

La 'piratería' de contenidos digitales cuesta más de 10.000 millones al año

● El 76% de la música, el cine, los libros y los videojuegos es ilegal

EDUARDO FERNÁNDEZ / Madrid

Llámesse vulneración de los derechos de propiedad intelectual o simple y llanamente *piratería*, «supone un problema muy grave tanto sociológica como económicamente», alertaba ayer el presidente de la Coalición de Creadores, Aldo Olcese, en la presentación del primer *Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales*.

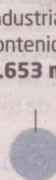
A la vista de las cifras de este informe pionero de la consultora norteamericana IDC, no parece que Olcese peque de alarmista. La industria de contenidos digitales generó 1.653 millones de euros en el segundo semestre de 2009, mientras que, en ese mismo periodo, el valor total de los contenidos *pirateados* ascendió a 5.121 millones, es decir, más de tres veces el dato del consumo legal (y el 76% de todo el negocio). Así, en un año, la estimación de las descargas al margen de la ley estaría por encima de los 10.000 millones.

Por sectores, es el terreno de la música en el que la tasa de *piratería* alcanza su cota más alta: un 95,6% del total que se traduce en 2.291,6 millones. A la zaga se encuentra el índice de las burlas a la propiedad intelectual en el ámbito cinematográfico (83,7% y 2.382,5 millones), el de los videojuegos (52,3% y 246,2 millones) y el literario (19,7% y 200,5 millones).

Este estudio semestral, «un termómetro del sector y de su situación futura», según Lluís Altés, director general de IDC Iberia, servirá para calibrar los resultados de la futura Ley de Economía Sostenible, de momento en el limbo, ya que atraviesa la quinta prórroga del periodo para que los grupos políticos presenten enmiendas a su texto en el Congreso. Conocida como *Ley Sinde*, en alusión a la ministra de Cultura,

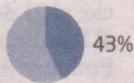
■ El negocio de los contenidos digitales

Industria de contenidos digitales
1.653 millones €



Valor total de contenidos 'pirateados'
5.121 millones €

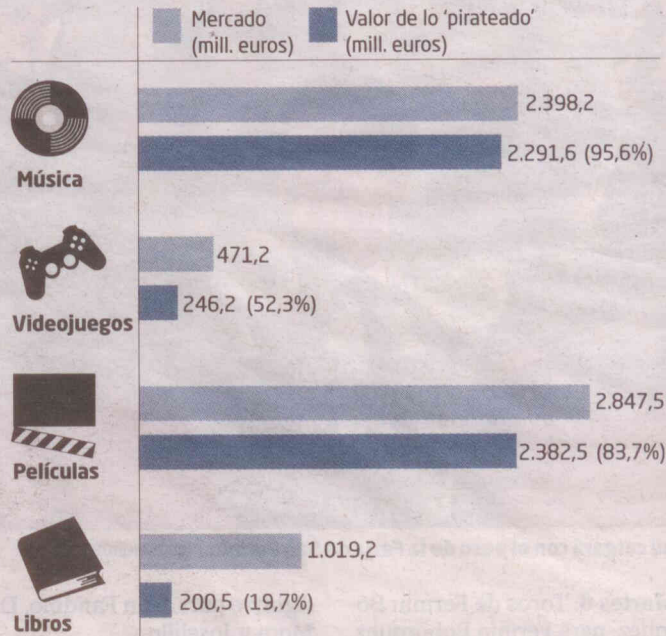
Consumidores que han descargado contenidos vía servicios de descarga directa



Han descargado contenidos vía P2P



Están dispuestos a pagar por contenidos 'on line'



FUENTE: IDC sobre un panel de consumidores de 16 a 55 años.

EL MUNDO

La batalla 'on line' de los periódicos

> Los diarios 'on line' no forman parte del análisis de IDC sobre los efectos de la 'piratería', si bien sus editores han denunciado en repetidas ocasiones que agregadores de noticias como Google News se lucran a costa de sus contenidos.

> La voz de los Creadores, Aldo Olcese, reconoce la «arraigada cultura de lo gratuito» que existe en España, aunque ve «una nueva y positiva predisposición del gran concentrador», en referencia a las últimas conversaciones de Google con uno de sus principales detractores, Rupert Murdoch.

una disposición adicional de la LES prevé el cierre de páginas web que permitan la descarga no autorizada de contenidos protegidos, evitando, a diferencia de las impopulares medidas tomadas en Francia y Reino Unido, cargar contra los usuarios que se aprovechen de los archivos *colgados*.

La Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos pone en duda la eficacia de ese método. «El informe es elocuente. El 80% de las descargas se dan a través del P2P [intercambio directo entre usuarios mediante programas como eMule] y el 43% en páginas web. La regulación va contra las web, que son el menor de los problemas. Si así no se resuelve, habrá que atacar al mayor de los problemas», resaltó Olcese. La Coalición considerará que la fórmula promulgada por Ángeles González-Sinde funciona sólo si

la *piratería* se reduce en un 70% una vez pase un año de la entrada en vigor del reglamento que desarrolle la esperada ley.

Obviamente, si se suprimieran las descargas *piratas*, no todo el dinero repercutiría en las arcas de las empresas que se financian legalmente gracias a los contenidos digitales de música, videojuegos, películas y libros. Sin embargo, el informe de IDC expone que buena parte del consumo ilegal podría convertirse en legal atendiendo a la propensión de pago de los consumidores. El 69% de usuarios en el caso de la literatura, el 59,3% en el de los videojuegos, el 58,4% en el de la música y un 54,8% en el de las películas estarían dispuestos a desembolsar dinero por los contenidos (un 60% como media de los cuatro segmentos de esta encuesta a casi 6.000 usuarios de 16 a 55 años).