

La vida no s'acaba després d'una ruptura matrimonial. O almenys d'això ens volen convèncer les empreses dedicades a donar serveis als que viuen a soles. Creuers per a solters, viatges per a famílies monoparentals o comiats de casades són part de l'oferta.



El negoci dels excasats

S imagina descalç, dins d'una gàbia enorme que en lloc de reixes té cordes i envoltat pertot arreu per milers de boles multicolors com si fóra un xiquet dins d'un parc infantil? Si s'ho imagina però pensa que no és més que una imatge de la infantesa, sàpiga que està molt equivocada. Perquè activitats d'aquest tipus són, a més de moltes altres, les que organitza Vida Singular, una de les primeres empreses de Catalunya dedicada exclusivament a donar serveis a les persones que viuen soles. Vida Singular és, com ells mateixos es defineixen, un "punt de trobada de totes les persones que tenen una vida singular i la viuen amb entusiasme". Són les persones, nascudes al caliu de l'efecte *single*, l'efecte social i comercial que produeix el creixent nombre de persones que, en edat d'estar casades, són solteres. Però no solament són els solters els que acudeixen a aquesta mena de serveis. Avui el gruix dels clients de la majoria de les empreses del sector consultades no el conformen persones solteres, sinó separats i separades, divorciats i divorciades, que busquen retrobar el seu camí

(o un de nou) després d'un fracàs matrimonial.

"Un 70% de les persones que acudeixen a nosaltres –explica Mercedes Vila, responsable a València d'Impar, una empresa d'abast estatal amb sis anys d'experiència– són separades o divorciades, i un 5% són vidus." Les empreses que en un principi van nàixer per donar resposta al fenomen de la solteria han vist que s'hi han sumat amb força els que acaben de travessar una ruptura matrimonial. Segons dades de l'Institut de Política Familiar, del 1981 al 2004, les ruptures han augmentat en un 60,65% en el conjunt de l'estat. El 2004, hi va haver 82.340 separacions i 52.591 divorcis. O el que és el mateix, cada 3,9 minuts se separa o es divorcia un matrimoni. Quan aquests matrimonis són de classe mitjana i no tenen fills –o bé aquests ja són suficientment grans–, passen a engrossir la llista de persones soles amb capacitat adquisitiva, per tant, molt atractives per al mercat. Es tracta de persones que han invertit un bon grapat d'anys de la seua vida a construir un matrimoni que, finalment, s'ha trencat i que deixa darre-

re seu un buit que cal reomplir. Una vida que s'acaba i una vida que comença. Fer-ho a colp de talonari és una possibilitat. I empreses particulars i fires ja n'han fet marca.

Un Saló nascut d'un divorci. Fira Barcelona va acollir l'any passat el primer Saló Single, el lema del qual era

Adéu, matrimoni!

Algunes empreses dedicades a organitzar comiats de solters i solteres han incorporat un nou servei. Es tracta dels comiats de casades, una nova modalitat lúdica on el que se celebra és l'abandó del matrimoni, la celebració d'un fracàs. L'empresa catalana Última Farra ha batejat el servei com "Bye-bye, love". "Normalment són els amics els que s'enduen a qui s'acaba de separar o divorciar", explica el gerent Manuel Huertas. "És com una manera de fer-li veure que encara està en el mercat, que el futur ens obre noves portes, que hem passat una pàgina" i, sobretot, que encara queden molts llibres per desenterrar.



A la dreta, un dels tallers per a pares i mares separats amb fills que organitza l'empresa catalana Vida Singular. A dalt, el l Saló Single, que es va celebrar l'octubre del 2005 al Palau de Congressos de Barcelona.

“gaudeix de la vida en singular”. Durant dos dies, 10.200 persones van visitar aquesta fira, l'única d'aquesta temàtica que se celebra a tot Europa, amb excepció de París, on té lloc un certamen amb l'eloqüent nom de Celi- berté. El Saló tenia per objectiu servir com a nex- te d'unió entre les persones que viuen a soles i les més de 50 em-

preses que hi van assistir. Allí es podien trobar des d'agències per buscar parella fins a automòbils, passant per agències de viatge per a solters o separats, hotels amb un llit per habitació o cases de cosmètics. Entre els exposi- tors, també n'hi havia un que oferia assessoria legal per afrontar una separació o un divorci. Assessoria legal, és

clar, per esdevenir un separat (o divorciat) més.

El més curiós, però, és que el Saló Single no va ser una idea d'un grup de joves disposats a gaudir de la seua solter- ia abans de passar per la rectoria. “El Saló Single va nèixer d'un divorci. La meua mare es va separar ara fa quatre anys”, explica Marc Sorli, director de màrqueting del Saló i fill de la seua fundadora, Laura Racioppi. “De sobte es va trobar en una nova situació. Què fa una dona amb més de quaranta anys tota sola? Els amics tenen la seua vida feta, les seues parelles, les seues famí- lies... I tu has canviat de rutina, de barri, d'entorn... Aleshores, se li va ocórrer fer un congrés per a les persones que es trobaven en la seua mateixa si- tuació.” Tant en Marc com la seua mare sabien que la quota de mercat poten- cial era gran, però no s'esperaven aquesta resposta. “Per a aquesta edició esperàvem 3.000 persones, i en van vindre 10.200!”, explica. Davant de l'è- xit aconseguit, ja pensen a reeditar el saló i fins i tot avançar-lo per al mes de juny i portar-lo també a Madrid.

Entre les empreses que van estar pre- sents al Saló hi havia la catalana Vida Singular, però també n'hi havia altres, com ara Impar (que va nèixer sent una revista dedicada als *singles*), SingleO- cio o En Company. La majoria reivin-

El contingut d'un comiat de casada no varia gaire del tradicional comiat de solter. Un sopar i un striptease formen part del ritual, encara que hi ha diferències: són “grups més reduïts i que volen més qualitat del producte, una limusina..., perquè tenen més capacitat adquisitiva que quan es van casar i volen aprofitar- ho”. La discoteca Hot, de València, ara tancada recentment, va ser pionera en l'oferta d'un servei que va formar part del seu catàleg durant cinc anys. Tam- poc ací hi ha grans canvis respecte a un comiat convencional perquè, igual que la resta, el que els clients volen és “pas- sar la nit i divertir-se” i, en tot cas, “fu- gir del tràngol de la separació”, com ex- plica José Alós, representant del local.

Per a la majoria d'experts, la celebra- ció del comiat de casada només té raó de ser en una societat on s'ha produït

una creixent acceptació del divorci i la separació com una fase més del cicle vi- tal. El comiat és, doncs, un ritual que té a veure amb la “implantació d'una cul- tura de l'oci, en què se celebra tot”, se- gons Huertas. Per a Lluís Flaquer, cate- dràtic de Sociologia de la Universitat Autònoma de Barcelona i director de l'àrea de polítiques familiars de l'Insti- tut d'Infantesa i Món Urbà, “mentre que el matrimoni està consolidat, divorcis i separacions encara estan en procés d'as- similació”, per tant, aquest tipus de ce- lebracions són un pas més per donar a aquesta realitat “una estructura institu- cional”. En tot cas, Flaquer recorda que les ruptures matrimonials són “proces- sos dolorosos” i que els comiats poden ajudar a “desdramatitzar”.

Segons les fonts consultades, són les dones i no els homes qui més demanen

aquest servei. Això, però, no significa que ells no celebren la ruptura del ma- trimoni. En tot cas, ho fan en els “cir- cuits habituals”. “El que passa –explica Huertas, de l'empresa Última Farra– és que els homes són més ‘deixats’, i si volen muntar una festa [per celebrar una separació], van a una sala de strip- tease amb tots els amics i prou.” Huer- tas, qui ha vist com els comiats de sol- teres s'han normalitzat en els últims “set o vuit anys”, té una altra teoria, menys políticament correcta, segons la qual les dones ho celebren més perquè solen “eixir més beneficiades del divorci”. “A més –afegeix Huertas–, quan l'home pren la decisió de separar-se sol ser perquè hi ha una altra persona, per tant, li és més difícil fer aquesta festa. Per a la dona, en canvi, la separació pot ser una alliberament.”



La dessacralització del matrimoni arriba fins a l'uniforme. La companyia Dirty Fashion comercialitza aquestes samarretes. A la dreta, un grup de persones participen en el Single Weekend, de Vida Singular, al Lluçanès.

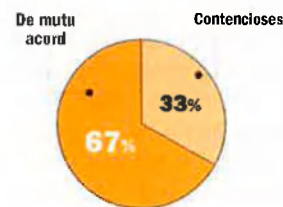


diquen el dret a rebatejar el concepte de soledat, abandonant la paraula solter per reanomenar-se *singles*, ja que la primera “té, en diversos idiomes, clares connotacions negatives, ja que fan referència a la soledat o a la falta de parella [...]”. El terme anglosaxó, en canvi, és més positiu, més proper a ‘independent’”. Les empreses del sector tenen clar, a més, que hi ha dos tipus de persones que acudeixen a les activitats o trobades que organitzen, les que ho fan per voluntat pròpia i les que ho estan per obligació, ja siga perquè han quedat vídues o perquè s’han separat o divorciat. Aquest darrer grup de persones són les que acudeixen a les empreses de *singles* amb més freqüència i solen tenir edats compreses entre els trenta i els cinquanta-cinc anys.

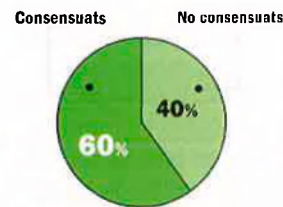
D'altra banda, les dones constitueixen el gruix de la clientela d'aquestes empreses. Mercedes Vila, d'Impar, ho atribueix al fet que aquest tipus d'empreses no respon a les necessitats de la majoria d'homes. Impar “no és una agència matrimonial” i els homes tendeixen a “buscar més una parella”. “Crec que els homes no són tan oberts”, explica Amparo Ferrer, separada i mare de dos fills. “A ells els costa més reconèixer que estan a soles i obrir-se a un cercle de persones que vagen més enllà de les amistats habituals o el cercle familiar”, assegura aquesta valenciana que acaba d'incorporar-se a Impar-València.

El gruix de l'oferta d'Impar, El Mundo del Single, En Company, SingleOcio o Vida Singular són els viatges. En el cas de SingleOcio, empresa creada el setembre del 2005 i que consta d'un registre de 10.000 persones, tracten d'“oferir un producte diferent, a més de les coses habituals, ja siga aconseguint

■ SEPARACIONS EL 2004

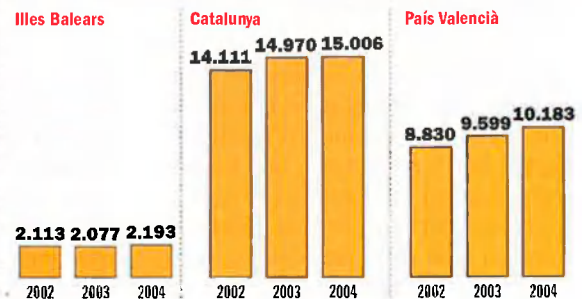


■ DIVORCIS EL 2004

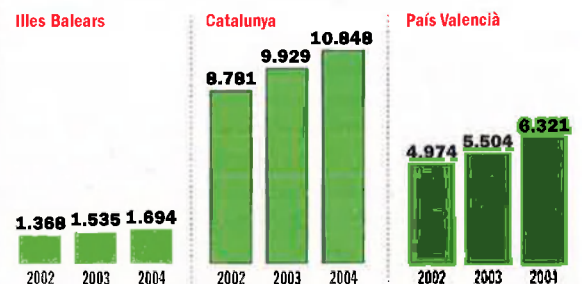


Font: Institut de Política Familiar.

■ EVOLUCIÓ DEL NOMBRE DE SEPARACIONS



■ EVOLUCIÓ DEL NOMBRE DE DIVORCIS



entrades per a la piràmide de Keops si viatgem a Egipte o llogant un catamarà si ens n'anem a Cuba”. Per aconseguir-ho, SingleOcio està consorciada, a més, amb una coneguda empresa de viatges que ha vist en el fenomen single una gallina d'ous d'or. A Vida Singular també els viatges “singulats, dinàmics” representen una part important de la seua activitat. Per Setmana Santa se'n van a Jordània i després visitaran Marràqueix. Aquest mateix cap de setmana, un grup de *singles* se'n van, amb Vida

Singular, a Belianes (Urgell) per gaudir d'un taller sobre el riure i el sentit de l'humor. El viatge estrella, però, per a enguany, no arriba fins al setembre. Es tracta d'un creuer per la Mediterrània que té com a particularitat que els seus 600 passatgers són solters.

'Singles' i pares. Aquestes agències s'han trobat també que, si volien complir amb les expectatives dels seus clients, havien de pensar en la seua realitat. I la realitat deia que una bona part

d'ells són separats o divorciats, amb edats entre trenta-cinc i quaranta-cinc anys i que arrossegaven darrere seu els seus fills i filles. Ha estat en aproximar-se a aquesta realitat quan les empreses han obert un nou camp de negoci: les activitats on participen els pares i mares amb els seus fills i filles. SingleOcio, per exemple, ofereix un viatge a un conegut parc temàtic al mes de juny. O El Mundo del Single, que en la seua secció "Single amb xiquets" dóna la possibilitat de viatjar a Disneyland París per Sant Josep. "El problema amb què ens vam trobar era que algunes persones se sentien com uns paquets pel fet de tindre xiquets", explica Olga Campos, sòcia fundadora de Vida Singular. Per això, la companyia va crear la secció Singular&Co., que ha permès construir un "punt de trobada" per als pares separats i divorciats i que ha aconseguit trencar la barrera que habitualment representa per al desenvolupament particular tenir darrere seu un infant. "Ací, els pares i mares poden conèixer altres pares i mares, i els xiquets, relacionar-se entre ells", explica Campos.

Però no tot són flors i violes quan es parla de les empreses de *singles*. Lluís Flaquer, catedràtic de sociologia de la Universitat Autònoma de Barcelona i director de l'àrea de polítiques familiars de l'Institut d'Infantesa i Món Urbà, recela d'aquest fenomen i recorda que la major part de ruptures matrimonials desencadenen problemes econòmics per als dos cònjuges i els propis fills. Divorcis i separacions es donen cada cop més entre les classes baixes de la societat i això fa difícil pensar que un pare que difícilment pot passar la manutenció del seu fill pugui gaudir d'un Happy Sopar com els de Vida Single o d'un curs de pàdel com el d'El Mundo del Single. Amparo Ferrer, una de les sòcies que ha pagat la quota anual de 200 euros per poder accedir a les activitats que organitza Impar, explica que "és veritat que en els grups d'activitats per a gent d'uns trenta-cinc anys en aquesta empresa hi ha més gent que té limitacions perquè té fills menuts". Ella, com altres, constitueixen una minoria que, amb diner a la mà i un indústria àvida de consumidors potencials ha obert el negoci dels excasats.

Violeta Tena

La frontera



Josep Gifreu

La víctima R4

Per què alts funcionaris del PSOE s'avenen a fer papers tan ingrats com el que ara vol executar l'amiga Carme Caffarel? La directora general de RTVE, nascuda al carrer Villarroel de Barcelona i catalanoparlant, ha anunciat el certificat de defunció de Ràdio 4 de RNE. Ella i el president de la SEPI al·leguen que Ràdio 4, l'única que parla en català entre el munt de canals de la ràdio pública espanyola, no és rendible. Però, és rendible RNE? A part de la rendibilitat econòmica i com que parlem d'un servei públic, té algun sentit encara una anomenada "Radio Nacional de Espana"?

El problema greu, el té RNE. I Ràdio 4 n'és una pura víctima. Víctima de la pèssima gestió que han protagonitzat els successius directors generals i altres directius de l'ens. I víctima de la inhibició de polítics i de governs per trobar no sols una sortida digna als nous reptes de la competència sinó una missió específica i engrescadora per a una ràdio pública, la primera que va parlar en català.

Amiga Caffarel: és de justícia recordar com Ràdio 4 podia haver estat una ràdio pionera també en la devolució a l'espai català d'un instrument fabulós de normalitat lingüística i d'intercanvi comunicatiu i cultural entre tots els territoris del català. No sols ho podia haver estat, és que ja ho va fer durant un (massa breu) temps!

Sí, a final dels vuitanta Ràdio 4 va transformar-se en la primera emissora de ràdio en català amb emissions per a Catalunya, el País Valencià i les Illes Balears. Curiosament, en un estat reconvergit en regnes autonòmics i

amb un espai del català desvertebrat pel mateix invent, una de les poques possibilitats de cobertura legal per a tota l'àrea del català estava –i està encara!– en mans de RTVE i RNE. De fet, Ràdio 4 fou a final dels vuitanta la primera ràdio en català a les Illes i també al País Valencià, al costat de la incipient Canal 9 Ràdio de la RTVV. Malauradament, l'experiència de Ràdio 4 al País Valencià i a les Illes fou clausurada l'agost del 1991 per un director general fill de Castelló. Era Jordi Garcia Candau, el qual també parlava català. Va adduir la mateixa raó que ara l'amiga Caffarel: la necessitat de sanejament del grup.

La darrera oferta de Caffarel de traspasar Ràdio 4 a la CCRTV és patètica. Com ho és fa insinuació de Pasqual Maragall de crear un consorci per gestionar el traspàs. Sembla que tot val per evitar l'única reforma justa que ha d'emprendre RTVE d'una vegada: la reforma estructural del model unitari centralista i l'adequació definitiva a la realitat plurinacional, plurilingüística i pluricultural de l'estat.

