

Con este mismo título de "El consumidor y las nuevas tecnologías" tuvo lugar en Madrid hace unos meses un Encuentro organizado por el Instituto Nacional de Consumo(1) que tenía como objetivo estudiar las posibilidades y peligros potenciales para la sociedad de las Nuevas Tecnologías. Este Encuentro que fue el primero con tales objetivos referidos específicamente a los consumidores, puso de relieve, por una parte, la carencia de investigadores sobre las NTI teniendo en cuenta los problemas del consumidor; y por otra un cierto retraso de las asociaciones de consumidores en España en incorporar el tema tecnológico a sus preocupaciones y trabajos. Los resultados de este encuentro fueron el de impulsar el interés sobre estos temas entre aquéllas; y el dar a conocer el comienzo de una investigación sobre "Nuevas Tecnologías y Consumidor" en España, de la que hablaremos posteriormente.

En nuestra opinión, es cada día más necesario introducir un cambio cualitativo en el sistema tecnológico dominante, sobre todo si pretendemos evitar determi-



Orlando Carreño. Investigador del CSIC y miembro de la Unión de Consumidores de España (UCE).



José Antonio Díaz. Sociólogo. Departamento de Prospectiva y Planificación Estratégica de FUNDESCO.

El consumidor y las Nuevas Tecnologías

Texto: Orlando Carreño y José Antonio Díaz

nados efectos negativos, desde el punto de vista social, como consecuencia de la aplicación de determinadas tecnologías. No se trata tanto de "controlar" el proceso de cambio tecnológico, lo cual resultaría quizá imposible, como de propiciar una tecnología que satisfaga las necesidades del usuario.

Una posible fórmula de potenciar las aplicaciones positivas de las Nuevas Tecnologías sería mediante la participación de todos los agentes sociales implicados en el proceso de innovación tecnológica. Así, en este artículo, vamos a poner más énfasis en la conveniencia de la participación de los consumidores y el estudio de las investigaciones y trabajos realizados por las asociaciones de consumidores en el marco comunitario, las cuales han manifestado repetidamente su deseo de que se les tenga en cuenta en aquellos temas que puedan afectar al consumidor. Estas asociaciones de consumidores se han apercebido en los últimos años de las posibilidades y los peligros de la introducción de Nuevas Tecnologías. Los estudios que vienen realizando demuestran que las Tecnologías modernas pueden ser un instrumento muy beneficioso desde el punto de vista del consumidor, pero al mismo tiempo ponen de relieve los peligros inherentes a un uso inadecuado de las mismas. Las asociaciones de consumidores pueden ser, en nuestra opinión, una pieza clave para conseguir una tecnología más eficaz, aceptable socialmente.

De acuerdo con lo indicado, desde nuestro punto de vista, la participación del consumidor en el proceso de innovación tecnológica hay que considerarla en una doble perspectiva.

- Las asociaciones de consumidores tienen un gran interés en aportar criterios de mejoramiento de las N.T.I., y fomentar formas positivas de introducir las mismas en la sociedad.

Aunque la problemática sobre las Nuevas Tecnologías es relativamente nueva, ya hemos indicado que desde hace unos años las asociaciones de consumidores han venido realizando estudios para determinar las consecuencias sociales de tales Tecnologías, para evitar en la medida de lo posible los efectos negativos. De esta forma esperan contribuir a desarrollar una Tecnología más útil, que haya tenido en cuenta "la perspectiva del consumidor", cuando esto ciertamente puede ser determinante para conseguir un tipo de Tecnología más adecuada o adaptada a las necesidades del receptor o usuario.

Por otra parte, en este punto del rol social de las asociaciones de consumidores, hay que mencionar que en el área geográfica que estudiamos, Europa, está ampliamente asumido, el derecho de los consumidores a participar en el proceso de cambio tecnológico dominante. Surge así, por el lado de estas asociaciones, la defensa de unos "nuevos derechos del consumidor" en relación con las nuevas Tecnologías, especialmente Nuevas Tecnologías de la Información, que marcan la pauta de sus preocupaciones actuales en este tema. Así, en la medida que las Tecnologías de la Información producen cambios en las condiciones de vida, las asociaciones de consumidores(2) reclaman el desarrollo de nuevos derechos, como el de la protección de la privacidad, el desarrollo ergonómico de la tecnología desde el punto de vista físico y psíquico, la implantación de sistemas informáticos seguros y fiables, instauración de programas de evaluación tecnológica, participación de las asociaciones en el diseño de nuevos sistemas, descentralización de las comunicaciones, entre otros.

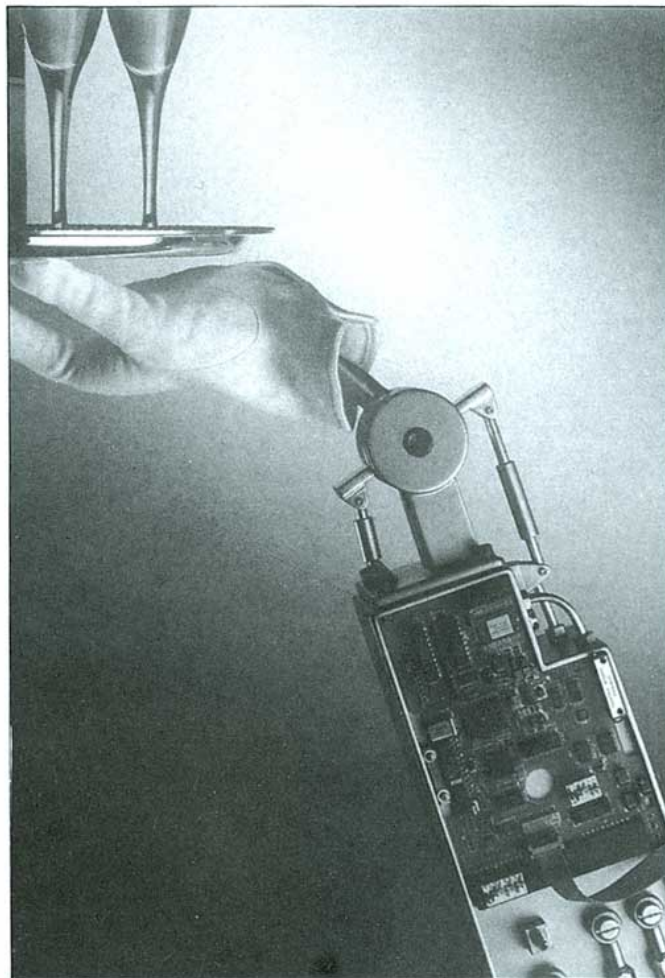
- Por otra parte, desde el punto de vista de otros agentes sociales, como industrias, empresas e institu-

ciones públicas, sería igualmente necesario y útil recabar la participación de los consumidores, por cuanto con este tipo de acciones se evitarían posibles errores en la implantación de las NTI, así como se podrían evitar posibles rechazos sociales hacia determinadas aplicaciones. En definitiva partimos de la base de que existe una interacción fuerte entre la innovación tecnológica y la respuesta de los usuarios de las Nuevas Tecnologías. Por ello, la clave de la difusión social de éstas está en el grado de implicación de productores, intermediarios y consumidores en el proceso de cambio tecnológico, y del grado de convergencia de sus necesidades. De esta interacción pueden y deben surgir nuevas aplicaciones tecnológicas orientadas a satisfacer las necesidades de los consumidores.

En la actualidad, y apoyándose en esta filosofía, distintos organismos europeos han desarrollado programas de investigación sobre NTI y Consumidor, lo que puede contribuir en gran medida al mejor entendimiento de los efectos sociales de la revolución tecnológica dominante.

LAS LINEAS DE INVESTIGACION

Como ya hemos indicado, las organizaciones de los consumidores en el marco de la Comunidad Europea han ido incorporando a sus planteamientos y demandas la problemática de las Nuevas Tecnologías de la Información. Este proceso tiene un arranque bastante reciente, puesto que los estudios, informes y experiencias sobre Tecnologías de la Información realizados por estas asociaciones comienzan a principios de esta década de los ochenta. En esta labor se han distinguido las organizaciones de consumidores de los países más avanzados, como Inglaterra, Francia, República Federal Alemana, Holanda y Bélgica.



“
Las asociaciones
de consumidores
han ido
incorporando
a sus
planteamientos
y demandas la
problemática
de las NTI.
”

De dicho proceso destacaríamos dos hechos:

Por un lado, esta preocupación por el estudio del impacto e introducción de las Nuevas Tecnologías se ha manifestado antes en los países más desarrollados de la Europa comunitaria. Y, por otro, ha empujado a su realización, en estos países, el hecho de que han sido aquellos donde las Nuevas Tecnologías de la Información y sus aplicaciones comenzaron a ser introducidas y extendidas en el entorno de la vida cotidiana de los consumidores, con una mayor penetración en el hogar. Así ha ocurrido en cuanto al ordenador “doméstico”, los sistemas videotex, la televisión por cable y por satélite, las bases de datos, la transferencia electrónica de fondos, telecompra, etc.

Una primera aproximación al estudio de las investigaciones sobre Nuevas Tecnologías de Información en relación con los consumidores, en los límites geográficos y temporales señalados anteriormente podría establecer la siguiente distinción:

- Investigaciones realizadas por las propias asociaciones de consumidores de cada país; e investigaciones llevadas a cabo por grandes organizaciones de consumidores de dimensión internacional, como la Organización Internacional de Uniones de Consumidores (IOCU) y la Oficina Europea de las Uniones de Consumidores (BEUC).

- Y las investigaciones realizadas por instituciones y organismos internacionales, como las Comunidades Europeas, Consejo de Europa, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), etc.

En el primer caso, han sido organizaciones de Inglaterra las que han comenzado a realizar investigaciones centradas en el estudio del videotex, la televisión por cable y satélite, microordenadores, y sus repercusiones sobre usuarios y consumidores. La “Consumers Association” llevó a cabo, por ejemplo, la investigación “Televisión por satélite y cable: perspectivas para los consumidores” (1982). Y, a su vez, el “National Consumer Council” realizó los estudios: “La utilización del Prestel: punto de vista del consumidor” (1982); y “Sistemas por cable y servicios” (1985).

Un ejemplo de cooperación entre asociaciones de consumidores de varios países, en el estudio del videotex y sus posibilidades de uso por parte de las mismas tuvo lugar con la publicación del “A Beginner’s Guide to Videotex”, en 1984, resultado de las experiencias y esfuerzos conjuntos de “Consumers Association”, “Stiftung Warentest” (República Federal Alema-

na) y "Association des Consommateurs" (Bélgica).

Ha sido precisamente el videotex el medio que ha recibido mayor atención por parte de las asociaciones de consumidores con estudios y experiencias prácticas de utilización. El videotex, como servicio interactivo, ha sido considerado muy útil para facilitar información y servicios telemáticos a los consumidores; por ejemplo la "Consumers Association" fue uno de los primeros proveedores de información para el sistema británico de videotex, "Prestel", estableciendo bases de datos con incorporación de resultados de análisis, ensayos e información de interés para los usuarios y consumidores. A su vez, el "National Consumer Council" sería sub-proveedor de información, con tres bases de datos para el consumidor.

El estudio "La sociedad de la información: una estrategia para los consumidores" constituye una referencia necesaria en cuanto a las investigaciones sobre Nuevas Tecnologías de la Información y consumidores; presentado al Congreso de la IOCU, celebrado en Bangkok, en 1984, y adoptado por ésta como línea de trabajo e investigación. Este estudio fue realizado por el "Grupo de Trabajo de Nuevas Tecnologías de la Información y Consumidores" de la IOCU. Este Grupo realizaría un valioso trabajo de estudio e investigación, desde su primera reunión, en octubre de 1982. Dicho Informe se caracterizaba por presentar, por primera vez, con un planteamiento global, una estrategia para los consumidores en el terreno de las NTI. Se presentan en este Informe las principales posiciones y enfoques, desde el punto de vista de los consumidores, ante los cambios tecnológicos y el avance hacia la sociedad de la información en los países más desarrollados. Se abordan diferentes aspectos, como los efectos de las Nuevas Tec-



nologías, la regulación de las mismas, la cuestión de la privacidad, las repercusiones culturales, la publicidad en la televisión por satélite, el sistema videotex, la transferencia electrónica de fondos, etc. Igualmente se plantean las ventajas y riesgos de las Nuevas Tecnologías, subrayando que "constituiría un error para las organizaciones de consumidores el tratar de frenar el desarrollo de las Tecnologías de Información, así como convertirse en un encendido propagandista de las mismas. Las Nuevas Tecnologías existen en rápido cambio y complejas formas. Constituye un deber para las organizaciones de consumidores tratar de maximizar sus ventajas, y reducir sus desventajas".

En este primer punto sobre investigaciones realizadas por las propias asociaciones de consumidores, adquiere especial relieve la labor realizada por la IOCU y BEUC. Estas han llevado a cabo distintos trabajos de investigación, que han sido realizados: por su propio lado; en forma conjunta; en relación con las Comunidades Europeas, Consejo de Europa, etc. Citemos, por

ejemplo, la investigación de la BEUC "El consumidor y los sistemas videotex", presentada como Informe al Consejo de Europa en 1984. También de la BEUC: "Las consecuencias de la televisión por satélite y por cable sobre la publicidad televisada", realizada en 1983 para la Comisión de las Comunidades Europeas. Con ellas se pone de manifiesto el interés por el videotex y sus posibilidades de información, y la preocupación por las nuevas formas que adopta la publicidad —en un marco cada vez más amplio— con la televisión transnacional y por cable. Y se advierte, asimismo, el interés creciente que tienen instituciones y organismos de la Comunidad Europea por conocer el punto de vista y las opiniones de los consumidores y sus organizaciones, en cuanto a las tecnologías de información y nuevos servicios.

Además de los indicados, el Grupo de Trabajo de "NTI y Consumidores" de la IOCU ha elaborado otros estudios e investigaciones, como el impacto de los ordenadores en el hogar; el uso potencial de satélites y otras tecnologías como fuente de información en el Tercer Mundo; la publicidad y los nuevos medios; bases de datos; telecompra, transferencia electrónica de fondos; televisión por satélite y cable; videotex; etc. Ha elaborado, también, trabajos en que se plantean nuevos derechos para el consumidor ante los cambios tecnológicos y las modificaciones en la vida cotidiana.

Por parte de la IOCU se está elaborando un "Consumer Handbook on Information Technology" que recoja las experiencias y puntos de vista de organizaciones de consumidores de todo el mundo en NTI. En síntesis, se trata de presentar la experiencia de las organizaciones de consumidores en dos aspectos básicos: en cuanto a utilización de las NTI en su propio trabajo y actividad, con sus resultados positivos

“
Constituiría un
error frenar el
desarrollo de
las NTI o
convertirse en
un encendido
propagandista
de las mismas.

y negativos; y respecto a la influencia y participación que hayan podido ejercer las organizaciones de consumidores en las políticas de comunicación y Nuevas Tecnologías de Información de sus respectivos países. Hasta el momento se han recogido las experiencias en países como Inglaterra, Alemania Federal, Estados Unidos, Holanda, Japón, India, Bélgica, España, Dinamarca, Finlandia, Suecia, Canadá, Suecia, etc.

Mucho más reciente es el Congreso de la IOCU, celebrado este mes de Septiembre en Madrid, en donde han tenido lugar dos reuniones sobre Tecnologías de la Información, con amplia participación internacional. En estas reuniones se ha decidido la publicación del "Consumer Handbook on Information Technology". También se han marcado las áreas prioritarias de investigación en el futuro, consistentes en: utilización de las NTI por las organizaciones de consumidores; protección de datos; efectos sociales y económicos de las NTI sobre los consumidores; Nuevas Tecnologías de Información en los países en desarrollo.

Un rasgo general de la investigación en NTI es el de su desarrollo desigual, debido al mayor número de trabajos y experiencias realizadas en los países más avanzados; y eso a pesar de las dificultades económicas con que tropiezan las asociaciones de consumidores para realizar investigaciones, evaluaciones y experimentaciones. Las investigaciones realizadas hasta ahora han sido, no obstante, escasas, y sus resultados no siempre bien difundidos entre otras organizaciones de consumidores. Por lo general, estas investigaciones han sido publicadas en forma de informes o folletos de reducida tirada. Además, son muy escasos los expertos en Comunicación y Tecnologías de la Información que se han incorporado a la actividad de



“
Las asociaciones
de consumidores
han tenido un
peso pequeño
en el desarrollo
de las políticas
tecnológicas
de nuestro país.
”

las organizaciones de consumidores. En éstas, si bien existe la comprensión del interés y de los cambios que suponen los desarrollos tecnológicos para los consumidores, de hecho, en la práctica, el conjunto de las prioridades se dirigen hacia otros aspectos del consumo. La temática de las investigaciones y trabajos efectuados se centra fundamentalmente en el estudio de las Tecnologías que afectan a los consumidores en su vida cotidiana: "Hogar electrónico", impacto de los ordenadores, servicios telemáticos, televisión por cable y satélite, bases de datos, desequilibrios entre países, efectos culturales, sociales y económicos de las NTI. Todos éstos constituyen, junto con los temas ya señalados anteriormente los objetivos de la investigación por parte de las organizaciones de consumidores en el plano internacional; con un objetivo claro, la de mejorar su información, utilizar las nuevas posibilidades, influir en las políticas de Comunicación y Tecnologías de la Información, y defender los derechos de los consumidores en las nuevas y cambiantes situaciones.

En cuanto a las investigaciones realizadas por otras instituciones y organismos hay que mencionar algunas de ámbito europeo que van teniendo cada vez más en cuenta, en sus investigaciones y planteamientos, los puntos de vista de los consumidores y de sus organizaciones. Las Comunidades Europeas —en diferentes Direcciones Generales—, el Consejo de Europa, la OCDE, cuentan con trabajos y publicaciones sobre Tecnologías de la Información que consideran esa perspectiva. La Confederación Europea de Sindicatos aborda desde hace años el estudio de las NTI en su incidencia socio-laboral.

Se pueden señalar dos características en las investigaciones realizadas por estas instituciones; una, la de pedir directamente el punto de vista de las organizaciones de consumidores, en forma de informes, estudios específicos, trabajos conjuntos. Este es el caso de investigaciones como la ya citada de "Televisión directa por satélite y consumidor", llevada a cabo por la IOCU y BEUC. Otra, es la de incluir el punto de vista de los consumidores mediante "workshops", consultas, etc., en diferentes investigaciones. Se pueden señalar investigaciones de mucho interés, como la realizada por la OCDE: "La incidencia de las Nuevas Tecnologías Informáticas sobre la información de los consumidores: los sistemas de videotext interactivos; y un gran número de las realizadas en el programa comunitario FAST (I y II). Del programa FAST, citemos a título de ejemplo las siguientes: "Temática en una perspectiva del consumidor"; "Tecnología y cambio en la distribución de servicios a los hogares"; "Experimentos sociales con Tecnología de la Información".

En nuestra opinión, se va consolidando en los países comunitarios la tendencia a considerar el punto de vista de los consumidores en los

temas de política tecnológica. Por otra parte, existe el hecho de que incluso una innovación tecnológica que sea económicamente rentable puede retrasarse o ser rechazada de no haber demanda por parte de los posibles usuarios. De ahí que en los programas de investigación comunitarios se tengan en cuenta en mayor medida a los consumidores y su opinión.

Las principales investigaciones realizadas por estos organismos se han orientado al estudio de los nuevos medios y servicios; los cambios en el hogar, en la alimentación, la educación, las formas de información, etc. Temas de investigación como: "hogar electrónico"; telecompra; correo electrónico; "nuevos servicios bancarios"; televisión por cable y satélite; teletrabajo. Un conjunto de investigaciones ya realizadas, o en curso, que resultan significativas, pero que no varía la gran desproporción existente entre la enorme inversión en desarrollos tecnológicos y la escasa inversión dedicada a evaluaciones sociales, estudio de impactos y experimentaciones sociales.

LA SITUACION EN ESPAÑA

En nuestro país, las asociaciones de consumidores no cuentan aún con la experiencia en NTI de organizaciones como las de Inglaterra, Estados Unidos, República Federal Alemana u Holanda. Factores como el menor desarrollo de las organizaciones de consumidores, y el mayor retraso en el desarrollo de las Tecnologías de Información —comparando con los países más avanzados—, en la vida cotidiana de los consumidores, han dado lugar que la problemática de las Tecnologías de la Información no esté asumida, en la práctica, por la generalidad de las organizaciones de consumidores.

Nuevos medios, Tecnologías y aplicaciones, como la

televisión por cable, videotex, bases de datos, telecompra, televisión por satélite, correo electrónico, etc., de gran interés para los consumidores, aún tienen un incipiente nivel de penetración en el hogar en nuestro país. Esto afecta, sin duda, a la investigación en torno a Nuevas Tecnologías y consumidor. No obstante, cabe mencionar iniciativas interesantes que se están desarrollando en nuestro país, como una investigación que sin duda será en embrión de nuevos estudios por parte de otros organismos y organizaciones de consumidores. La investigación "Nuevas Tecnologías y Consumidor", que ha sido emprendida en base a un Convenio entre el Instituto Nacional del Consumo, FUNDESCO y Consejo Superior de Investigaciones Científicas, pretende analizar la incidencia de las NTI sobre los consumidores en la sociedad española. Se lleva a cabo en cuatro ámbitos: Educación Hogar, Alimentación y Sanidad. En esta investigación se plantea la realización de una encuesta nacional, la organización de paneles de expertos, "workshops", y la participación de los consumidores y sus organizaciones.

Por otra parte, hay que mencionar el Primer Encuentro "El Consumidor y las Nuevas Tecnologías", al que hemos hecho referencia al principio de este artículo, y que se celebró en Madrid, organizado por el Instituto Nacional de Consumo. En el Congreso se abordaron distintas áreas relacionadas con el tema que estamos planteando, como los servicios telemáticos, derechos de los consumidores, educación, sanidad, trabajo y alimentación. Participaron en él representantes de varias organizaciones de consumidores de España, así como especialistas españoles y extranjeros en las distintas materias consideradas. Y, sobre todo, en lo que aquí respecta, sirvió de impulso a la citada investigación, con la

intervención de representantes de las instituciones implicadas en la investigación: Instituto Nacional del Consumo, CSIC y FUNDESCO.

Para finalizar, nos referiremos al Congreso mundial de la IOCU, en Madrid, celebrado este mes de Septiembre, dando la oportunidad a las asociaciones, instituciones, grupos de consumidores y organizaciones afines, de que discutan los principales problemas que afectan a los consumidores y sus posibles estrategias de acción. Con dos seminarios sobre NTI y consumidores, que ha servido para impulsar este tipo de investigaciones en nuestro país. La Unión de Consumidores de España (UCE), presentó una ponencia y quedó integrada en el Grupo de NTI de la IOCU, que estableció las cuatro áreas prioritarias de investigación ya mencionadas. El intercambio de información y la cooperación en el plano internacional con otras organizaciones de consumidores, va a hacer posible el desarrollo de los trabajos de investigación por parte de las asociaciones de consumidores españoles. El éxito de estas iniciativas dependerá de la capacidad de organización y movilización de las propias organizaciones de consumidores, el interés puesto en la formación de grupos de trabajo en Tecnologías de la Información: así como el establecimiento de un programa de estudios, informes e investigaciones sobre los problemas que plantean a los consumidores las NTI. Temas que ya existen en el resto de los países de la Comunidad Europea, y que necesitan de un gran desarrollo en nuestro país.

CONSIDERACIONES FINALES

Hasta ahora, las asociaciones de consumidores han tenido un peso relativamente pequeño en el desarrollo y aplicación de las políticas tecnológicas de nuestro país.

Sin embargo, hay razones que aconsejan un cambio sustancial en esta situación por cuanto el consumidor es una de las partes implicadas en todo el proceso de transformación tecnológica; como ya está ocurriendo en otros países europeos.

En España, se hace cada día más necesario conocer la situación de las Nuevas Tecnologías en los distintos ámbitos sociales, como el educativo, sanitario, alimentación o el equipamiento tecnológico de los hogares españoles, su penetración y utilización. Habría que evaluar igualmente los efectos negativos y positivos de la innovación tecnológica, y sobre todo las tendencias futuras, a fin de conseguir una Tecnología que satisfaga las necesidades sociales; toda vez que en los próximos años se prevé un crecimiento sustancial del equipamiento tecnológico, lo que puede tener importantes consecuencias en la vida cotidiana de los españoles. De los estudios actuales sobre los posibles efectos de la innovación tecnológica depende en buena medida el conseguir que las NTI contribuyan a elevar la calidad de vida y el bienestar social. La información a los agentes sociales, considerando a los consumidores, y su participación en el proceso de innovación tecnológica, ha de ser un factor favorable para la introducción de las Nuevas Tecnologías en las mejores condiciones, y la forma más adecuada de evitar los riesgos inherentes a todo proceso de transformación como el que vivimos.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS

(1) El consumidor y las nuevas tecnologías. Ministerio de Sanidad y Consumo. Madrid 9 al 13 de Octubre de 1986.

(2) JORN RARN. "Proposal for a World Consumer Information Technology Program". Danish Consumer Council, IOCU, 1986.