

Citar: Apellidos, N. (2016) "Título", en: Santos González, D. y Giménez Rodríguez, S. (coords.) (2016). *Integraciones y Desintegraciones sociales*. Toledo: ACMS, pp.

PIRATERÍA: ¿FAVORECIENDO O PERJUDICANDO LA CULTURA?

Jesús Francisco Alcázar Mesia. *Universidad Rey Juan Carlos*

Los medios digitales cada vez están más inmersos en el día a día de la cultura occidental. Debido a estos avances de las últimas décadas, cada vez es más fácil descargar contenido de la web, que en su día abrió la veda a la piratería tanto para programas informáticos, archivos de música o películas.

Centrándonos en el caso de los filmes, el Observatorio de la Piratería en España estima que el 87,48 % de los contenidos descargados en 2015 en la web eran ilegales (Jiménez,2016), cifra nada despreciable. Sin embargo, resulta complicado conocer qué metodología se sigue para estimar este porcentaje. Analizando la situación con un primer vistazo, pareciera que la piratería es un enemigo muy fuerte no sólo de los empleos que genera la industria cinematográfica, sino de la propia cultura en sí. Incluyendo, como no, a los derechos de autor.

Sin embargo, como individuos que somos de un engranaje social, tenemos derecho al acceso a la cultura. Es por ello, que los precios que permiten consumirla, deben ajustarse tanto a las necesidades del mercado como a los precios que pueden asumir los consumidores.

Existe, por parte de los medios masivos, una cierta tendencia a la defensa en contra de la piratería y de los beneficios que tiene su erradicación. Un ejemplo claro de ello fue en 2012 cuando el FBI procedió al cierre de Megaupload, una web de almacenamiento masivo de archivos, que a su vez poseía a Megavideo, website para emitir contenido en streaming. Estos sitios web, eran comúnmente utilizados para ver películas online o proceder a su descarga y, aunque tenía ciertas limitaciones, existía una modalidad de pago. Hay que aclarar que este sitio alojaba contenido subido por sus usuarios particulares, no se trataba de un videoclub online. Al producirse el cierre, los medios de comunicación se enarbolaban de titulares que pretendían demostrar cómo la industria cinematográfica había sufrido un impacto rápido y positivo de este cierre. Se podía ver cómo la tendencia era publicar que la taquilla del fin de semana del cierre de Megaupload, comparada con ese mismo fin de semana en el año anterior, había sufrido un aumento de un 32% (una cifra nada despreciable), pasando de recaudar en 2011 una cifra de 103.019.307 dólares a embolsar 136.000.000 dólares en 2012 (Alemany, 2012). Lo que no decían, era que esta cifra poco o nada tiene que ver con el cierre de Megaupload.

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

Sin embargo, como se puede observar en el Gráfico 1, el dato de la recaudación de taquilla en estados unidos varía muchísimo de un año a otro, por lo que no se le puede asignar ninguna tendencia clara a esta cifra.

GRÁFICO 1



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Boxoffice.

Otro de los argumentos que en muchas ocasiones se utilizan (ya sea por el colectivo popular o por los medios de comunicación) es el hecho de que cada vez el mercado cinematográfico recauda menos dinero en los cines por las descargas digitales, así como por un menor número de espectadores. Se pueden poner ejemplos como el del diario El País en el año 2004, que lanzaban opiniones con tintes poco esperanzadores para la industria cinematográfica española como que “El cine español perdió en 2004 tres millones de espectadores” o que “el descenso de la cuota de mercado del cine español (...) ha pasado del 15,77% de la recaudación en 2003 al 13,37% en 2004” (Agencias, 2004). Pues bien, como se puede observar en el Gráfico 2, el porcentaje de las películas españolas con respecto al total de la recaudación por exhibición de filmes en España es en el año 2002 de un 13,5%, para ser en 2003 de un 15,8% y en 2004 de un 13,4%, por lo que se trataba de un dato muy variable a la hora de estas declaraciones. En el año 2005 la recaudación por películas españolas pasó a representar un 16,7% y en la actualidad representa un nada despreciable 25,5%. Razón por la cual su presencia a niveles de recaudación monetaria cada vez se ve más representada en nuestro país. Sin embargo, si prestamos atención a las cifras, en los años 2013 y 2014 la recaudación ha sufrido una caída de 150 millones de euros con respecto a la media de los años anteriores que se situaba en unos 650 millones de euros por año. Sin que aún se hayan publicado las cifras del ejercicio 2015, tal vez deberíamos preguntarnos el porqué de esta caída. Aunque tal vez se trate de tan sólo

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

un bache, ya que en el año 2014 se recaudó unos 12 millones de euros más que en 2013.

GRÁFICO 2



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

A pesar de esto, se puede confirmar una de las afirmaciones que el colectivo social tiene en mente, cada vez van menos personas al cine. Como se ha podido comprobar por los datos ofrecidos por el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Observando las cifras que se muestran en el Gráfico 3, podemos ver cómo desde el año 2004 hasta el 2014 la cifra de espectadores ha caído en unos 50 millones. Sin embargo, las películas ofertadas en cartelera se han visto reducidas, aunque levemente, como se puede comprobar en el Gráfico 4.

GRÁFICO 3



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

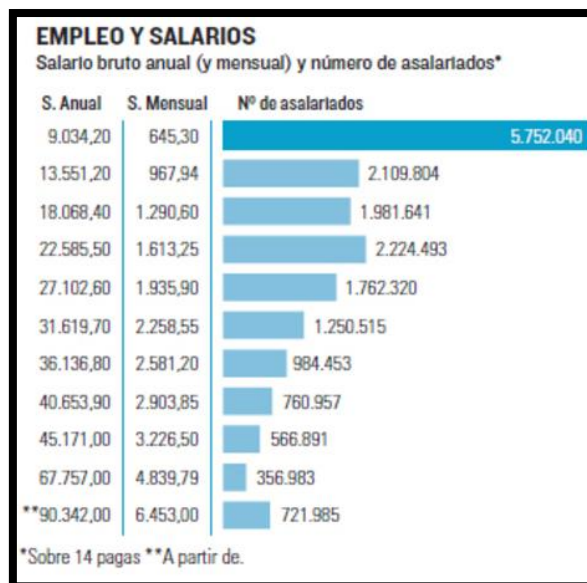
GRÁFICO 4



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Una vez conocidas estas cifras, cabe preguntarse por qué motivos sucede esto. Uno de los principales que se han barajado ha sido la situación salarial en España. En el año 2014, el 42,6% de los asalariados españoles no superaba los 1.000 euros brutos al mes, cifras que pueden observarse en el Gráfico 5 sobre el empleo y salarios en España en 2014, y que muestran cómo una gran parte de los españoles no percibe un sueldo muy acaudalado.

GRÁFICO 5



Fuente: Elaboración de Núñez a partir de datos de Agencia Tributaria

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

Esta razón puede ser una de las cuales que explique por qué cada vez van menos espectadores al cine. Ya que estos, al percibir un sueldo tan bajo, ven reducido su presupuesto al ocio. Y aunque la oferta de películas no se haya visto muy reducida en los últimos años como se ha visto en el Gráfico 4, estos espectadores potenciales buscan otras alternativas a asistir a las salas de cine, ya que estas aumentan el precio de su entrada año tras año, como se observa en el Gráfico 6.

GRÁFICO 6



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Facua.

Estas otras alternativas pasan desde las descargas ilegales, hasta la suscripción a videoclubs online. Pasando por el alquiler y compra de películas en formato físico. Ya que ha resultado imposible conocer el número de descargas ilegales, así como la compra y alquiler de productos en formato físico, se ha puesto el foco en los videoclubs online, que cada vez son de uso más frecuente.

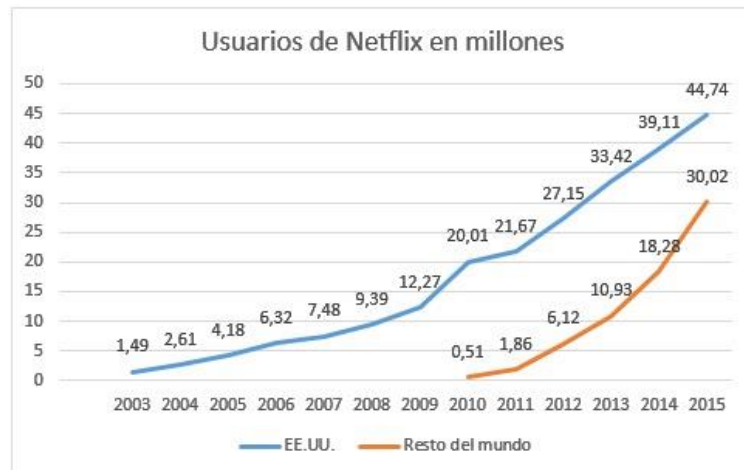
En el caso español, estos videoclubs online han tardado en asentarse. Ya desde 2010 contamos con casos como Wuaki, Nubeox o Filmin. Estos, a pesar de ofrecer servicios por un precio ajustado para introducirse al mercado, pecaban de no tener los derechos de un sinnúmero de productoras, reduciendo de esta forma su catálogo de una manera considerable, por lo que un individuo debía suscribirse a un gran número de estas plataformas si quería disponer de un catálogo más o menos decente.

No ha sido hasta el pasado año 2015 en el que el gigante estadounidense Netflix aterrizó en España. La gran ventaja de esta plataforma es que cuenta con un gran

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

número de licencias, por lo que puede ofrecer un gran catálogo de series y películas a un precio que los consumidores consideran más o menos razonable. A pesar de que no se hayan podido obtener los datos desagregados por países, ya que la compañía no los ofrece, se puede observar en el Gráfico 7 cómo estos crecen de una forma exponencial tanto en EE.UU. como en el resto del mundo.

GRÁFICO 7



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Netflix.

Este aumento tan grande año a año en el número de suscriptores de Netflix, hace pensar que los consumidores del séptimo arte están abandonando la forma usual de consumir estos productos, ya que el precio de las entradas de cine cada vez es más restrictivo, a la vez que el poder adquisitivo de estas personas se ve reducido. Y por unas condiciones razonables como son un precio asequible y un catálogo amplio, son receptivos a abrirse a nuevos métodos de consumo. Razón por la que habría que plantear a la sociedad si las pérdidas del mercado cinematográfico (ya sean monetarias o en número de espectadores) se deben a las prácticas anteriormente citadas o a un trasvase a un nuevo tipo de mercado aún en florecimiento.

Por otro lado, cabe señalar la incógnita de si el dinero que deja de generar la industria por parte de la piratería es o no una venta menos. Existen casos, no se puede decir en qué porcentaje, ni si representan una mayoría o no, de individuos que jamás pagarían por el consumo de una película en concreto, ya sea porque no disponen de los recursos económicos suficientes o por que no consideran que valga el dinero que cuesta. Es decir, el dinero que la industria contabiliza como una pérdida, jamás se iba ganar. Por lo tanto, ¿qué dinero ha perdido en este caso? La respuesta es; ninguno.

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

De hecho, los individuos que no disponen de los recursos suficientes para visualizar todos los largometrajes que quisieran, en muchos casos gracias a la posibilidad que les da la piratería de visualizarlos, acaban consumiéndolos en el mercado de una manera legal, es decir, generan ventas que de no ser por lo que la piratería les ofrece jamás repercutiría en unos ingresos para la industria.

Esta última cuestión abre una incógnita a gran reflexión, quedando a expensas de que las cifras de las recaudaciones de los filmes, así como de las plataformas digitales tengan una mayor transparencia. También, hacer ver que este asunto tan inmerso en nuestra sociedad actual precisa de nuevas investigaciones y estudios que profundicen de un mayor modo en cómo estos asuntos afectan tanto a los individuos como a su cultura. Para aclarar, de esta forma, si la piratería es una enemiga o una amiga de la expansión cultural.

BILIOGRAFIA Y FUENTES ELECTRÓNICAS

ALEMANY,L (2012), “Los cines llenan tras el cierre de Megaupload”. En la Red: <http://www.elmundo.es/elmundo/2012/01/23/cultura/1327307691.html> (datos obtenidos, 02/10/2016)

BOXOFFICE (2005), “Weekend Index”. En la Red: <http://www.boxofficemojo.com/weekend/?yr=2005&p=.htm> (datos obtenidos, 02/10/2016) BOXOFFICE (2006), “Weekend Index”. En la Red: <http://www.boxofficemojo.com/weekend/?yr=2006&p=.htm> (datos obtenidos, 02/10/2016)

BOXOFFICE (2007), “Weekend Index”. En la Red: <http://www.boxofficemojo.com/weekend/?yr=2007&p=.htm> (datos obtenidos, 02/10/2016)

BOXOFFICE (2008), “Weekend Index”. En la Red: <http://www.boxofficemojo.com/weekend/?yr=2008&p=.htm> (datos obtenidos, 02/10/2016)

BOXOFFICE (2009), “Weekend Index”. En la Red: <http://www.boxofficemojo.com/weekend/?yr=2009&p=.htm> (datos obtenidos, 02/10/2016)

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

BOXOFFICE (2010), "Weekend Index". En la Red:

<http://www.boxofficemojo.com/weekend/?yr=2010&p=.htm> (datos obtenidos, 02/10/2016)

BOXOFFICE (2011), "Weekend Index". En la Red:

<http://www.boxofficemojo.com/weekend/?yr=2011&p=.htm> (datos obtenidos, 02/10/2016)

BOXOFFICE (2012), "Weekend Index". En la Red:

<http://www.boxofficemojo.com/weekend/?yr=2012&p=.htm> (datos obtenidos, 02/10/2016)

FACUA (2003), "Cines en España 2003". En la Red:

<https://www.facua.org/facuainforma/2003/29diciembre2003.htm> (datos obtenidos, 13/10/2016)

FACUA (2004), "Cines en España en 2004". En la Red:

<https://www.facua.org/facuainforma/2004/14diciembre2004.htm> (datos obtenidos, 13/10/2016)

FACUA (2005), "Cines en España en 2005". En la Red:

<https://www.facua.org/facuainforma/2005/27diciembre2005.htm> (datos obtenidos, 13/10/2016)

FACUA (2006), "Los precios de los cines en España en 2006". En la Red:

<http://www.facua.org/facuainforma/2006/29diciembre2006.htm> (datos obtenidos, 13/10/2016)

FACUA (2007), "Los precios de los cines en España en 2007". En la Red:

<http://www.facua.org/es/tablas/cines2007.htm> (datos obtenidos, 13/10/2016)

FACUA (2008), "Los precios de los cines en España en 2008". En la Red:

<https://www.facua.org/es/tablas/cines2008.htm> (datos obtenidos, 13/10/2016)

FACUA (2009), "Los precios de los cines en España en 2009". En la Red:

<https://www.facua.org/es/tablas/cines2009.pdf> (datos obtenidos, 13/10/2016)

FACUA (2010), "Los precios de los cines en España en 2010". En la Red:

<http://www.facua.org/es/tablas/cines2010.pdf> (datos obtenidos, 13/10/2016)

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

FACUA (2011), "Los precios de los cines en España en 2011". En la Red:
https://www.facua.org/es/tablas/tabla_cine_2011_web.pdf (datos obtenidos, 13/10/2016)

FACUA (2012), "Los precios de los cines en España en 2012". En la Red:
<http://facua.org/es/tablas/cines2012.pdf> (datos obtenidos, 13/10/2016)

FACUA (2014), "Los precios de los cines en España en 2014". En la Red:
http://facua.org/es/documentos/Tabla_estudio_cines_2014.pdf (datos obtenidos, 13/10/2016)

JIMENEZ, H; PALAO, I (2016) "Observatorio de piratería y Hábitos de Consumo de Contenidos Digitales 2015" En la Red: <http://lacoalicion.es/wp-content/uploads/ejecutivo-observatorio-2015-vd-es.pdf> (datos obtenidos, 15/10/2016)

MINISTERIO DE EDUCACIÓN CULTURA Y DEPORTE (2014), "Evolución del mercado cinematográfico". En la Red: <http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/cine/mc/cdc/evolucion/mercadocine.html> (datos obtenidos, 13/10/2016)

NETFLIX (2004), "2003 Annual Report" en la Red:
http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x16170/8A618AD4-4E4B-433D-8542-6D12F82828A4/2003AR_print.pdf (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2005), "2004 Annual Report" en la Red:
http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x16172/9574D9C5-49DC-430C-A13D-7FADA935EEF7/2004AR_print.pdf (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2006), "2005 Annual Report" en la Red:
<http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x35254/95E7CA00-F82E-4F72-B288-30C23281E250/2005ar.pdf> (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2007), "2006 Annual Report" en la Red:
<http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x102032/B149CD7C-55A6-444A-AB8A-367BBA459D35/NFLX.pdf> (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2008), "2007 Annual Report" en la Red:
http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x188779/a5de0034-8320-4d49-b13b-80c9845e49d4/AR_10K_final.pdf (datos obtenidos, 14/10/2016)

MESA DE TRABAJO 1: SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y DEL LENGUAJE

NETFLIX (2009), "2008 Annual Report" en la Red:

http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x290276/4f1d397b-d0d4-4445-938c-b548e6454e2f/Final%20AR_10K.pdf (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2010), "2009 Annual Report" en la Red:

http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x364065/2add3064-3eea-4266-80c3-c6090d4bafc1/Netflix_-_2009_Annual_Report.pdf (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2011), "2010 Annual Report" en la Red:

<http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x460274/17454c5b-3088-48c7-957a-b5a83a14cf1b/132054ACL.PDF> (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2012), "2011 Annual Report" en la Red:

http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x561754/3715da18-1753-4c34-8ba7-18dd28e50673/NFLX_10K.pdf (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2013), "2012 Annual Report" en la Red:

http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x658002/2604be28-a3d3-49e6-a504-df6cb4856a02/2012_10K.pdf (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2014), "2013 Annual Report" en la Red:

http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x748407/76a245dc-3314-401c-baba-ed229ca9145a/NFLX_AR.PDF (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2015), "2014 Annual Report" en la Red:

<http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x826035/b69e6840-a84e-425e-9ea3-a0ff4c507e58/SEC-NFLX-1065280-15-6.pdf> (datos obtenidos, 14/10/2016)

NETFLIX (2016), "2015 Annual Report" en la Red:

http://files.shareholder.com/downloads/NFLX/3014723280x0x905148/A368EB08-AAAC-40BB-9F64-84F277F99ADE/2015_Annual_Report.pdf (datos obtenidos, 14/10/2016)

NÚÑEZ, F (2014), "El 34% de los trabajadores españoles gana menos de 645 euros mensuales" en la Red:

<http://www.elmundo.es/economia/2014/11/21/546e5c3dca4741a15b8b457d.html> (datos obtenidos, 14/10/2016)