

Les línies 903, l'última moda en serveis telefònics.

Telefons per a tots els gustos

La xarxa 903 de Telefónica té un èxit enorme. Un negoci que no ha fet més que començar. Homes i dones es tornen bojós per a marcar el 903 i sis xifres més per a fer amics, escoltar històries pornogràfiques, saber l'horòscop, o estar al moment en informació esportiva, financera, etc.

Les línies 903 s'estan convertint en tot un fenomen. Des de fa pocs mesos —algunes línies han aparegut els últims dies— hi ha hagut una gran proliferació d'anuncis oferint serveis telefònics. Tots ells tenen una característica comuna: comencen pel número 903 i a continuació un número de sis xifres.

¿QUÈ ÉS LA LÍNIA 903?

En síntesi es tracta d'un número de telèfon que ofereix una informació o un entreteniment de forma ininterrompuda, durant les 24 hores del dia i 365 dies a l'any. El funcionament és d'allò més senzill. S'elegeix el servei, es marca el número i una cinta gravada et dona el que has triat. Existeix una variant, que és l'accés a una multilínia; serveix per a fer amistats. La informació o entreteniment que s'ofereix va des d'informació esportiva, econòmica i borsària, horòscops, informació turística, línies d'amistat i, sobretot, línies *calentes* o eròtiques que són les de més demanda.

La línia 903 sorgeix quan Telefónica Servicios, empresa filial de Telefónica, ofereix una xarxa de telèfon especial. Una línia pensada per a un nou servei: bancs de dades de via telefònica amb possibilitat d'accés múltiple.

El que fa Telefónica és llogar a empreses paquets de línies (cada paquet són trenta línies). L'empresa ofereix als ciutadans el seu servei. Una part del cost —que paga la persona que telefona— reverteix en l'empresa (un 40%, aproximadament) i la resta a Telefónica. Per a Telefónica, un negoci rodó. Per a les empreses, també.

UN NEGOCI EXCEL·LENT

En aquest moment, segons informacions facilitades pel gabinet de premsa de



Telefònica, només hi ha cinc empreses –una de les quals comença a treballar el pròxim juny– de “serveis 903”. Atès que Telefònica no pogué precisar el cost i els beneficis, una d'aquestes empreses va haver d'informar a EL TEMPS.

Segons aquesta font, el cost de lloguer a Telefònica d'un sol paquet (30 línies) és de 1.300.000 pessetes d'entrada més 120.000 pessetes mensuals. Cada número de telèfon costa –donar-lo d'alta– 40.000 pessetes i 15.000 pessetes mensuals. A més, Telefònica es queda amb 37,6 pessetes de les 57,6 pessetes que costa un minut de telèfon 903.

Segons aquesta font, una empresa ha de comptar amb un cost aproximat d'uns 50 milions per a muntar una línia 903. “A pesar de la inversió, no s'ha dubtat que és un bon negoci”.

Segons una empresa que té una línia eròtica, la mitjana de telefonades per dia és de 17.500. Un directiu d'una empresa que no es dedica a res eròtic, sinó a informació diversa adreçada a professionals, confessa: “El volum que nosaltres estem preparats per a rebre és de 250.000 telefonades cada dia. La nostra empresa a Londres té un volum de negoci d'uns 2.000 milions de pessetes anuals; aques-

tes xifres poden donar una idea de la importància d'aquest tipus de negoci”.

De les cinc empreses amb què hem establert contacte, dues són de Madrid, una de Lleó, una de València i una altra de Barcelona.

A Madrid existeix Audiotex. És una empresa amb participació de Telefònica –mitjançant Telefónica Servicios– amb un 51% de les accions. La resta, el 49%, és de Teleholding, d'Amsterdam. Ofereixen dos serveis: el *party line* i el telehoròscop. El primer ha introduït a l'estat espanyol un nou divertiment: es tracta d'una multilínia que permet l'accés a 10 telefonades cada hora. Es ven com a una forma de “fer amics”. Les converses són a moltes veus, si bé cal la possibilitat de passar, una vegada s'ha fet el contacte amb la persona que es desitja, a una línia privada. Segons persones que l'han utilitzada, els seus usuaris solen ser adolescents, amb un to de franca amistat. De nit, la història és una altra, i les converses solen tenir un altre to, bastant més *picant*. El *party-line* té el número 903-333333. La comunicació no és fàcil, les línies estan saturades pràcticament tot el dia. A més de les dues esmentades, Audiotex té una línia, Telefinanzas (903-333111), en col·laboració amb el periòdic *Cinco Días*, que ofereix informació econòmica. L'accés a aquest 903 és fàcil, a la primera ho aconseguixes.

També de Madrid és Teleinfo, una empresa que, de moment, només ofereix informació esportiva i l'horòscop. Un dels seus responsables, Ángel Durán, va declarar: “Tenim nous serveis en projecte a curt termini, però no et puc donar detalls per no donar pistes a la competència”. Aquesta frase és comuna a totes les empreses. Sembla que la competència és ferotge.

A Barcelona s'ha fundat A.I.A. (Anglo-Ibèrica de Audiotex). El seu directiu, Xavier Jané, explica que la seva oferta serà –comencen el juny– bàsicament informativa: esports, meteorologia, finances, també horòscops... “Es tractarà d'una línia amb informació al segon, permanentment renovada. La fem en col·laboració amb diversos mitjans de comunicació”.

A València existeix Estiesa, una empresa molt recent. Des de fa uns dies ofereix una línia eròtica, el Sexófono (903-321111), i té previst nous serveis com una línia d'amistat, Amistófono, una de teleconferències i una altra d'informació turística en col·laboració amb algunes comunitats autònomes, segons manifesta-



El 903, un bon negoci

El vertader allau de línies 903 amb històries eròtiques, o pornogràfiques, és la continuació –versió noves tecnologies telefòniques– dels tradicionals “telèfons del sexe”. Aquests, que encara existeixen i tenen bastant d'èxit, ofereixen una conversa amb una al·lota. No són “enllaunats” com els del 903. Però no són tan reservats. El pagament se sol realitzar a través de targeta de crèdit i, per tant, l'anonimat no està garantit. El 903 el garanteix, per poc temps. A les factures de telèfon, Telefònica ben aviat informarà a l'usuari de quins són els serveis que li ha cobrat. Lògicament hi apareixeran els “serveis especials” del 903. Convé saber-ho perquè si el “parent” o “parenta” no està al tant dels nostres petits vicis telefònics, quan arribi la factura podem tenir algun disgust. Ara bé, sempre es podrà dir que hem telefonat a Telefinanzas per a saber

com va la borsa. I així es queda bé.

De tota manera, és millor el 903 que no les línies internacionals. Si més no per a l'economia domèstica. Aquestes línies eròtiques –de Hong Kong, Gibraltar, Austràlia i els EUA– costen, segons els anuncis, unes 500 pessetes per minut. Unes deu vegades més que el 903.

El que és clar és el gran negoci que representa el 903 eròtic. Si Passion-line té una mitjana de 17.500 telefonades per dia, ocupant un 80% de les 24 hores, i d'acord amb les dades econòmiques que es donen en el reportatge, és fàcil fer números. Si l'empresa s'emporta 20 pessetes per minut, i té 30 línies, els ingressos serien d'un 750.000 pessetes per dia. No està gens malament.

Un negoci com aquest es basa en la renovació constant. Passion-line renova cada cinc dies les històries. Cadascuna

SOLO PARA ADULTOS

24 horas al día

EL EROTICON

903 - 38 69 69

Cuentos eróticos
tremendamente pícaros
y excitantes.

YA
EN NUESTRO PAIS

Coste de la llamada 4,8 Ptas.
cada 5 segundos
3,25 Ptas. noches y fin de semana.



d'elles té uns 3 minuts i mig de durada, per als homes, i uns 4 ó 4 i mig per a les dones.

Si les eròtiques són un negoci, no ho són menys les altres línies. En realitat tot aquest sector és, potencialment, un dels millors negocis que es poden fer actualment. “Si el

producte és bo, interessa, no és car per al consumidor i s'utilitzarà molt”, diu un empresari. El 903 no ha fet més que començar. Cada empresa dona la informació reservadament. La competència és forta. I els milions a guanyar, molts.

M. P.

cions fetes pel senyor Lázaro Tejedor, un dels seus directius.

A Lleó treballa Telalínea, que ofereix únicament un servei. Es tracta de Passion-line (903-306090). Com el seu nom permet suposar és una línia eròtica. Segons Cristina Vailanti, una de les persones responsables, el gran èxit que ha tingut fa que ben aviat ampliïn amb noves ofertes, i això que funcionen només des del passat dia 4 de maig.

L'ÈXIT DE LES LÍNIES CALENTES

Des de la implantació del 903, les línies calentes tenen un èxit increïble. Pràcticament és impossible accedir a elles, estan comunicant contínuament. N'hi ha tres, de línies 903 eròtiques. Les dues ja citades, Passion-line i Sexófono, més una tercera, L'Eroticón (903-386969), que cap de les cinc empreses reconeix com a pròpia. L'única pista és la signatura Tele-Hot, que apareix en els anuncis, però que ningú sap en concret de qui es tracta, ni tan sols els serveis de premsa de Telefònica.

Com ja s'ha dit, Passion-line reconeix que té una mitjana de 17.500 telefonades per dia, el que significa una ocupació del 80% durant les 24 hores del dia. ¿A què és degut tant d'èxit? Algunes fonts es mostren escèptiques sobre la continuïtat del fenomen. “Es la novetat –explica un empresari del 903 no eròtic– i són negocis pensats per a guanyar molts doblers en poc temps; crec que d'aquí a un o dos anys, aquestes línies no seran rendibles, o al menys no hi haurà tantes telefonades com per aguantar l'allau de línies eròtiques que vendrà”.

Cristina Vailanti, de Telalínea, n'explica l'èxit des d'una altra perspectiva: “El que passa és que aquestes línies permeten amb una total intimitat i reserva tenir accés a una vessant de l'erotisme que fins ara no era possible. Existien, sí, les línies eròtiques que has de pagar amb targetes de crèdit, però no tenen intimitat. O existien també les eròtiques internacionals que resulten enormement cares. Amb el 903 hi ha una intimitat total. Nosaltres pensam que el nostre èxit és que oferim un producte de classe, ben fet i, també,

per primera vegada crec que a tot el món, oferim erotisme per a dones. Nosaltres tenim històries per a homes i per a dones, amb guions fets a posta. La dona, a l'estat espanyol, no ha tengut tradicionalment accés a l'erotisme. Ara, amb Passion-line, això ha canviat. Un 40% de les telefonades elegeixen les històries per a dones. Oferim un sistema de selecció molt simple: quan s'ha fet la comunicació una veu enregistrada et diu que si vols una història per a homes has de marcar el número 3 i si és per a dones el número 2. Total intimitat. No és necessari dir una sola paraula”.

Altres fonts suggereixen que, a més dels normals curiosos per a saber de què es tracta, l'èxit d'aquestes línies s'explica, en part, “també per la gran quantitat de persones que hi troben una forma de satisfer, en certa manera, les fantasies sexuals que no han pogut realitzar mai”.

En qualsevol cas, el cert és que Telefònica té, en aquestes línies, un negoci molt important.

Miquel Payeras