

Piratería

Arturo Félix Fatecha León
E-mail: arthur_fl@hotmail.com

Universidad Católica Nuestra Señora de la Asunción, Facultad de Ciencias y Tecnología, Departamento de Electrónica e Informática

Resumen En este documento correspondiente al trabajo práctico de la asignatura Teoría y Aplicación de la Informática 2 se presenta una visión generalizada de la piratería desde los puntos de vista tanto de la industria como del consumidor. Se empieza con una descripción del término piratería, su historia y antecedentes y se presentan algunos estudios realizados por la industria. Se pretende mostrar la convergencia que existe en los países desarrollados hacia la piratería digital y hacia la piratería de discos ópticos en los países en vías de desarrollo. Se realiza una conclusión exponiendo temas que tienen que ver con la piratería desde el punto de vista del consumidor.

Keywords: Piratería, propiedad intelectual, derechos de autor, *copyright*, industrias, monopolio, mercados, software, música, filmes.

1. Introducción

Desde que apareció el concepto de piratería en el siglo XV, éste se ha aplicado a la apropiación *no autorizada* de la propiedad privada. Se vio el como el concepto de piratería, implicaba una seria amenaza para los intereses del estado y de las empresas privadas (especialmente para mantener su vigencia en el mercado y en algunos casos inclusive para mantener su monopolio).

Luego de una serie de transiciones, el término ha pasado del contexto de robo en alta mar al robo de conocimiento y cultura, como es el caso de los libros, las películas, la música y los filmes en general. Se puede ver que siempre existieron campañas anti-piratería y a medida que transcurre el tiempo estas campañas se vuelven cada vez mas puntillosas y severas con respecto al acceso libre al conocimiento. La idea de las compañías de la industria es que cada vez se dé una persecución más marcada y severa a los hechos de piratería.

Pero a pesar de las fuertes presiones por parte del sector de la industria, se pueden ver en los estudios (desde el punto de vista de la producción) y más aún en las calles y en el Internet (desde el punto de vista de los consumidores) un crecimiento sin frenos de la piratería en todos los aspectos del comercio.

La idea de este artículo es la de observar las dos versiones de la historia: ¿Qué dicen las industrias acerca de la piratería? y principalmente ¿Qué *no* dicen al respecto?. Y más importante aún: ¿Cómo se siente el consumidor con respecto

a la piratería?, ¿Es tan mala como pensamos?, ¿Cuál es la relación de compromiso entre acceso al conocimiento y el no-respeto a la propiedad intelectual?.

Se empezará este recorrido con una visión de la historia del concepto de la piratería y cómo éste fue cambiando con el transcurso del tiempo. Luego se verán algunos de los resultados presentados por la industria y algunos tópicos con respecto al punto de vista del consumidor.

2. Historia y antecedentes del término piratería

Las apariciones de la palabra piratería¹ en la modernidad se remontan a mediados del siglo XV aunque en realidad se encuentran referencias históricas de la piratería ya desde el siglo V a.C [1].

En la antigüedad, se aplicaba el término piratería a las personas encargadas de atacar y asaltar a las embarcaciones del estado y otras empresas privadas para apropiarse de sus mercaderías para así de esta manera poder redistribuirlas en los distintos mercados [2]. Éste término así como se encuentra, fue impulsado por las empresas privadas que lo que buscaban era conseguir una protección por parte del estado (o de las autoridades en general) para poder continuar manteniendo en vigencia sus propios intereses y de ésta manera poder establecerse con éxito en el mercado. En algunos casos inclusive, esta intención de las empresas privadas era de mantener su monopolio sobre el mercado local.

Pero sin embargo existía una ambigüedad entre el término *pirata* y el término *corsario*. La idea del corsario, era la de realizar los saqueos y otros hechos delictivos a empresas privadas de otras localidades *con plena autorización del estado*, es decir, un gobierno de una determinada localidad autorizaba al corsario a saquear y atracar a una embarcación de otra localidad con todo el permiso y la protección por parte de las autoridades locales. En términos generales: los corsarios tenían licencia para saquear y los piratas no.

Hacia mediados del siglo XVIII y del siglo XIX (en las épocas coloniales) ya se dió un enfoque distinto a la palabra piratería. Es decir, estaba pasando también a formar parte del el ámbito de la comercialización del conocimiento y la cultura.

En los estados norteamericanos, la palabra piratería ya tenía una extensión significativa pero en una escala mucho menor que ahora pero se daban casos en particular, como por ejemplo en los Estados Unidos, en que todavía los gobiernos impulsaban el acceso libre al conocimiento con el afán de llevar la cultura a los ciudadanos para que éstos puedan desarrollarse y así poder también autogobernarse².

¹ Del lat. *pirata* y del griego *πειρατής* (*peirates*). 1. Persona que, junto con otras de igual condición, se dedica al abordaje de barcos en el mar para robar. 2. Persona cruel y despiadada. 3. Persona que, bajo amenazas, obliga a la tripulación de un avión a modificar su rumbo.

² Aunque habían también países como Francia en el cual Napoléon decretó en 1852 la prohibición de falsificación de documentos nacionales y extranjeros

A mediados del siglo XX el negocio de la piratería evolucionaría con el desarrollo de las nuevas tecnologías. Con las apariciones de las fotocopiadoras se pudieron fomentar y consolidar los negocios de copiado y distribución no autorizados. Y éstos artículos fotocopiados impulsaron al negocio de la piratería como una idea floreciente inclusive ya en un marco internacional.

De la misma manera, con la aparición del *cassette* y de las cintas magnéticas, se pudo facilitar las copias no autorizadas también en el mundo del audio. De ésta manera, se encontró la forma de producir un desequilibrio en la industria musical poniendo por ejemplo en peligro la actual tendencia (en ese entonces) de los discos de vinillo.

Estas nuevas formas de copia y distribución no autorizadas de materiales de conocimiento fue lo que llevó, tanto a la industria del sonido, como a la industria del cine a presionar a las autoridades para una revisión de las leyes que velaban por sus intereses. Y lo que se propuso fue que se instauren leyes más fuertes que impliquen penalizaciones más severas a las personas que cometan delitos contra los derechos de autor. Fueron muchos los intentos de los personajes de la industria para presionar a las autoridades para que éstas las protejan. Sin embargo, la piratería continuaba floreciendo con éxito.

Sin embargo, la palabra piratería tomaría un enfoque distinto con la aparición de las nuevas tecnologías digitales y en especial el Internet. Así, al antiguo paradigma de la piratería, se le agregaría el concepto del intercambio libre de archivos y contenidos no autorizados entre usuarios, ya sea para comercialización o no. El simple hecho de intercambiar contenido en forma no autorizada ya era tildada por la industria como piratería y más adelante lo harían también las autoridades gubernamentales.

3. La piratería desde el punto de vista de la industria

Las *industrias del derecho de autor* (de la música, el cine y especialmente del software) emplean una definición muy general acerca del término piratería, el cual atribuye el adjetivo a toda duplicación, distribución y uso de material registrado sin autorización. Algunos ámbitos donde se aplica esta definición son los siguientes:

- Por empresas profesionales, que realizan una duplicación a gran escala y revenden materiales con afán de lucro.
- Por proveedores de servicios que poseen herramientas de distribución de archivos.
- Por individuos que usan las redes de distribución de archivos para intercambiar materiales libremente.
- Por consumidores que sin saberlo se ven involucrados en la piratería al no comprender totalmente los términos de licencia de los productos que inicialmente compraron, por ejemplo cuando hacen algunas copias extras para uso personal o familiar.

En el ámbito del software por ejemplo, se dice que la piratería es la copia o distribución no autorizadas de software con derecho de autor. Esto sucede al copiar, descargar, compartir, vender o instalar múltiples copias en equipos personales o de trabajo [3].

En al industria musical, el término piratería se utiliza para describir las cada vez más obicuas prácticas digitales en torno a la copia, que caen fuera de las fronteras de la ley de copyright - hasta el 95 % de éstas.

En general, la piratería es tratada como una amenaza general o más bien dicho, una amenaza uniforme a las industrias del *copyright*, pero en la práctica, la exposición de las industrias varía notablemente viendo claras diferencias en las industrias de la música, el cine y el software y cómo cada sector necesita un modelo propio y una estrategia propia para velar por sus intereses.

La cantidad de lanzamientos de nuevos productos son un claro indicador de la *salud* del sector de la cultura, especialmente en la primera década del milenio en la cual se dice por ejemplo que los Estados Unidos vivió una *época dorada*. El número de álbumes lanzados pasó de ser 35516 a 79696 en 2007. El número de películas lanzadas en Hollywood iba entre 370 y 460 en la década de los noventas y pasó a 928 en la primera década del milenio [4].

La industria del software tuvo un crecimiento dramático de entre 20 y 30 % anual hasta 2009. En el ámbito de los videojuegos se daba un crecimiento del 17 % entre 2005 y 2006 y tuvo una subida del 28 % para mediados de 2008.

En los siguientes secciones, se verán algunos números de los precios de mercado que se manejan en los distintos sectores de la industria y las tasas de piratería que se tienen.

3.1. La piratería en la música

Una de las industrias más afectadas por la piratería es la de la música. Los números de los estudios y resultados que aquí se van a mostrar corresponden a la *época digital* de la música. Las grandes compañías de la música o también conocidas como las cuatro grandes ³ experimentaron bajas en sus ventas en los últimos años. De acuerdo con el IFPI⁴, en todo el mundo se presentó una caída en las ventas de los CDs de unos 33.7 billones de dólares en 2001 a unos 18.4 billones de dólares 2008. Por ejemplo en los Estados Unidos la caída de las ventas de los CD pasó de unos 7 billones de dólares en 2004 a unos 3.1 billones en 2008. Los detalles de las ventas musicales entre 2003 y 2009 se muestran en la figura 5.

Obviamente, las industrias del medio atribuyen estas pérdidas a la piratería y especialmente a la piratería de internet inaugurada por el lanzamiento de

³ EMI, Sony Music Entertainment, the Universal Music Group y Warner Music Group

⁴ Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI, del inglés *International Federation of the Phonographic Industry*) es la organización que representa los intereses de la industria de la grabación por todo el mundo. Su secretaría está ubicada en Londres, Reino Unido. Representa a más de 1.450 compañías de registro, grandes y pequeñas, en 75 países. Una de sus políticas más importantes es acabar con la piratería musical.

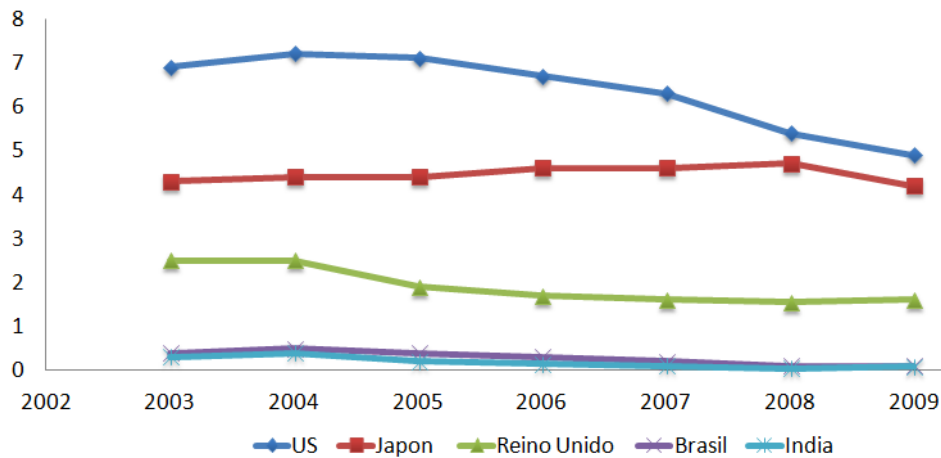


Figura 1. Ventas de discos musicales (en billones de dólares americanos). Fuente: *Media Piracy in Emerging Economies* basándose en los estudios del IFPI 2004-2010

Napster en 1999 [5]. Luego se proliferó este tipo de prácticas con las apariciones de programas como *KaZaA* en 2003 [6].

La piratería en la música se da a escala global y la tendencia es que vaya creciendo con el paso del tiempo. Existen muchas alternativas ilegales con las cual el usuario final cuenta para acceder a este contenido y todas se mantienen firmes en el medio. Por citar algunas de ellas:

- El tráfico de archivos en las redes *peer-to-peer* (P2P).
- Programas ilegales de descargas.
- Los foros, los cuales se estan convirtiendo en un problema en crecimiento.

Según el IFPI, la piratería digital ha contrubuido en gran manera al deterioro de los ingresos de la industria musical en los últimos años. Los ingresos sufrieron una caída del 31 % entre 2004 y 2010. Muchas estrategias se intentaron incluyendo los más agresivos modelos establecidos por las industrias, pero cualquier intento ha resultado fallido en el afán de detener a la piratería en este medio.

La gran razón de estas pérdidas, se da por el hecho de que se ha encontrado que los usuarios finales han perdido totalmente el incentivo por comprar música. *¿Para qué comprar música si puedo conseguir gratis?*. En Reino Unido el 52 % de los encuestados respondieron que bajan música ilegalmente de internet por el hecho de resultar gratis [7].

Un estudio realizado en Suecia, revela que las ventas físicas de música se incrementarían en un 72 % en la ausencia de la piratería y que las ventas digitales de música se incrementarían en un 131 % en ausencia de la piratería.

En el caso de los países en desarrollo la tendencia es la misma. Se presenta una gran caída en las ventas de CDs así como también un ligero crecimiento

de los ingresos debido a las presentaciones (conciertos) en vivo de los artistas. Pero existen grandes diferencias en la piratería de la música entre los países desarrollados y los países en desarrollo:

- En los países en desarrollo se presenta una clara hegemonía de las cuatro grandes marcas de la industria de la música.
- El hecho de que los ingresos de las grandes marcas solo van para países desarrollados.
- La falta de una industria doméstica en los países en desarrollo que compita con las grandes marcas de la industria.

Estos factores de hecho, refuerzan los altos precios de estas marcas en países de bajos ingresos. Esto crea obviamente un contexto ideal para que las grandes marcas puedan seguir con sus políticas de altos precios y mantener sus políticas en estos mercados.

3.2. Piratería en los filmes (películas, series, etc)

Históricamente, la industria fílmica había estado relativamente a salvo de las copias piratas digitales (bajar películas de Internet). Aunque la gente puede bajar música en 30 segundos usando canales de banda ancha, el tamaño de una película demostró siempre ser una barrera. Sin embargo, diariamente se bajan ilícitamente de Internet entre 400000 y 600000 películas en los Estados Unidos.

La MPAA ⁵ teme una creciente epidemia mundial de piratería en este sector, ya que un 24 % de los usuarios de Internet que respondieron a la encuesta había descargado alguna película, y un 69 % afirmaban que la piratería musical no es un tema preocupante [9].

Una encuesta que se realizó entre 3.600 usuarios de Internet en ocho países (Australia, Francia, Alemania, Italia, Corea, Japón, Reino Unido y Estados Unidos) demuestra una clara relación entre el índice de penetración de la banda ancha y el de piratería. En Corea del Sur, donde el índice de banda ancha es del 98 %, el 58 % de los encuestados reconocían ser usuarios de sistemas de descarga, y habían pirateado una media de 11 películas cada uno [10] (Ver figuras 2 y 3).

De la misma forma que ocurre con la industria musical, la gente va perdiendo el interés por comprar películas o ir al cine simplemente por el hecho de que puede conseguir a menor costo en el mercado pirata o gratis si baja de internet. Según la MPAA la razón principal por la que las personas bajan películas

⁵ La *Motion Picture Association of America* (MPAA, Asociación Cinematográfica de Estados Unidos), es una asociación industrial sin ánimo de lucro con sede en los Estados Unidos que se constituyó para velar por los intereses de los estudios cinematográficos. Sus miembros son los seis mayores estudios de Hollywood: HIT Entertainment a division of News Corporation, Buena Vista (The Walt Disney Company), Sony Pictures, Paramount Pictures (Viacom, que compró DreamWorks en febrero de 2006), 20th Century Fox (News Corporation), Universal Studios (NBC Universal) y Warner Bros. (Time Warner). La MPAA realiza la famosa clasificación por edades de películas.

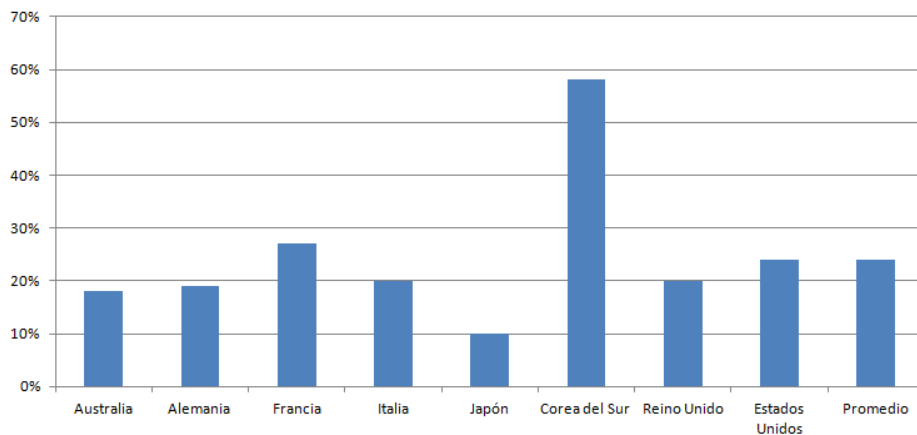


Figura 2. Incidencia de las descargas de películas. Respuesta a la pregunta: ¿Alguna vez usted descargó una película de Internet?. Fuente: MPAA y OTX: *Worldwide Internet Piracy study*

de internet es porque es gratis. Existen también otras razones: un 45 % de los encuestados prefiere bajar películas de internet por el hecho de poder verlas en su computadora. Un 44 % de los encuestados prefieren ver primero antes en su computadora para poder decidir si efectivamente comprará el filme e inclusive de la misma manera bajan las películas para decidir si la verán en el cine o no. Entre otras respuestas de ¿Porqué bajan películas de Internet? se encuentra el hecho de la facilidad, también pesa el hecho de la no necesidad de salir del hogar y la posibilidad de compartir entre amigos y conocidos (Ver figura 4)

Pero las razones por las que las personas bajan películas de Internet varían también por región. En países como Corea del Sur, Estados Unidos y Reino Unido la razón principal (61 % de los encuestados en promedio) es la comodidad de poder ver las películas en la computadora, mientras que en países como Australia o Alemania la razón principal (55 % y 49 % de los encuestados respectivamente) es ver primero las películas piratas para decidir si comprarlas legalmente o no.

Existe también una estrecha relación entre la piratería musical y la piratería en los filmes. Esto quiere decir que las personas aprendieron primero a bajar música de internet y luego a partir de esto, tomaron la costumbre de bajar películas también. En países como Francia el 63 % de los encuestados dice haber adquirido la práctica de bajar películas luego de aprender a bajar música.

Otro punto a tener en cuenta es la percepción del consumidor con respecto a la no legalidad de bajar películas. Sólo un 36 % de los encuestados admite que comprar películas piratas es ilegal mientras que sólo un 22 % de los encuestados considera que bajar películas de internet es legal. Aquí se puede ver la confusión que hay en las personas que piensan que bajar películas de internet es legal pero comprar películas piratas es ilegal.

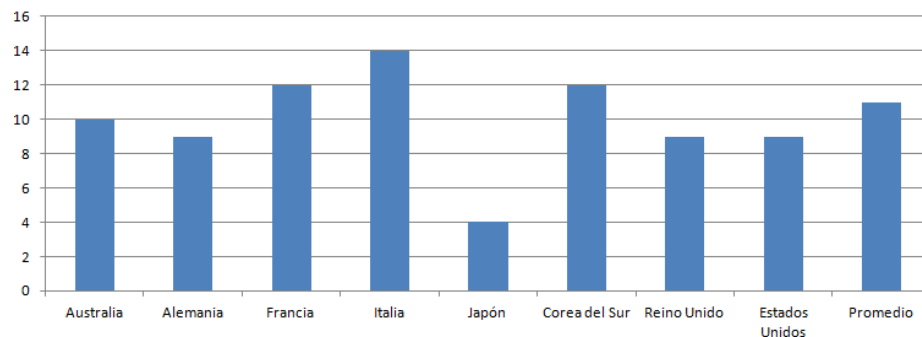


Figura 3. Número promedio de descargas de películas de Internet. Respuesta a la pregunta: ¿Cuántas películas en total usted bajó de Internet?. Fuente: MPAA y OTX: *Worldwide Internet Piracy study*

Uno de los temores de la MPAA es que la piratería se ha convertido en un fenómeno totalmente aceptado por los usuarios. Un 21 % de estos manifestaron en la encuesta su conformidad con que las películas puedan descargarse en la red antes de su estreno. La industria del cine podría perder 3.000 millones de dólares de ingresos anuales a causa de la piratería, según la MPAA, que ha intensificado su campaña antipiratería en los últimos tiempos.

3.3. Piratería en el software

En el estudio de la BSA⁶ en 2010 se vió que hubo un incremento de envíos a PCs a las economías emergentes (174 billones contra 173 billones). Pero este punto de inflexión significa también el hecho de que estas economías emergentes se vuelvan impulsoras de la piratería del software. El valor de la piratería del software creció un 14 % con respecto a 2009 alcanzando un récord de 58.8 billones de dólares. Las tasas de piratería en distintos países se puede observar en la figura ?? y las tasas de piratería por región pueden verse en la figura 6.

Uno de los hallazgos más notables, es que la opinión mundial apoya firmemente los derechos de la propiedad intelectual. Siete de cada 10 usuarios de PCs están a favor de pagar a los innovadores por sus creaciones mientras que sólo 3 de cada 10 están a favor de que nadie pueda controlar la industria del conocimiento. Esto es así y con más intensidad en los países con mayor índice de piratería. El problema es que las personas no tienen la noción adecuada de qué realmente significa el software legal.

⁶ La *Business Software Alliance* (BSA) es una organización sin fines de lucro creada para promover los objetivos de la industria del software y sus socios del hardware. Es la organización más importante dedicada al desarrollo de un mundo digital seguro y legal. Con sede en Washington, DC, la BSA tiene presencia en más de 80 países, y cuenta con 11 oficinas regionales con sede en las ciudades de Bruselas, Londres, Múnich, Beijing, Delhi, Yakarta, Kuala Lumpur, Taipéi, Tokio, Singapur y San Pablo.

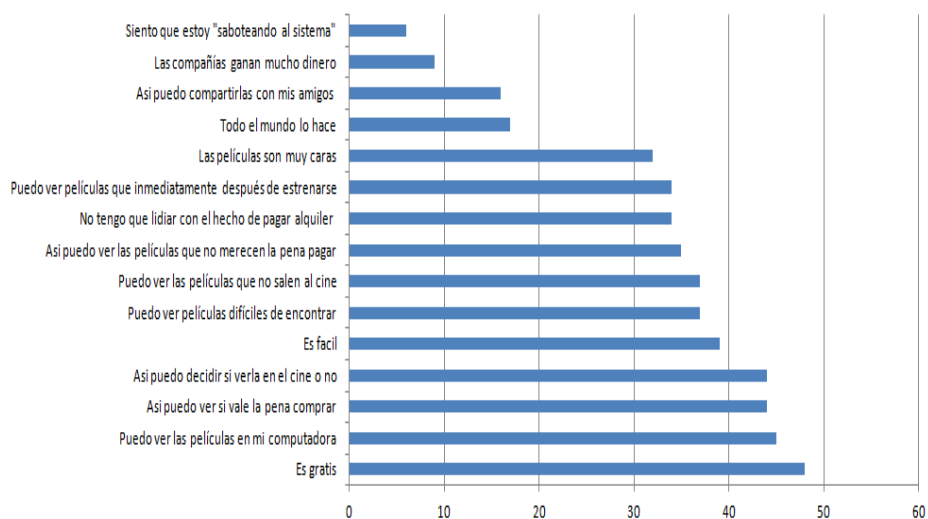


Figura 4. Razones por las que las personas descargan películas de Internet. Fuente: MPAA y OTX: *Worldwide Internet Piracy study*

De los 1.4 billones de PCs en todo el mundo, aproximadamente la mitad se encuentra en países de economías emergentes con elevados índices de piratería (ver figura 7).

La manera más común para las personas de las economías en desarrollo de involucrarse en la piratería según la BSA es comprar una única copia de software e instalarla en múltiples computadoras, incluyendo en empresas, donde el software tiene el mayor valor. En realidad, las encuestas de este año hallaron que el 51 % de quienes toman las decisiones comerciales en los mercados en desarrollo creen equivocadamente que es legal hacerlo [11].

Esto es una cantidad sorprendente de participantes (en mercados en desarrollo en particular) que no están al tanto de que sus formas de adquirir software es ilegal. Por ejemplo, aproximadamente la mitad de los usuarios de PCs de economías en desarrollo (46 %) cree que el software descargado por redes punto a punto (P2P, peer-to-peer) es probablemente legal. En economías maduras, esta cifra cae al 21 %. De la misma manera, casi la mitad de los usuarios de PC de mercados en desarrollo (45 %) supone que es legal instalar software que les presta un amigo o compañero, comparado con un 29 % en los mercados maduros (ver figura 8).

Esto tiene grandes repercusiones más allá de la industria del software, porque el software es una herramienta de producción en cada sector de la economía. Las empresas que no pagan por los programas que usan para hacer funcionar sus operaciones tienen una ventaja injusta en los costos sobre las compañías que sí los pagan, lo que sesga la competencia.

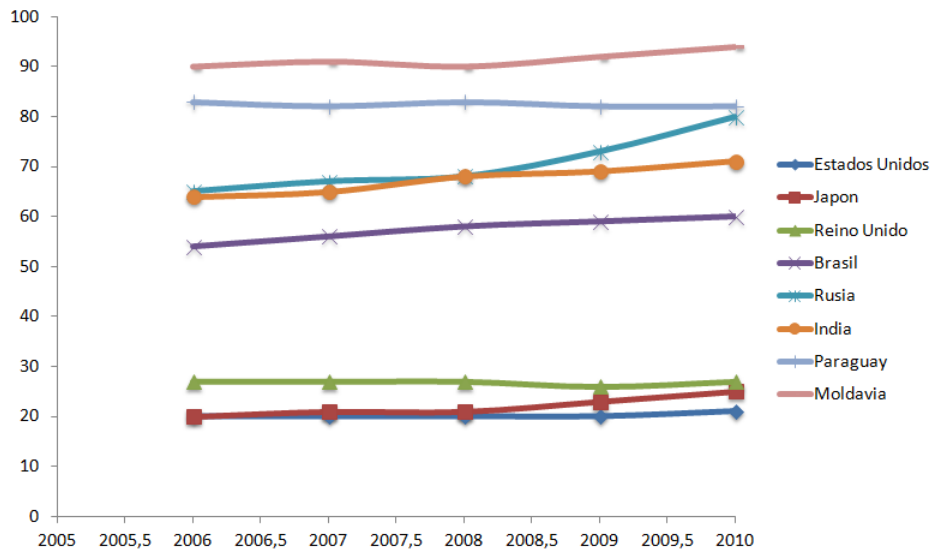


Figura 5. Tasas de piratería de software en distintos países. Fuente: *BSA 2010 Global Study Piracy*

4. La piratería desde el punto de vista del consumidor

La piratería es a menudo conocida como una escoria mundial o una lacra mundial, pero en realidad hay que discutirla desde el punto de vista de los consumidores y con más énfasis en qué estrategias utilizan las industrias para poner los precios a sus productos. Los altos precios de los bienes de la industria más los bajos ingresos de los países de economías emergentes son los ingredientes principales de la piratería alrededor del mundo. En países como Brasil, Sudáfrica, India, Rusia o Bolivia una copia de Microsoft Office cuesta de 5 a 10 veces más de lo que cuesta en los Estados Unidos. Es decir, el hecho de contar con una copia legal, significa más que nada un lujo para estas personas/empresas y por ende, los mercados de bienes legales son extremadamente pequeños. El hecho es que, los bajos precios de los bienes piratas permiten a los países en desarrollo el acceso a la cultura y al conocimiento a través del software, las películas, la música y los videojuegos entre otros. Este punto aquí señalado es de vital importancia para entender las relaciones de compromiso que definen la piratería en los países pequeños.

4.1. Las campañas anti piratería

El esfuerzo de las compañías de la industria en realizar las campañas anti-piratería se vuelve cada vez más intenso. Sus objetivos van desde medidas de represión hasta campañas de sensibilización en las escuelas y colegios. Las in-

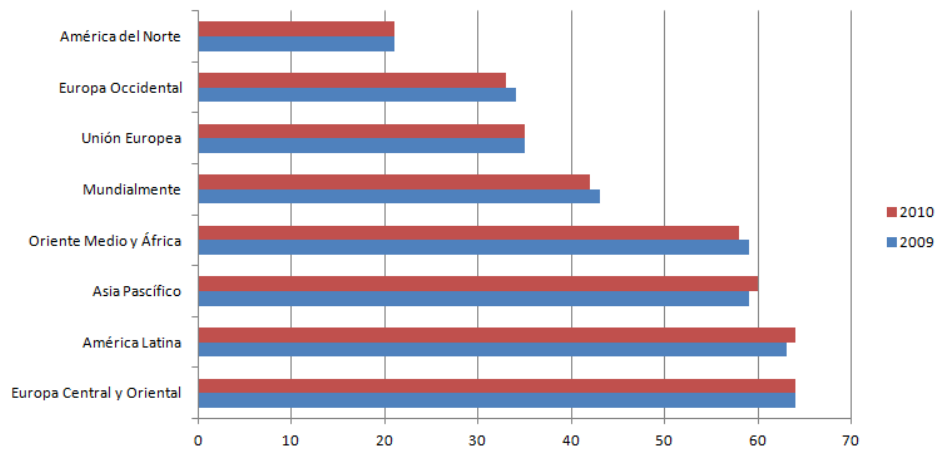


Figura 6. Tasas de piratería de software en el mundo divididas por región. Fuente: *BSA 2010 Global Study Piracy*

dustrias exigen que se forje una cultura a favor de la propiedad intelectual cada vez más sólida, cimentada básicamente sobre la educación.

Inclusive se hablan de los vínculos alarmantes que existe entre la piratería y el crimen organizado. Por ejemplo, el *Projeto Escola Legal* que se emplea en la escuela primaria de Brasil afirma que la compra de un producto pirata puede conducir al desempleo de un familiar o amigo. En otra campaña publicitaria se observa a un delincuente agradeciéndole a una señora por financiar el negocio de tráfico de armas.

Pero hay que preguntarse: ¿Tienen realmente éxito estas campañas antipiratería?, y la respuesta es: muy poco. Ésto se basa principalmente en la conducta de las personas que compran bienes pirateados:

- Las personas miran la piratería con ambivalencia, es decir, para ellas está bien pero también esta mal.
- La practicidad se coloca por encima de la ética y la moral a la hora de tratar con la disponibilidad y los precios.
- Las personas saben lo que hacen y lo que compran.

Según los estudios, se ve claramente que la persona pone ante todo la disponibilidad y los precios y que está claramente conciente de lo que hace, y lo que pasa, es que termina haciendo oídos sordos a las campañas antipiratería y que éste estilo de medidas es realmente un fracaso.

4.2. El efecto de los precios en el mercado

El factor clave para el éxito de los modelos de bajo costo, no está en las fuertes luchas contra la piratería, ni en formas creativas de distribución digital,

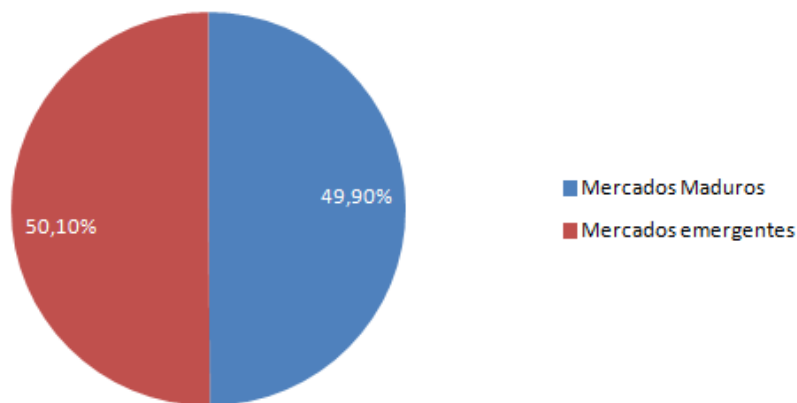


Figura 7. Envíos de PCs en el mundo en mercados en desarrollo y mercados emergentes. Fuente: *BSA 2010 Global Study Piracy*

sino en la presencia de empresas que compitan en forma activa con los negocios piratas. Esto es importante por varios aspectos: primero, se ve claramente que en los países en desarrollo hay un claro dominio de las firmas multinacionales y segundo, porque estas firmas están preocupadas únicamente por mantener sus ingresos poniendo los mismos precios en los mercados en vías de desarrollo que en los países de altos ingresos y además para mantener un dominio marcado a nivel global.

El hecho de que aparezcan industrias locales en los países en desarrollo es importante, pues éste constituirá el mercado *primario*. Éstas empresas impondrán sus precios de acuerdo con la dinámica del mercado local y de esta manera podría competir con el mercado pirata.

El punto de vista de los precios de mercado de los bienes legales sirve como un punto de partida para comprender el fenómeno de la piratería. Las comparaciones entre precios de bienes legales y bienes pirateados sirve para ofrecer una óptica simple pero bastante poderosa de cómo se organiza los mercados nacionales.

De manera a ilustrar estas evidencias, se compararán los precios de los medios legales más comunes en el mercado con una amplia gama de bienes piratas y se traducirán estos números en un *precio de poder adquisitivo comparativo* (Precio CPP) para expresar qué tan caro serían estos bienes para los estadounidenses basándose en el ingreso estatal per-cápita⁷.

Estas comparaciones deben tratarse como aproximadas, porque los precios aquí mencionados varían de acuerdo a muchos factores, como la localización de

⁷ Se emplearon para estas comparaciones los cálculos del FMI de 2009 con respecto al tipo de cambio oficial en relación con el PIB en lugar de relacionar el PIB con la paridad del poder adquisitivo (PPA) como suele hacerse. La divisa común para esta valoración es el dólar estadounidense.

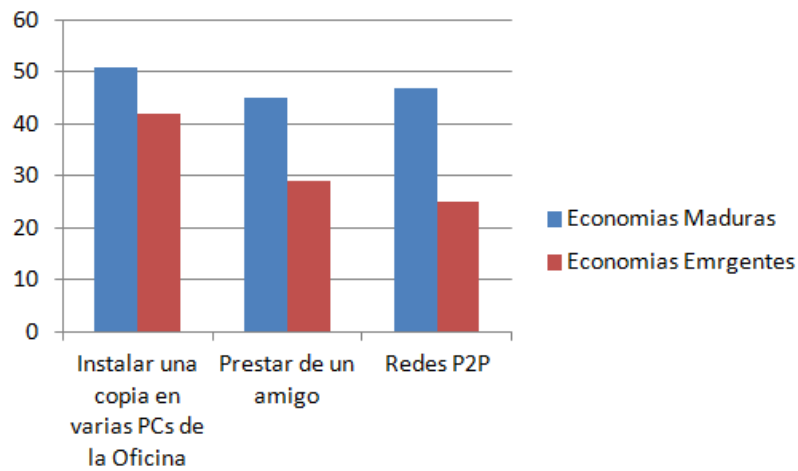


Figura 8. Confusión de los usuarios respecto a la legalidad de ciertas formas de adquirir software. Fuente: *BSA 2010 Global Study Piracy*

los puntos de venta, las condiciones de demandas, la publicidad, la calidad de los encapsulados, etc [12].

	Precio Legal	Precio CPP	Precio Pirata	Precio CPP Pirata
Estados Unidos	\$17	-	-	-
Rusia	\$11	\$55	\$5	\$25
Brasil	\$14	\$80	\$2.5	\$14
Sudáfrica	\$20.5	\$2.7	\$17	\$22
India	\$8.5	\$385	\$1.2	\$54
Mexico	\$14	\$80.50	\$0.4	\$5.75

Cuadro 1. Precios comparativos internacionales del disco Coldplay: *Viva La Vida* (CD). Fuente: *Media Piracy in Emerging Economies*

El disco de Coldplay *Viva la vida* (2008) y la película *Batman: The Dark Knight* (2008), de los estudios cinematográficos Warner Brothers, fueron grande éxitos internacionales de taquilla. Desde 2008, Coldplay ha vendido más de 9 millones de CD de *Viva la vida*, encabezando las listas de descargas digitales. La película de Batman recaudó más de mil millones de dólares estadounidenses en las taquillas de todo el mundo y, tras su lanzamiento, que tuvo lugar a finales de 2008, batió todos los récords de ventas de DVD.

Un DVD de éxito recientemente estrenado se vende en la mayoría de los mercados por 14 o 15 dólares estadounidenses, aunque en algunos países resulta cada vez más frecuente encontrar el DVD a la venta por un precio más alto. Los precios de los productos del mercado cinematográfico y del mercado de la música

	Precio Legal	Precio CPP	Precio Pirata	Precio CPP Pirata
Estados Unidos	\$24	-	-	-
Rusia	\$15	\$75	\$5	\$25
Brasil	\$15	\$85.50	\$3.50	\$20
Sudáfrica	\$14	\$112	\$2.8	\$22.40
India	\$14.25	\$641	\$1.2	\$54
Mexico	\$27	\$154	\$0.75	\$4.25

Cuadro 2. Precios comparativos internacionales de la película *The Dark Knight* (DVD). Fuente: *Media Piracy in Emerging Economies*

sólo pueden satisfacer la demanda de un *sector concreto de la clientela*. En la mayoría de los países de ingresos medios y bajos, los CDs y los DVDs siguen siendo lujos. Los mercados de productos pirateados de los países de ingresos medios y bajos son los únicos en los que se pueden encontrar precios proporcionales a los ingresos locales, algo que sí sucede en los mercados de productos lícitos de los Estados Unidos de América y de Europa.

La conclusión que se extrae de la comparación de precios es bastante sencilla: *las compañías nacionales que controlan la producción y la distribución del mercado local fijan precios competitivos para captar a la clientela nacional. Por otra parte, cuando las compañías multinacionales controlan la producción y distribución dentro de un país no suelen fijar precios competitivos para tratar de captar a la clientela de ese país.*

Los negocios del disco óptico pirateado de los Estados Unidos casi se han extinguido, desplazado por el intercambio entre usuarios (P2P) y otros servicios digitales. Los productos pirateados prácticamente no existen en los comercio minoristas. Los vendedores ambulantes siguen presentes en las principales ciudades de los Estados Unidos aunque sólo se ocupan de productos de mercado especializado. Los precios elevados en los Estados Unidos reflejan la condición de mercado especializado y, en general, un mayor poder adquisitivo.

Sin embargo, a modo de ejemplo, los precios elevados de los productos pirateados en Rusia reflejan el afianzamiento de la producción a gran escala y, bajo muchos puntos de vista, también la consolidación de los piratas protegidos por el Estado, que han alcanzado tanta importancia en el mercado como para sostener los precios [13].

En lo relativo a los productos de software, las sorpresas no abundan. Los precios de la mayoría de los programas más productivos en los países en desarrollo están a la par con los de Occidente o muy cerca de ellos. Las versiones traducidas al idioma del país, que cuentan con menores posibilidades de exportación, disfrutan de pequeños descuentos. Estos precios manifiestan la irrelevancia de los minoristas frente a los mercados de software de estos países, dado que existen muchas formas legales de ahorro para los usuarios.

	Precio Legal	Precio CPP	Precio Pirata	Precio CPP Pirata
Estados Unidos	\$149	-	-	-
Rusia	\$149	\$745	-	-
Brasil	\$109	\$621	-	-
Sudáfrica	\$114	\$912	-	-
Mexico	\$155	\$883	\$1	\$4
India	\$100	\$4500	\$2	\$90

Cuadro 3. Precios comparativos internacionales de Microsoft Office 2007: *Home and Student Edition*. Fuente: *Media Piracy in Emerging Economies*

	Precio Legal	Precio CPP	Precio Pirata	Precio CPP Pirata
Estados Unidos	\$40	-	-	-
Rusia	\$101	\$505	-	-
Brasil	\$60	\$342	-	-
Sudáfrica	\$53	\$424	\$30	\$240
Mexico	\$54	\$308	\$2	\$11
India	\$36	\$1620	-	-

Cuadro 4. Precios comparativos internacionales de Halo 3 (Xbox 360). Fuente: *Media Piracy in Emerging Economies*

4.3. La disponibilidad y la distribución

La deficiente distribución es la contraparte a los altos precios en los países de ingresos medios o bajos. Las salas de cine, los minoristas de DVD y CD, las librerías y los proveedores de software son escasos y, normalmente, se ubican en las capitales, cerca de las minorías adineradas. Las ciudades pequeñas y las provincias sufren un desmerecimiento crónico que puede llegar a ser absoluto.

En el Brasil, aproximadamente el 9% de la población reside en las ciudades de Sao Paulo y Río de Janeiro, que disponen del 41% de las salas de cine del país. En Rusia, Moscú y San Petersburgo acogen cerca del 11% de la población, pero cuentan con un 33% de las salas de cine del país. Hasta 2007 no se había abierto en Sudáfrica una sala multicines en un núcleo de población negra. Tanto la calidad de las copias como la infraestructura para su explotación en salas de cine disminuyen con la distancia.

No puede decirse que el mercado de productos pirateados compita con la venta de productos genuinos o que provoque pérdidas a sus fabricantes en las zonas en las que no tienen una red implantada de distribución. En el extremo más bajo del espectro socioeconómico, es decir, dónde los distribuidores de productos genuinos no están presentes, la piratería es simplemente el *único mercado*. Es por eso que las campañas antipiratería resultan inútiles en estos casos, por que la persona realmente no tiene opción de escoger entre un producto genuino y uno pirateado: sólo puede elegir el producto pirateado.

4.4. La posibilidad del acceso a la cultura

Las propagandas de las Industrias y la del Estado misma, se basan fuertemente en ciertos aspectos claves que valen la pena repasar:

- Enfatizan la vulnerabilidad del artista (o del escritor, investigador, programador, etc.) y el sufrimiento que estos sufren en manos de los piratas.
- Afirman que la piratería es una amenaza para los incentivos de los artistas a realizar nuevas creaciones.
- Establecen que la piratería es un problema para los países en desarrollo, ya que sin regulaciones adecuadas de la propiedad intelectual se impide el incentivo a los artistas locales y se dificulta el crecimiento del mercado local.

Sin embargo, aunque los estudios que realiza la Industria sobre la piratería está sostenida bajo grandes inversiones de dinero, los resultados son ambiguos y poco concluyentes.

Las principales asociaciones de la industria publican descripciones generales de sus métodos pero muy poco acerca de las asunciones, prácticas o datos que respaldan su trabajo. Es imposible evaluar los resultados de la BSA en los porcentajes de piratería, por ejemplo, sin entender las figuras clave de su modelo, como lo son los estimados del número de computadoras en un país, el precio promedio del software en diferentes contextos. Es imposible evaluar los reclamos de la MPAA sin saber las preguntas de las encuestas y como calculan las variables clave, como lo son los efectos de la substitución de ventas legales por piratas - una variable crítica en el centro del debate sobre del impacto neto de la piratería [14].

También existe una controversia con respecto a si los ingresos que vienen del derecho de autor representan necesariamente una motivación para la creación e innovación. Hasta cierto punto, el debate está determinado por la propaganda que describe las pérdidas por ventas *potenciales*⁸. Ahora bien, decir que beneficiar a los dueños de los derechos de propiedad es el método más adecuado de apoyar la labor de creatividad es una posición ideológica, no un hecho económico concreto. Esto nos lleva a preguntarnos si quiénes realmente están detrás de las campañas de la industria: los autores/músicos/actores/programadores, etc o los dueños de las compañías.

El escritor brasileño Paulo Coelho afirmó en una entrevista que para él es igualmente productivo que una persona baje una versión pirateada de sus libros. Él se basa en el hecho de que en varios casos, personas que quedaron encantadas con su obra al final terminaron comprando la versión original de su libro, lo cual quiere decir que la piratería en cierta manera abrió el camino para la difusión de sus obras.

Algunos artistas a menudo explican que su trabajo en un principio nació de la idea de llegar a las personas y no necesariamente de vender a las personas. Establecen que la esencia de su trabajo es transmitir un mensaje o un sentimiento a sus fans y que al final esto está por encima de todo.

⁸ El estudio del IFPI *Digital Music Report 2011* es un claro ejemplo de esta clase de descripciones.

En el caso de la música pueden verse aspectos curiosos al respecto. De manera que las ventas de los discos en todo el mundo cayó de manera abrupta, las ganancias por las presentaciones en vivo de los artistas se mantuvieron e inclusive aumentaron. En países como Paraguay con un alto índice de piratería se puede ver que los conciertos de los artistas representan un negocio atractivo para quienes los traen y para los artistas mismos y que miles de personas acuden a ellos inclusive a pesar de los altos precios. Para el concierto de Aerosmith y Guns n Roses se vendieron más de cincuenta mil entradas para cada uno pero probablemente ni la décima parte del público cuenta con algún CD o DVD original de alguno de estos artistas. Se puede ver que de alguna manera la cultura termina llegando a las personas y en cierta manera beneficiando a los artistas y a las empresas locales.

En lo referente al software, la piratería extendida puede en última instancia contribuir a un aumento de las ventas, aun cuando las perjudiquen a corto plazo. Esto se debe a que la piratería sirve para establecer una base de mercado para la explotación futura, y en algunos casos puede contribuir a la saturación casi monopolista del mercado. De hecho, esto es algo que los ejecutivos de Microsoft no han pasado por alto, y probablemente sea la causa de la reciente conducta *solidaria* del gigante del software, particularmente ante la amenaza que representan los software libres de código abierto.

Para resumir la idea: los pocos (y dominantes) industrias de la cultura y el conocimiento protegidos por el Estado tenían originalmente la intención de promover la educación, las artes y las ciencias equilibrando un mecanismo de incentivo para los creadores originales con los derechos del público a acceder al conocimiento. Ahora, sin embargo, las grandes compañías son las dueñas de los monopolios del conocimiento, no los creadores originales; los términos del derecho de autor se han extendido hasta casi un siglo después de la muerte del autor, y las sanciones por las infracciones son mayores que nunca antes.

5. De cara al futuro y conclusión

Existen en el mundo diversas formas de piratería y diversos usuarios piratas. En los países de altos ingresos, la conectividad de banda ancha hace que el Internet sea la principal fuente de piratería. Los usuarios prefieren bajar los medios de internet por el hecho de ser gratis y por el hecho de no salir de su hogar y en general se ve que no existe una comprensión clara de la ilegalidad de este hecho (como se vio en el caso del software y de los filmes). En los países de altos ingresos, la piratería digital no comercial ha logrado desplazar casi en su totalidad a la cadena industrial de venta de discos pirateados. Parte de la razón de este cambio se debe al enfoque de sitios Web como BitTorrent y otros servicios de intercambio entre usuarios (P2P). En este contexto, los tribunales se han mostrado receptivos hacia el alegato de la industria sobre la responsabilidad civil por daños a terceros, aun cuando esos sitios Web no son más que motores de búsqueda.

Pero pese a la rápida evolución de la conectividad de banda ancha, el mercado del disco óptico pirateado es la fuente principal de acceso a las grabaciones musicales y cinematográficas en los mercados en desarrollo.

Las campañas de la industria no han logrado cambiar la actitud del consumidor pirata y no se ve que haya una tendencia hacia ello. Las campañas satanizan cada vez más a la piratería mientras que las industrias se ven cada vez más interesadas en mantener un precio de sus productos uniforme en todo el mundo. Son contadas las empresas que ponen sus precios de acuerdo a la dinámica de los mercados locales.

Y aún peor: nadie en la industria hace conciencia de las posibilidades de acceso al conocimiento que tienen las personas al comprar bienes pirateados cuando no cuentan con la posibilidad de adquirir uno genuino. Sin embargo, se vió como la piratería fomenta de cierta manera la compra de bienes legales y el éxito de los artistas a nivel global.

La conclusión aquí es que las industrias no se animan a decidir entre sufrir altas cifras de piratería y registrar ganancias mas bajas. La pregunta estratégica es cómo pasar de la primera a la segunda de manera eficiente.

Referencias

1. Piratería. <http://es.wikipedia.org/wiki/Pirater%C3%ADa>
2. Risso, P.: Cross-Cultural Perceptions of Piracy: Maritime Violence in the Western Indian Ocean and Persian Gulf Region during a Long Eighteenth Century. *Journal of World History* 12(2), 293–319 (2001) <http://piracy.ssrc.org/the-report/>
3. BSA: ¿Qué es la piratería del software?. <http://www.bsa.org/country/Anti-Piracy/What-is-Software-Piracy.aspx>
4. Media Piracy in Emerging Economies, chap. 1, p. 40. Social Science Research Council (2011). <http://piracy.ssrc.org/the-report/>
5. Nápster. <http://es.wikipedia.org/wiki/Napster>
6. Felix Oberholzer. Koleman Strumpf.: The Effect of File Sharing on Record Sales. An Empirical Analysis.
7. IFPI: Digital music report 2011. Tech. rep., IFPI (2011)
8. Peitz, M Waelbroeck,P.: A Critical Review of the Economics Literature. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=466063
9. Hernández, A.: La industria del cine en alerta ante la piratería. <http://www.idg.es/pcworld/La-industria-del-cine-en-alerta-ante-la-pirateria/doc36797-.htm>
10. (OTX), O.T.E.: Worldwide internet piracy study. http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/otx_piracy.pdf
11. BSA: 2010 global piracy study. Tech. rep., BSA (2010). <http://portal.bsa.org/globalpiracy2010/>
12. Media Piracy in Emerging Economies, chap. 1, p. 56. Social Science Research Council (2011)
13. Karaganis, J.: La Piratería de Productos audiovisuales y de Software en las Economías Emergentes. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (2010)
14. Juárez, G.: La industria del copyright ha perdido el beneficio de la duda. <http://alt1040.com/2011/03/la-industria-del-copyright>