

En la infidelidad no hay negocio a largo plazo

- Las agencias que fomentan las aventuras extramatrimoniales han llegado a España en 2011 y, en cierta medida, ponen en peligro la imagen de las agencias serias de búsqueda de pareja estable.
- Las grandes empresas de búsqueda de pareja por internet, intentan alejarse de este tipo de polémica y han firmado un Código de Autorregulación de la Publicidad.

Parece ser que el mandamiento "No desearás a la mujer del prójimo" ha pasado a la historia en nuestro país. Desde principio de año varias empresas pensadas para los infieles han aterrizado en el dominio online ".es" siendo su objetivo ayudar a sus usuarios a mantener relaciones extramatrimoniales. Y dichas páginas no han llegado sin polémica. Al principio, dicha polémica fue provocada, no tanto por la naturaleza del servicio que ofrecían - ayudar a mujeres y hombres casados a cometer infidelidades - sino por la forma que eligieron para anunciarse. Un cartel en plena Gran Vía madrileña mostraba las fotos del Príncipe Charles de Inglaterra, Bill Clinton y el Rey Juan Carlos I y añadía: "¿Qué tienen en común estas realezas?" insinuando que si hubieran utilizado un servicio más discreto para sus aventuras, hubieran podido ahorrarse más de un quebradero de cabeza.

Pocas horas después de colgar el cartel, la empresa fue obligada a retirarlo. Y es que parece ser que anunciar este tipo de actividades no es tan fácil como parece. Antena3, Cuatro y Telecinco se han negado a incluir este tipo de publicidad en prime time. Los códigos morales importan mucho más a la hora de anunciarse que a la hora de redactar los contenidos de algunos programas de televisión. Por eso, no es de extrañar que fuera en nuestro país donde se firmara el primer código de Autorregulación de la publicidad de los servicios de búsqueda de pareja por internet. Según Arantxa Sánchez, Directora de eDarling, una de las empresas firmantes de dicho acuerdo: "**el objetivo que perseguimos con la realización de este Código es afirmar una vez más, que como empresa nos sentimos responsables por el mensaje que transmitimos a los consumidores y la manera en la que lo hacemos, especialmente en lo referente a la de protección de menores y de dignidad de la mujer**".

En internet, no sólo existen empresas que ayudan a uno a ser infiel. También existen aquellas que promueven la búsqueda de pareja estable y alguna de ellas incluye complejos sistemas de control para asegurarse, dentro de lo posible, que las personas casadas no utilicen sus servicios. Su objetivo es diferente al igual que su publicidad: Y así, unas hablan de realezas y otras de parejas "reales".