Se creará una Comisión de supervisión

POR **MOISÉS EGIDO**

Lo que en principio parecía un buen negocio tanto para Telefónica como para las empresas que gestionaban las líeas eróticas del 903 ha acabado en fiasco, incluso en escándalo. La sociedad se ha visto ofendida por el uso que de estos servicios han hecho los menores de edad.

Todo parece indicar que las normas de regulación presentadas por Elena Salgado, secretaria general de Comunicaciones, solucionarán los problemas planteados tanto para los usuarios como para los prestadores del servicio.

En el mes de mayo de 1992 Telefónica ponía en funcionamiento un nuevo servicio de valor añadido o red inteligente: el teléfono 903, que se añadía al ya existente 905. Este tipo de líneas son también llamadas audiotex.

Concretamente, en la línea 903 operaban alrededor de 2000 números gestionados por 80 empresas; en torno a un 20 por ciento eran teléfonos eróticos y de conversaciones múltiples o party line. Un elevado número de familias han puesto el grito en el cielo cuando han recibido la factura del teléfono, que en algunos casos ha superado el millón de pesetas. Las protestas sociales, la opinión pública, la presión de instituciones como el Defensor del Pueblo y el Senado, han obligado a Telefónica a suspender las líneas de los servicios eróticos y de tertulia. Según esta compañía «la suspensión de estas líneas se realiza bajo la exclusiva responsabilidad de Telefónica, en consideración a las circunstancias que concurren en este asunto, en defensa de su imagen y teniendo en cuenta su sensibilidad social como empresa prestadora de un servicio público».

La decisión de suspender los mencionados servicios del 903, -lo cual sucedió el 3 de diciembre de 1992- fue tomada justo el día después de que la Policía comunicara que había desmantelado una empresa en Benalmádena (Málaga) que había montado una red de prostitución a través del 903, y que se estaba investigando en Madrid otra empresa que también, a través de este servicio, tenían montado un sistema de juego presuntamente irregular. Pero además de este tipo de contenidos, existían otros de muy dudosa moralidad, como el de rasgos xenófobos o de tendencia fascista, que, como según comunicó en su momento, Telefónica cerraba también porque «vulneran la conciencia colectiva y la propia

Fundación Telefónica
Telefónica

Constitución».

El oportunismo ha sido una constante en la puesta en marcha del 903; los teléfonos de tertulias han aprovechado el éxito de películas como Cita a ciegas para nombrar a una de sus tertulias, así como la también llamada Sensación de vivir, o la pionera en contenidos eróticos, Eroticón.

1. LA LLAMADA TENÍA UN PRECIO

El precio de estas llamadas era de 60 pesetas el minuto, de las cuales Telefónica se llevaba 38 y la empresa suministradora del servicio 22. Con estas tarifas se llegó a facturar en 10 meses 11.295 millones de pesetas. Telefónica ha ingresado alrededor de las tres cuartas partes de esa facturación, es decir unos 7.500 millones. La mayoría de las familias que se han quejado de este tipo de servicios tienen que pagar facturas que, en muchos casos, superan las 200.000 pesetas. Uno más de los servicios denunciados por las organizaciones de consumidores es el de la narración de cuentos infantiles. La duración del relato de un cuento tipo era de 18 minutos, lo que ha supuesto a los usuarios un gasto mínimo de 1.262 pesetas.

2. A FAVOR Y EN CONTRA

Pero no todos alzan la voz contra este tipo de servicios; existen sectores sociales o una parte de la opinión pública que no están en contra de la línea 903.

Los que están a favor argumentan que estamos en una sociedad de libre mercado y cualquier negocio es lícito mientras no vaya contra el ordenamiento jurídico. Estos resaltan lo cínico del ataque a la línea 903 en su versión erótica y de tertulia al argumentar que por esa misma regla de tres también deberían prohibir la venta de televisores porque muchas de las películas que emiten son eróticas, pero como el hecho de que los niños vean este tipo de películas no supone ningún desembolso económico no se producen quejas y por lo tanto no se han cerrado las tiendas de venta de televisores. Concluyen así que el problema de la línea 903 es de índole económica, no moral como quieren hacernos creer.

Algo que si se le puede reprochar a la Compañía Telefónica es que no haya establecido en su momento un plan de información a los usuarios de los servicios de las líneas 903: contenido del nuevo servicio, diferenciación clara con varios dígitos, coste real que implica el uso de estas líneas, el uso perjudicial para la economía en su utilización por menores, posibilidad de desconexión, etc.

Por ejemplo, Alemania es el país de la CE donde mayor limitación existe a la hora de montar este tipo de líneas. Adjudica las líneas audiotex bajo condiciones estrictas y a empresas que previamente se inscriben en una lista y en una asociación especial. Además, estas empresas deben guardar un código de conducta encaminado a preservar el acceso de los menores a la línea. Todo esto lo han previsto antes de que empezasen a funcionar estos servicios, que precisamente lo han hecho en el mismo momento en que lo hizo España en el mes de mayo.

En el Reino Unido, donde funciona el equivalente del 903 desde 1983, el acceso a los servicios

Fundación Telefónica
Telefónica

está permitido en condiciones especiales y la línea erótica tiene un plan de numeración menos asequible que la línea de los otros servicios.
En Francia cuyo 903 funciona desde 1982 es la Administración la que decide qué contenidos son o no pornográficos.
Por último, en Europa los servicios más importantes de audiotex, cuyos contenidos no son precisamente eróticos, sino de carácter informativo, se encuentran en manos de los grandes grupos de comunicación, como Springer, G+J, Hersant y otros, que además establecen controles a sus contenidos.

3. NO TODO ES SEXO

Según el director general de Sodina (Sociedad de Difusión de Información Auditex), Valere Cardin «el audiotex está siendo ya un poderosísimo medio de relación entre las empresas y los consumidores y viceversa. Es una decisiva herramienta de marketing promocional y del conjunto de la comunicación persuasiva».
Estas líneas pueden usarse como instrumento de desarrollo de marketing y de información. En Europa se usan fundamentalmente en las empresas como un complemento de las campañas de promoción orientadas a los medios de comunicación. En Estados Unidos este sistema se ha desarrollado durante los últimos 20 años y desembocó en Europa vía Inglaterra y después pasó a Francia y se ha utilizado desde su origen como sistema interactivo de información. Las ventajas de este instrumento es que permite una difusión de mensaje a una gran audiencia y en un tiempo récord.

En España se cuenta con una red de 14 millones de teléfonos que pueden ser utilizados como objetivo de las campañas de marketing directo. Este sistema, en otros países se ha sumado a los tradicionales de comunicación, prensa, radio y televisión.
Las compañías discográficas están haciendo un buen uso comercial de este sistema: dan a conocer sus novedades, lo utilizan para conocer el potencial de los artistas frente al público, dan informaciones prácticas, sobre conciertos, reserva de entradas, votaciones de las mejores canciones, contactos entre músicos, etc.
En España empiezan a desarrollarse ya este tipo diferenciado de líneas 903: como las de información general, finanzas, deportes, espectáculos, metereología, humor, carteleras, juegos, concursos, promoción publicitaria, consultorios, deportes, etc.

4. LA REGULACIÓN QUE PERMITIRA UN BUEN SERVICIO

El pasado día 21 de enero la Secretaría General de Comunicaciones dio a conocer las normas que regularán desde el día 1 de febrero todos los servicios que se presten desde el audiotex.
La nueva regulación de audiotex contempla la posibilidad de desconectarse del servicio de este sistema; y se podrá hacer bien de las llamadas líneas eróticas y de tertulia, bien de las de servicios generales o bien de ambas.
Los servicios de audiotex quedarán agrupados a partir de ahora en dos nuevos prefijos que probablemente correspondan a los prefijos 903-3 y 903-1 correspondientes a la líneas eróticas y party line y de carácter general respectivamente.

En la actualidad existen 5 millones de líneas que pueden desconectarse inmediatamente, lo

Fundación Telefónica
Telefónica

que supone, aproximadamente, el 40 por ciento del total de las líneas telefónicas de nuestro país. La desconexión se irá extendiendo al 75 por ciento de los abonados a lo largo de 1993 y al 95 por ciento en 1994, a medida que se vayan digitalizando las líneas telefónicas.

La nueva regulación contempla también la formación de una Comisión que se encargará de establecer la pertenencia a cualquiera de los dos nuevos prefijos. Esta Comisión constará de ocho miembros: cuatro de ellos representarán a la Administración y pertenecerán a los ministerios de Educación y Ciencia, Sanidad y Consumo, Interior y Asuntos Sociales. Otros dos representarán al Consejo de Consumidores y Usuarios, uno más a Telefónica y otro a la asociación de empresas suminitradoras de servicios audiotex. La Comisión elaborará un Código de conducta, al que deberán someterse los prestadores de servicios del 903 como condición previa a la obtención de la licencia administrativa para la concesión del servicio.

El documento regulador limita la duración de las llamadas a 30 minutos en general, excepto para los servicios infantiles, que queda limitada a 10 minutos, aunque siempre existe la posibilidad de repetir la llamada. Otra medida adoptada es la creación de un Fondo de Garantía que se constituirá con el 2 por ciento de la facturación global de Telefónica y las empresas de servicios de audiotex.

Fundación Telefónica
Telefónica