

El sector reclama reforzar las medidas para frenar la oferta ilegal de contenidos culturales

→ En 2023 se registraron 5.079 millones de accesos ilegales, con un valor de mercado de 33.957 millones de euros (un 5% más que en 2022) y un perjuicio al sector cultural de 1.992 millones

Madrid, 28 de octubre de 2024. Los datos de la piratería digital en España en 2023 muestran que el valor de lo defraudado (5.079 millones de contenidos ilícitos) ha experimentado una notable subida del 5% (7 puntos en dos años) hasta alcanzar los 33.957 millones de euros (33.056 en 2022). El perjuicio para los creadores e industrias culturales se elevó hasta los 1.992 millones de euros. Una cantidad que, lógicamente, ha lastrado la creación de empleo del sector en 107.410 puestos de trabajo directos e indirectos y los ingresos que las arcas públicas pudieron recibir: 600 millones de euros. Esta situación, que sigue frenando el potencial de los creadores e industrias de contenidos culturales, necesita el apoyo firme de los poderes públicos para perfeccionar las medidas e instrumentos legales y plantear soluciones efectivas ante las cambiantes prácticas delictivas que le asolan.

Son las principales cifras y las conclusiones más relevantes del *Observatorio de piratería y hábitos de consumo de contenidos digitales 2023*, mapa preciso sobre esta materia, que elabora, desde hace más de una década, la consultora independiente GfK a instancias de la Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos.

ANÁLISIS DEL SECTOR: A NUEVOS DESAFÍOS, NUEVAS SOLUCIONES

“Los creadores e industrias de este sector estratégico sabemos que los datos evidencian con rotundidad que las medidas que se han ido adoptando, muchas de ellas exitosas reformas legislativas, han conseguido durante algún tiempo revertir la grave situación y el perjuicio que producen los accesos masivos a contenidos ilegales, pues la tendencia desde 2017 parecía de claro y drástico descenso. Sin embargo, el estancamiento de los datos muestra como el parasitario mercado ilegal ha sabido eludir las medidas actuales para seguir delinquiendo, abrir fisuras en la recuperación y malograr los muchos recursos y esfuerzos que el sector cultural y la Administración han impulsado estos años atrás”, destaca Carlota Navarrete, directora general de La Coalición.

“Es el momento de perfeccionar con urgencia y voluntad todos los instrumentos y dar cabida a soluciones más eficaces, a la altura de las necesidades actuales. Es la única solución para afrontar los desafíos y ofrecer respuestas a los retos inmediatos de la protección de la propiedad intelectual y la Cultura, como ámbito estratégico fundamental para el futuro y la competitividad y para que sigamos siendo un referente en Europa y en el mundo”, añade Carlota Navarrete.

“El sector pide perfeccionar con urgencia todas las medidas en la lucha contra la piratería de contenidos culturales y defender enérgicamente la propiedad intelectual”

ACCESOS ILEGALES, VALOR DE LAS DESCARGAS Y LUCRO CESANTE

Al sector de los Libros le corresponde el triste honor de encabezar, un año más, la clasificación de los porcentajes de individuos que acceden a contenidos ilícitos: un 37%, un 4% más que en 2022. Le siguen Música (30%), Periódicos (26%), Imágenes (25%), Películas y Series (22%), Revistas (22%) y Videojuegos (15%).

El valor total de los contenidos a los que se ha accedido ha experimentado en 2023 una ligera subida, por el incremento en el coste de los mismos, aunque su número haya registrado un levísimo descenso. En total, asciende a 33.957 millones de euros (+5% respecto a 2022, cuando representaron 33.056 millones de euros). La Música vuelve a ser la más castigada por estas prácticas, con 2.369 millones de accesos por un valor de 11.320 millones de euros. Los 308 millones de videojuegos tienen un valor de 9.117 millones de euros, mientras que llegan a 6.153 millones de euros los 550 millones de películas a las que se accedió sin permiso.

La piratería ha provocado a las industrias culturales un lucro cesante de 1.992 millones de euros (1.995 en 2022). Este daño se reparte del siguiente modo: Música (628 millones de euros), Periódicos y Revistas (628), Películas y Series (330), Libros (253), Videojuegos (154) e Imágenes (112).

LOS CONSUMIDORES, EL ACCESO ILÍCITO Y LA OFERTA LEGAL DE CONTENIDOS

Los consumidores continúan, en su mayoría, justificando su acceso a contenidos ilícitos a partir de diversos argumentos. “Piratería para evitar pagar por un contenido que luego, posiblemente, no me guste”, asegura un 61% de ellos; “el acceso a los contenidos ilícitos es rápido y sencillo” (52%) o “porque no pasa nada y lo hace todo el mundo” (38%). Un 46% asegura no saber distinguir entre plataformas legales e ilegales.

¿Cómo identificar si la plataforma es legal o ilegal? Casi la mitad de los individuos relaciona la legalidad con la disponibilidad de los datos de contacto de la empresa. El 27% considera legal a aquellos que le piden registrarse o a los que han tenido que facilitar sus datos. El 26% estima

que es legal si muestra métodos de pago conocidos con logos. Y un 18% si se publicitan marcas reputadas.

Estos mismos usuarios, que acceden a contenidos ilícitos, reconocen, en un 65%, que los creadores y las industrias de contenidos culturales son un sector estratégico para la economía y el empleo de nuestro país y dinamizadores de otros sectores económicos (57%). También confirman que en nuestro país existe suficiente oferta legal (61%) y que, además, es fácil acceder a ella (63%).

“Siete de cada diez internautas reconocen que los creadores y las industrias culturales son un sector estratégico”

PUERTAS DE ACCESO A CONTENIDOS ILÍCITOS: GOOGLE, TELEGRAM, WHATSAPP

Si bien son varios los métodos de acceso a webs ilegales, los buscadores (especialmente Google, que acapara el 92% de las búsquedas con este sistema) continúan siendo la fórmula más empleada por los consumidores. Recurre un 55% de ellos, mientras que coincide en decantarse por RRSS/Mensajería y descarga directa un 27%. Además, se acude cada vez menos al *streaming* (24%) y las apps (23%).

“Los buscadores persisten como medio más empleado para localizar y acceder a contenidos piratas, especialmente Google (92%), seguido de las apps de mensajería y redes sociales, Telegram o WhatsApp”

Tras los buscadores, la mensajería instantánea y las redes sociales son las vías más usadas para acceder a portales que no respetan los derechos de propiedad intelectual: 27%. Facebook (31%), que encabezaba las preferencias de los consumidores anteriormente, ha dejado su lugar a Telegram (37%) como opción preferida. Les siguen YouTube (28%), WhatsApp (24%), Instagram (23%) y Twitter (18%).

El Observatorio de 2023 se detiene especialmente en dos plataformas presentes en nuestras vidas y que arrojan resultados clave para enfocar el perfeccionamiento que se necesita de las medidas: Telegram y WhatsApp. En el caso de la primera, la mitad de los internautas piratas la utiliza y, de ellos, el 40% pertenece a un grupo en el que tiene acceso a contenidos.

1 de cada 10 internautas pertenece a algún grupo de WhatsApp con acceso a contenidos. Los contenidos que más consumen son Imágenes (8%), seguidos de Películas (4%), Series (3%), Libros/Revistas/Periódicos (3%) y Música (3%).

“La mitad de los usuarios utiliza Telegram y de ellos el 40% pertenece a grupos en los que se ofrecen contenidos ilícitos”

FUENTES DE FINANCIACIÓN DE LOS PORTALES ILEGALES DE CONTENIDOS

El uso de los datos personales aportados por los internautas, la publicidad y el pago por el consumo de contenidos son las principales fuentes de financiación de los portales ilegales.

El 65% de los consumidores de contenidos gratuitos ha declarado que necesitó registrarse en los portales para acceder al contenido. La mitad (52%) confiesa que aportó el email, mientras que el 20% respondió a un cuestionario y el 21% facilitó su número de teléfono. El riesgo en este punto se centra en que al proporcionar sus datos personales, estos puedan ser utilizados para su posterior venta a terceros y ser empleados en campañas de *spam* y *phishing* o para posibles ataques de ingeniería social, dependiendo de la cantidad de datos facilitados. Solo 3 de cada 10 se sienten seguros al dar esta información.

La publicidad es, sin lugar a dudas, la mayor fuente de financiación de los portales de contenidos ilícitos, pues está presente en 9 de cada 10 de ellos, según declaran los internautas. Hay un claro predominio de los anuncios de apuestas y juegos (45%), venta online (37%) y contactos y citas (30%). En 2023 se ha producido, por primera vez, un descenso en la presencia de la publicidad de las grandes marcas (perfumes, coches, grandes superficies, etc.), que se sitúa en un 28%, lo que nos anima a seguir solicitando con urgencia del sector publicitario sus mejores esfuerzos para reducir aún más esta cifra.

El 58% de los consumidores estima que esta publicidad es molesta, a un 14% le avergüenza y un 10% la considera no apta para menores; 7 de cada 10 afirman que, desde que utilizan estos portales, reciben más *spam* y publicidad en su correo electrónico, teléfono móvil, tableta, etc.

En 2023 ha crecido el número de internautas (24%) que han accedido a portales ilícitos mediante el pago por el consumo de contenidos. Aunque los métodos de pago más habituales son la tarjeta bancaria (45%) y PayPal (43%), se detecta un aumento significativo de los usuarios que recurren a criptomonedas (13%). Incluso, Bizum es empleado por el 12%.

“Uno de cada cuatro usuarios reconoce haber pagado para acceder a algún contenido ilegal”

PORTALES DE CONTENIDOS CERRADOS O QUE HAN DEJADO DE EXISTIR

¿Son efectivas las medidas adoptadas desde la Administración y las industrias para impedir el acceso a los portales de contenidos ilícitos? Ahora mismo son 6 de cada 10 los usuarios que han

intentado acceder a un portal que había sido cerrado o había dejado de existir, mayormente tipo Torrent. En 2022 o 2021 el porcentaje era bastante menor.

Aunque eran los buscadores de internet (41%) y los portales tipo Torrent (33%) donde se buscaba el contenido que resultó inaccesible, ha crecido la búsqueda en grupos de mensajería (12%) y en páginas de RRSS (10%).

“6 de cada 10 consumidores (60%) han tratado de acceder a un portal cerrado o que había dejado de existir”

Todo lo anterior evidencia que el esfuerzo de las industrias al perseguir estos portales, y el éxito de la Justicia y la Administración al aplicar los mecanismos legales, son reales y constantes, pero necesitan perfeccionarse para ser efectivos ante los nuevos retos.

“Hay que perfeccionar las medidas para luchar contra los infractores de forma más definitiva; el sector pide detener la rueda del hámster y acabar con las prácticas delictivas en el acceso a los contenidos protegidos por propiedad intelectual”

EFECTIVIDAD DE LAS MEDIDAS Y MOTIVOS PARA DEJAR DE CONSUMIR

La mayoría de los internautas (76% frente al 80% de 2022) sigue considerando que el cierre/bloqueo del acceso a una página web de contenidos ilícitos o el hecho de que no se permita acceder a la misma es la medida coercitiva más eficaz. También se decantan por las sanciones a los proveedores de internet (69%), las multas a los usuarios (55%), la restricción del uso de Internet (53%) o las campañas de concienciación social (51%).

“El 76% de los internautas apuesta por el cierre/bloqueo de las webs piratas”

Como ya se reflejara en 2022, los principales factores que a los internautas les hacen de barrera para no piratear son impactantes: miedo a ser estafado (85%), temor al robo de los datos de la tarjeta de crédito (82%), posibilidad de infección de los terminales con virus (81%), que se pueda hacer negocio con los datos personales aportados (74%) o que los beneficios de los portales se destinen a organizaciones delictivas (73%). La preocupación por el perjuicio a los

trabajadores (48%) y los autores/creadores (46%) se sitúan entre las últimas razones, aunque se percibe el despunte de una creciente sensibilidad.

“El temor a fraudes, delitos cibernéticos o financiar redes criminales, entre los principales motivos para no piratear”

REPERCUSIÓN EN EL EMPLEO Y EN LOS INGRESOS DE LAS ARCAS PÚBLICAS

Los accesos ilegales lastran poderosamente la creación de empleo en el sector cultural, que en 2023 se cifró en 723.000 personas (un 3,4% del empleo total en España). La piratería ha impedido el pasado año la generación de 17.902 puestos directos, que habría situado la ocupación total de estas industrias en 107.410 empleos directos e indirectos.

Es importante puntualizar que el incremento de los puestos actuales, teniendo en cuenta 2023 y 2022, ha sido de un 9%. En una situación positiva, sin el impacto de la piratería, se alcanzaría casi un aumento del 12% en puestos de trabajo en esta industria estratégica para nuestro país.

Por lo que respecta a la Administración, las arcas públicas han dejado de percibir en 2023 un total de 600 millones de euros (551 en 2022), repartidos entre IVA (357), IRPF (55) y cotizaciones de la Seguridad Social (188). El perjuicio acumulado en los últimos 12 años por el consumo ilícito de contenidos asciende a la nada despreciable cifra de 7.144 millones de euros.

“La piratería ha lastrado la creación de empleos directos en 107.410 nuevos puestos de trabajo, sumados los indirectos, y un perjuicio a las arcas públicas de 600 millones de euros”

ACCESOS Y MAGNITUDES POR TIPO DE CONTENIDOS

Siguiendo la tendencia ya apuntada en 2022, también en 2023 se ha registrado un incremento del valor de los contenidos consumidos de forma ilegal, que ya acumula en estos dos ejercicios una subida de 7 puntos porcentuales. Así, si en 2022 la cantidad defraudada ascendía a 33.056 millones de euros (+2%), en 2023 llegó hasta los 33.957 millones de euros. El perjuicio para el conjunto de las industrias culturales se situó en los 1.992 millones de euros, frente a los 1.995 de 2022. Un crecimiento al que ha contribuido el aumento de los costes y los precios.

El número de los contenidos consumidos de forma ilícita ha experimentado un ligerísimo descenso (-1%), al pasarse de 5.268 millones en 2022 a 5.079 millones de 2023, una cifra que sigue resultando grave para el sector cultural cuando, además, el número de internautas que accede ilegalmente sigue siendo alto.

El comportamiento por industrias en 2023 y la valoración de sus representantes son los siguientes:

MÚSICA

Como ya ocurriera en 2022, se ha vuelto a registrar un descenso en el número de consumidores de música ilegal, que pasó del 32% al 30%. El porcentaje de quienes consumen música de forma legal se mantiene estable.

La industria musical fue, debido al volumen consumido ilícitamente, la más perjudicada de todas, al ver incrementados hasta los 2.369 millones los contenidos musicales a los que se accedió de forma ilegal. Ese +1% con respecto a 2022 se tradujo, sin embargo, en un +10% en lo relativo al valor de lo defraudado: 11.320 millones de euros, lo que representó un perjuicio para el sector de 628 millones de euros (frente a los 543 de 2022).

Antonio Guisasola, presidente de PROMUSICAE: *“Los datos ponen de manifiesto que la piratería no ha desaparecido, pese a la mejora de estos años en la lucha para erradicarla, y sigue siendo una importante lacra para el sector cultural, al que lastra y no permite crecer a la altura del trabajo, la inversión y la creatividad y el talento que demuestra”.*

“Se están perdiendo millones de euros y puestos de trabajo que van a manos de delincuentes que se aprovechan del trabajo creativo ajeno. Es clave reforzar el compromiso y la acción decidida de las Administraciones Públicas e incorporar reformas legislativas que se adapten a la evolución de este fenómeno parasitario y dañino para el conjunto de las estructuras culturales de nuestro país”.

PELÍCULAS y SERIES

El sector de las Películas ha experimentado una reducción del consumo digital, tanto legal como ilegal. El número de usuarios que accedió a filmes en formato digital y de forma legal pasa del 77% al 70%, mientras que el mercado ilegal encuentra a un 22% de internautas (24% en 2022).

En total, se accedió ilícitamente a 550 millones de películas, lo que representa un 3% menos que en 2022, si bien el valor de lo defraudado subió un 1% hasta situarse en los 6.153 millones de euros.

Si en 2022 las Series registraron un ligerísimo incremento del consumo legal, algo que ya había ocurrido en 2021 con respecto a 2020, la tendencia ha sucumbido en 2023 con una disminución del 76% al 70% de los consumidores de formato digital y legal y del 9% al 8% en el formato físico y legal. Al mismo tiempo ha coincidido con el incremento del consumo ilícito, pues los piratas de formato físico o digital se han situado en el 24% (20% en 2022). Estos comportamientos ilícitos han afectado a 952 millones de contenidos (-3%), con un valor de 1.761 millones de euros (+9% con respecto a 2022).

El perjuicio para las industrias de Películas y Series contempladas de forma conjunta fue de 330 millones de euros.

Estela Artacho, presidenta de FEDICINE: *“Existe mucha preocupación en el sector audiovisual. Un año más, el número de accesos ilegales es muy alto. **Una de cada cinco personas ve ilegalmente películas y series. Esto impacta a miles de empleos y a toda la cadena de valor del audiovisual y provoca pérdidas devastadoras, cuantificables en un perjuicio para el sector de Películas y Series de 330 millones de euros en su conjunto”.***

Octavio Dapena, director gerente de EGEDA: *“El alto índice de piratería de Películas y Series y, en general, de contenidos audiovisuales, mantenido durante tantos años en España, está **llevando al límite** a muchas empresas del sector audiovisual. Las reducciones mínimas de piratería que se han registrado son solo una gota en el océano para el sector y las empresas audiovisuales, ya de por sí exhaustas después de tantos años de defraudación masiva de sus derechos. **La piratería audiovisual cambió hace unos años, ahora la fuente principal son las OTTs e IPTV ilegales y las redes sociales. Estos sistemas han elevado exponencialmente el riesgo de pirateo masivo de todo tipo de contenidos audiovisuales, cine, series, programas de tv, etc.”.***

LIBROS

Si bien el consumo de Libros en todos los formatos se ha mantenido con respecto a 2022, continúa siendo un sector muy castigado por las prácticas ilegales. El número de consumidores piratas en formato digital se ha ido hasta el 37% (35% en 2022), que ocasionaron un perjuicio económico de 217 millones de euros (137 en el ámbito digital y 80 en el físico), después de haber accedido a 524 millones de contenidos, por un valor de 4.920 millones de euros (+1%). Los consumidores de libros que han accedido de forma legal, tanto en formato digital como físico, ha bajado del 43% al 41% (en 2022 ya descendió del 49% al 43% con respecto a 2021).

Carme Riera, presidenta de CEDRO: *“El acceso ilegal a contenidos editoriales sigue siendo una amenaza seria para la sostenibilidad del trabajo de autores y editores. **Esta práctica no solo pone en riesgo la publicación de libros, periódicos y revistas, sino que también dificulta que los ciudadanos dispongan de una información y de unos contenidos veraces y de calidad. Proteger el trabajo de escritores, traductores, periodistas y editores frente a la piratería es clave para nuestra sociedad, y para ello es imprescindible que la Administración pública colabore con los titulares de derechos en la formación sobre el uso ético y responsable de la tecnología”.***

VIDEOJUEGOS

El consumo de Videojuegos en todos los tipos de accesos se ha mantenido estable con respecto a 2022. Aunque el 19% en formato digital y el 26% físico acceden de modo legal, un 15% lo hace aún de forma ilícita.

Los 308 millones de videojuegos ilícitos en 2023 tenían un valor de 9.117 millones de euros (+3%), con un lucro cesante de 154 millones de euros (37 en físico y 117 online).

José María Moreno, director general de la Asociación Española de Videojuegos (AEVI): ***“La piratería sigue siendo una gran lacra y uno de los principales desafíos del sector de los videojuegos. En 2023 no ha habido una mejoría y, al igual que en 2022, un 15% de los consumidores accedieron ilegalmente a videojuegos”.***

“Combatir este problema no solo mejoraría la economía del país, sino que también permitiría crear más empleo de calidad, en nuestro caso, mayormente entre la gente joven. AEVI reclama al gobierno medidas más contundentes de protección a las industrias culturales y los creadores, así como un diálogo fluido para erradicar la piratería y defender la propiedad intelectual en el sector del videojuego”.

PERIÓDICOS y REVISTAS

El consumo lícito de Periódicos en formato digital ha registrado un pequeño repunte del 4% al 5% de usuarios, mientras el ilícito ha bajado del 28% al 26%, una cifra que, no obstante, sigue siendo alta. En volumen de contenidos y en valor de lo defraudado se han registrados sendas bajadas: 231 millones de contenidos (-13%) que representan 347 millones de euros.

Como en el caso de los Periódicos, también el consumo ilícito de Revistas en formato digital es muy superior al legal (22% frente al 3%), unas cifras preocupantes, pues al descenso en el consumo legal ha correspondido un crecimiento de los usuarios piratas. Es decir, el mercado ilegal triplica al legal. El número de revistas a las que se accedió ilegalmente fue de 145 millones (+28%), por un valor de 340 millones de euros (+28%).

En total, las empresas editoras de Periódicos y Revistas tuvieron que hacer frente en 2023 a un lucro cesante de 628 millones de euros.

IMÁGENES

Si en 2022, 3 de cada 10 internautas accedieron a este contenido de forma ilegal, en 2023 lo hizo 1 de cada 4. Únicamente el 5% lo hizo de forma legal, como sucediera en 2022. Este comportamiento se concretó en 407 millones de contenidos, con un valor de mercado de 712 millones de euros y un perjuicio económico de 112 millones de euros (en 2022 fue de 43).

Javier Gutiérrez, director general de VEGAP: ***“Los miles de millones de euros que pierden quienes hacen y difunden la cultura que disfrutamos todos, como consecuencia de la actividad parasitaria de unos cuantos, son el reflejo de la frívola insolidaridad de la incultura y de la mediocridad. La piratería no es un problema sectorial, es un síntoma de la salud democrática de un país, de su seguridad jurídica, por lo que, proteger la Propiedad Intelectual es proteger la cultura. Así, un país que protege su cultura, protege también su identidad en un mercado global”.***

