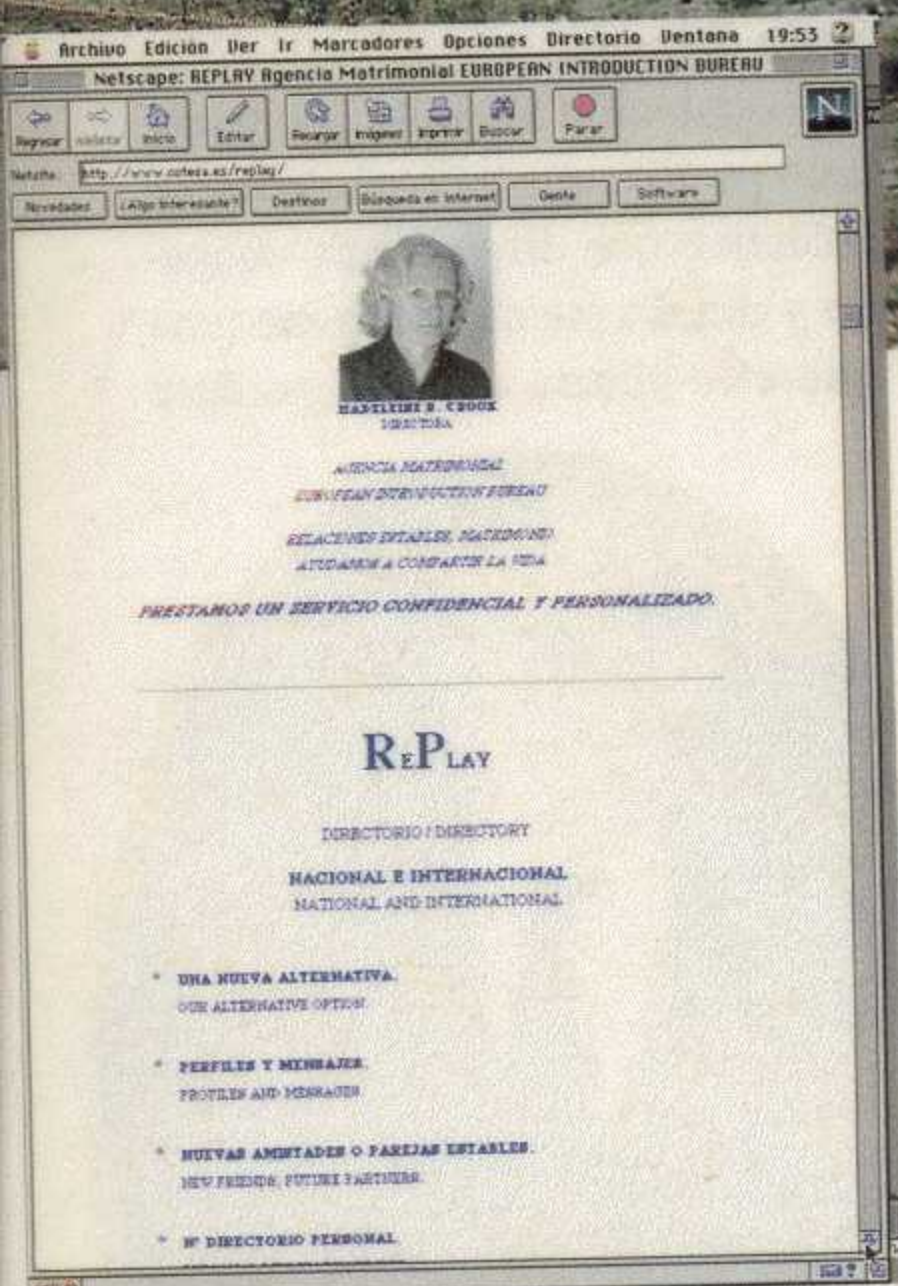
“Cuando me quise dar cuenta, mis amigos se habían echado pareja y yo era la carabina de todos”, recuerda Javier Rodríguez, 27 años, ingeniero industrial

Fracasos de pareja

| | SEPARACIONES | DIVORCIOS |
|------|--------------|-----------|
| 1990 | 36.272 | 23.188 |
| 1991 | 39.758 | 27.224 |
| 1992 | 39.918 | 26.693 |
| 1993 | 42.491 | 28.854 |
| 1994 | 47.546 | 31.522 |
| 1995 | 49.371 | 33.104 |

Fuente: Consejo General del Poder Judicial
(No están disponibles aún los datos de 1996)

Los clientes de agencias suelen ser amantes del deporte y los viajes. A la izquierda, página de Replay en Internet.



biente en el que pasan tantas horas al día". La casuística se completa con los corazones solitarios procedentes de una relación de varios años, rota cuando estaba a punto de terminar en boda. "De repente se encuentran con que ya no pueden frecuentar el círculo del 'ex', y se quedan 'colgados'", explica Ana Fernández, codirectora de Uniinter. Cuando se pregunta a las agencias por el porcentaje de éxitos de emparejamiento, ninguna admite menos del 50 por ciento. La puntería de Cupido parece ser tan afinada como las preguntas que todo aquel que acuda a buscar el amor ideal deberá contestar. Además de los datos personales y profesionales, se les pide una lista de aficiones y actitudes ante la vida:

"¿qué opina del aborto y del divorcio?" o "¿qué cree que sucede tras la muerte?", son algunas de las cuestiones dirigidas a sondear las profundidades de la conciencia de cada cliente.

No en vano la religión y las convicciones morales pueden ser determinantes a la hora de seleccionar a la pareja. Por Lazos han pasado miembros de grupos católicos ultraconservadores que, por lo general, piden el mismo grado de religiosidad en su media naranja. Otras veces, las entrevistas discurren en tono amigable y confidente, especialmente si el joven es ya amigo de la casa. En esos casos, Madeleine B. Crook ha llegado a desgranar consejos útiles. Por ejemplo —explica—, si voy a presentar a un chico una joven muy conservadora en lo relativo al sexo, le advierto que evite ser lanzado y que se comporte con mucha delicadeza".

Después de la entrevista, el siguiente paso suele ser la realización de un estudio psicológico. En Lazos, por ejemplo, los psicólogos charlan con los candidatos y extraen sus conclusiones. Después introducen los datos pertinentes en el ordenador, para que éste cruce los perfiles y establezca las perso-

nas más adecuadas para un potencial enamoramiento, aunque la elección final no la hace una máquina sino un psicólogo. Por su parte, los responsables de Uniinter cuentan con un test especialmente elaborado para definir el perfil emocional del individuo.

Yolanda Riero, psicóloga de la agencia, asegura que se hace hincapié en aspectos básicos para la relación: "Nos fijamos en las habilidades sociales de cada uno, la capacidad de comunicación, el respeto a los demás. Puntos que, a la larga, pueden ser causantes del éxito o del fracaso de una pareja". Los tests sirven, además, para detectar cualquier transtorno psicológico relevante, en cuyo caso el candidato o candidata es rechazado.

Si el equilibrio emocional es importante, estar libre es condición indispensable para ser aceptado en una agencia matrimonial. Por eso se exige documentación acreditativa del estado civil y, para quienes estén a punto de separación o divorcio, algunos centros

cuentan con un servicio jurídico dispuesto a ayudarles en la tramitación de los papeles. Una vez aceptado, el cliente debe pagar una cuota que oscila entre las 30.000 y las 120.000 pesetas, y que da derecho, en unos casos, a tantas presentaciones como sean necesarias hasta encontrar a la pareja ideal, y en otros, a lo mismo, pero por un periodo limitado de tiempo, que puede ser mensual o anual.

De la afinidad a la chispa

A Sandra García, de 24 años, el amor le llegó a la primera cita. Conocía bien Replay y se apuntó al directorio, un servicio que consiste en publicar mensajes breves (del tipo "soy soltero, moreno, ojos verdes, informático. Me gusta el deporte, la música clásica y quisiera conocer una chica discreta y culta, para relación estable"), que los interesados responden con intermediación de la agencia. Así que, ni corta ni perezosa, Sandra redactó su mensaje y, poco después, recibía la carta de Arturo, 34 años, secretario de juzgado con afán de fundar una familia. "Me quedé muy cortada y, durante dos semanas, no quise llamarle —reconoce Sandra—; finalmente lo hice y quedamos. Él era superdivertido y hablamos mucho de lo que cada uno esperaba de la relación". Aquello fue el pasado noviembre y, en la actualidad, se están planteando vivir juntos.

Su caso no es corriente. Por lo general, son necesarias varias presentaciones antes de dar con la persona idónea, y si bien hay quien al primer vistazo se convence de que no está ante su chico o chica ideal, otros optan por dar una segunda oportunidad a Cupido. Así, a la primera cita —que suele producirse en un café y a la luz del día— puede suceder una segunda —con un cine por escenario— y, en ocasiones, una tercera, en torno a una cena.

Todo puede salir a pedir de boca pero, como subraya María Ángeles Dopico, "si no surge la química, la chispa, ya puede haber afinidad, que no hay nada que hacer". Eso sí, en muchos casos el encuentro acaba siendo el inicio de una gran amistad.

El teléfono de Cupido

Lazos:

Madrid: (91) 448 44 77.

A Coruña: (981) 14 19 01.

Vigo: (986) 48 17 39.

Uniinter:

Madrid: (91) 308 63 53.

[Http://www.netjuice.es/](http://www.netjuice.es/) Uniinter.

Simpathy: (91) 634 12 81.

Replay: (91) 575 69 46.

[Http://www.cotesa.es/replay/](http://www.cotesa.es/replay/).