



La piratería cayó un 3 % el año pasado y crece el consumo legal

La piratería en España cayó un 3 % el año pasado a la vez que aumentó el consumo legal de contenidos de cine, música, videojuegos y libros, según el informe del Observatorio de la Piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales, presentado hoy.

En total en 2018 se accedió a 4.348 millones de contenidos ilegales, lo que representa una disminución del 3 % respecto a 2017. La caída acumulada desde el 2015 es del 12 %.

Con todo, el perjuicio económico que causó al sector el año pasado sumó 2.188 millones de euros, según estimaciones incluidas en este informe elaborado por la Coalición de Creadores, en la que están representados los gestores de derechos de propiedad intelectual.

Esa estimación sobre el lucro cesante aumenta respecto a los 1.900 millones de

euros del año pasado debido a que se incluyen por primera vez en el cálculo la prensa digital y partituras y a que ha aumentado el valor de los productos pirateados, ha explicado la presidenta de la coalición, Carlota Navarrete, en rueda de prensa.

Se calcula que por ello las arcas públicas han dejado de ingresar 638 millones de euros en IVA, IRPF y Seguridad Social -suponiendo que todos los accesos ilícitos se tradujeran en accesos de pago- y en términos de empleo el impacto se traduce en 131.262 puestos de trabajo, 21.877 directos y el resto indirectos.

«Las medidas legislativas tienen una incidencia positiva pero todavía la lentitud de su aplicación impide que la reducción de la piratería sea radical como en países de nuestro entorno», ha valorado Navarrete.

Al mismo tiempo ha subrayado que la entrada en vigor de la Ley de Propiedad Intelectual el pasado 2 de marzo, es «una oportunidad única y estratégica para dar el salto». En este sentido, ha pedido que la Administración dedique más medios y dote de mayor agilidad al procedimiento, poniendo el foco en el bloqueo de webs.

La directora general de industrias culturales, Adriana Moscoso, ha recordado que la reforma de la ley ha sido posible gracias al consenso de los principales partidos y ha manifestado su esperanza en que este consenso continúe en la próxima legislatura.

Un dato que llama la atención es la tendencia al alza de los usuarios que han pagado alguna vez por acceder a contenidos de forma ilícita, un 22 % en 2018 frente al 14%, 11%, 9% y 5% de años anteriores sucesivamente.

Los contenidos digitales más pirateados fueron las películas, con un 32 % de accesos, aunque el porcentaje ha caído ligeramente (un punto), a la vez que ha subido 12 puntos porcentuales el consumo legal de las mismas.

Le siguen series (29 %, cae un punto y sube un 13 % el consumo legal), música (29%, cinco puntos menos mientras el acceso legal sube dos puntos) y libros, donde el acceso ilegal se mantiene en un 24 % y el legal pasa del 10 al 11 %.

Los únicos sectores donde la piratería ha subido, aunque muy ligeramente, han sido los videojuegos y las retransmisiones de partidos de fútbol.

En el primer caso, el consumo ilícito pasa del 11 al 12%, pero también aumenta su consumo legal que pasa del 15 al 18 % de los encuestados. En cuanto al fútbol, el acceso legal se mantiene en el 27 % y el pirata pasa del 16 al 17 %.

El informe del Observatorio incluye por primera vez datos referentes a prensa y partituras. Sólo un 3 % de los encuestados accede a prensa digital de pago (frente a un 15 % que compra papel) y un 10 % piratea prensa de pago digital.

También el consumo ilícito de partituras (2 %) supera al de pago (1%).

Otro dato llamativo es la vía de acceso a los contenidos piratas. Los buscadores siguen siendo la principal, pero descienden considerablemente (del 79 al 60 %) mientras suben las aplicaciones (del 17 al 22%) y sobre todo las redes sociales (del 10 al 21 %), especialmente Facebook y Youtube, seguidas de Whatsapp y Twitter.

La publicidad de las webs de contenidos ilegales procede mayoritariamente de sitios de sitios de apuestas y juegos online (50 %), páginas de contactos (36 %) y sistemas de anonimización (28 %), mientras que la de marcas de prestigio retrocede ligeramente (del 26 al 24 %).

La Coalición advierte al usuario de que algunas de esas páginas piden el registro previo y después utilizan esos datos personales con fines comerciales, vendiéndolos a terceros.

La encuesta ha sido realizada a partir de 4.047 entrevistas a internautas residentes en España entre 11 y 74 años.