

Dona casada busca...



EL TEMPS
Webs com aquesta han fet reviscolar el debat sobre la infidelitat, justificada i necessària per als uns i considerada com una manera d'enganyar-se per als altres.

El paper social de la dona ha canviat molt aquest darrer segle. Si abans estava relegada a les tasques domèstiques, amb el temps ha anat assolint constants victòries en l'equiparació amb l'home, com ara el dret de vot o la incorporació al món laboral. Però quedava una barrera per trencar, l'adulteri. Històricament, la infidelitat s'ha relacionat sempre amb el sexe masculí. Durant el anys 70 —amb l'aparició de les parelles obertes— es va fer un gran pas cap a l'acceptació social que la infidelitat existeix i no és pas una conducta residual.

Quaranta anys després d'aquella primera *revolució*, l'oferta per a ser infidels s'ha multiplicat. I també hi ha mercat per a les dones. Un cas ben cridaner és el de Victoria Milan, una pàgina web de contactes que va sorgir a Noruega l'octubre passat, i que ha fet el salt a casa nostra. Ofereix discreció absoluta i anonimat. I va adreçada principalment a dones casades o amb una relació estable. L'eslògan de l'empresa, que s'anuncia pels carrers de Barcelona amb grans plafons, és ben cridaner: "Ets casada? Renova la teva passió, tingues una aventura." Alicia Galotti, portaveu de Victoria Milan a

Sexe sense compromís. "Ets casada? Renova la teva passió, tingues una aventura." Aquest és l'eslògan provocador que ha elegit l'empresa noruega Victoria Milan en la seva incursió al mercat de l'estat espanyol.

l'estat espanyol, creu que la moda de parelles obertes no va funcionar fa uns quants anys perquè la gent encara no estava preparada. En canvi, diu, ara les mentalitats ja han evolucionat i ens trobem en un moment de canvi, perquè "la parella monògama és una institució social en crisi des de fa molt de temps". Maria del Carme Banús, directora i fundadora de l'agència de parella estable Samsara, opina que és un problema estès en més àmbits de la

nostra societat, perquè ja no es valora l'esforç: "Com que és difícil de trobar una persona de qui enamorar-se, és més senzill d'enganyar-se i buscar la via més fàcil, la de l'aventura i de les trobades esporàdiques." Segons que diu, en una societat cada vegada més lliure, "sembla que les persones siguin permeables a un gran nombre de programes de televisió que preconitzen les relacions lliures. Això fomenta la idea que si ets infidel ets *cool*".

La infidelitat en femení. Les aventures extramatrimonials són corrents en la nostra societat. No ens hauria de sobtar que hi hagi webs com els de Victoria Milan, destinades prioritàriament a les dones: "Evidentment, les dones també són i han estat infidels. El problema és que fins ara això es negava, s'ocultava", afirma Galotti. A parer seu, ha estat la societat que, impregnada d'un gran masclisme, ha valorat molt més l'adulteri masculí que no el femení. Així i tot, Mati Segura, psicòloga de parella, apunta a una altra raó: "La dona no és tan propensa a la infidelitat purament física. El fet més habitual és la infidelitat afectiva. És a dir, que s'acabi enamorant de l'amant." Per contra, Galotti creu que hi ha parelles que, per motius diversos, senten que la rutina s'ha apoderat de la relació, i un dels dos percep que la seva autoestima és molt baixa: "En aquests casos, una aventura pot ajudar-los a sentir-se valorats. Pot afectar positivament la parella." Però no tothom té el mateix parer. La psicòloga de parella remarca que enganyar mai no és beneficiós, perquè "és molt difícil de continuar en una relació després d'una infidelitat".

Oferta per a casades. La idea de crear la web www.victoriamilan.es va sorgir després d'haver dut a terme diversos estudis de mercat. Es va comprovar que el 40% de les persones que s'apuntaven a les pàgines de contactes convencionals, com ara Meetic.com o Match.com, falsejaven la informació. En general eren homes o dones casats o amb parella estable que afirmaven ser solters. Els creadors de la web van voler "posar fi a aquests enganys i que el joc fos obert", explica la responsable de Victoria Milan a l'estat espanyol. Però aquests enganys no es limitaven

únicament a les pàgines de contactes, sinó que fins i tot a l'agència de parella estable Samsara s'han trobat amb algun cas d'aquests. Com recorda Maria del Carme Banús, hi havia algun home casat que hi acudia per trobar una amant. Si bé puntualitza que “no és gaire habitual entre els nostres clients, perquè no acostumen a tenir dificultats per a seduir, sinó per a trobar una persona amb qui construir una relació de parella estable”.

Sigui com sigui, si el fenomen de la infidelitat existeix, per què s'hauria de negar? “Culturalment, l'ésser humà és més aviat polígam. És completament normal sentir-se atret en un moment o un altre per una altra persona que no sigui la pròpia parella. I no és res més sinó una qüestió química, d'atracció”, afirma Galotti. En canvi, Maria del Carme Banús considera que “l'ésser humà és monògam mentre és feliçment aparellat. El problema és que per a mantenir una relació amb passió, amb intimitat, amb compromís i durant molt de temps, se n'ha de tenir molta cura. I quan ja es té parella, de vegades s'entra en la comoditat de deixar-se estimar i no tenir cura de la relació. És en aquests casos quan apareix la infidelitat”, sentència.

Més fàcil, impossible. Per a les interessades, i interessats, la web de Victoria Milan ho fa fàcil. Un cop registrat, l'usuari pot completar el perfil amb una fotografia per a “augmentar la visibilitat”, és a dir, per a vendre millor el producte. Per tal de conservar l'anonimat, la pàgina disposa d'una eina que difumina les cares. Així mateix, es recomana de no carregar-hi fotografies on es pugui reconèixer fàcilment la identitat de l'usuari, i se suggereix de no posar-hi fotografies massa pujades de to. Una mostra més de la seva voluntat de ser una pàgina de contactes per a tenir aventures, però amb bon gust.

El pas següent és completar un formulari amb les dades i gustos personals, a més del tipus de relació que es vol trobar, per exemple, un *ciberafer*, una relació a curt termini o a llarg termini, etcètera. La web permet de fer cerques per criteris com ara l'edat, l'alçada, el pes o, fins i tot, la distància que separa els futurs amants. Tot és fet per a simplificar al màxim el contacte previ



A la web, de fet, hi ha molts més homes que no pas dones. Hi ha qui creu que la publicitat és una mera estratègia: “Els interessa que hi hagi dones, perquè, si no, no funcionaria”, diu una psicòloga.

a l'aventura. Després només cal trobar un perfil que ens pugui interessar. Per començar a comunicar-se amb els altres usuaris es pot optar per fer una picada d'ullet o enviar un missatge privat. Tanmateix, bo i navegant és fàcil de comprovar que el nombre d'homes inscrits és molt superior al de dones. Alicia Galotti afirma que actualment la diferència no és tan gran i que les previsions són de 300.000 usuaris, un 50% de dones i un 50% d'homes. Per bé que admet que “pot ser que les dones tardin una mica més a entrar-hi”.

En canvi, la psicòloga de parella Mati Segura ho veu més aviat com una estratègia: “Els interessa que hi hagi dones, perquè, si no, no funcionaria.

Crec que potencia la idea que és la dona qui vol tenir l'aventura amb l'home, i el negoci de les pàgines de contactes, tant aquesta com les clàssiques, no és que la gent s'aparelli o s'enamori, sinó ben al contrari: volen que la gent pagui i conegui uns altres usuaris, però sense aconseguir mai l'objectiu desitjat.” Efectivament, l'aventura no és de franc. Inscriure-s'hi costa entre 34,90 euros un sol mes, fins a 164 euros tot un any. Antonio Gala deia que vivim en una societat que dona moltes facilitats per a fer l'amor i molt poques per a enamorar-se. Aquesta web n'és l'exemple perfecte.

Joan Tomàs