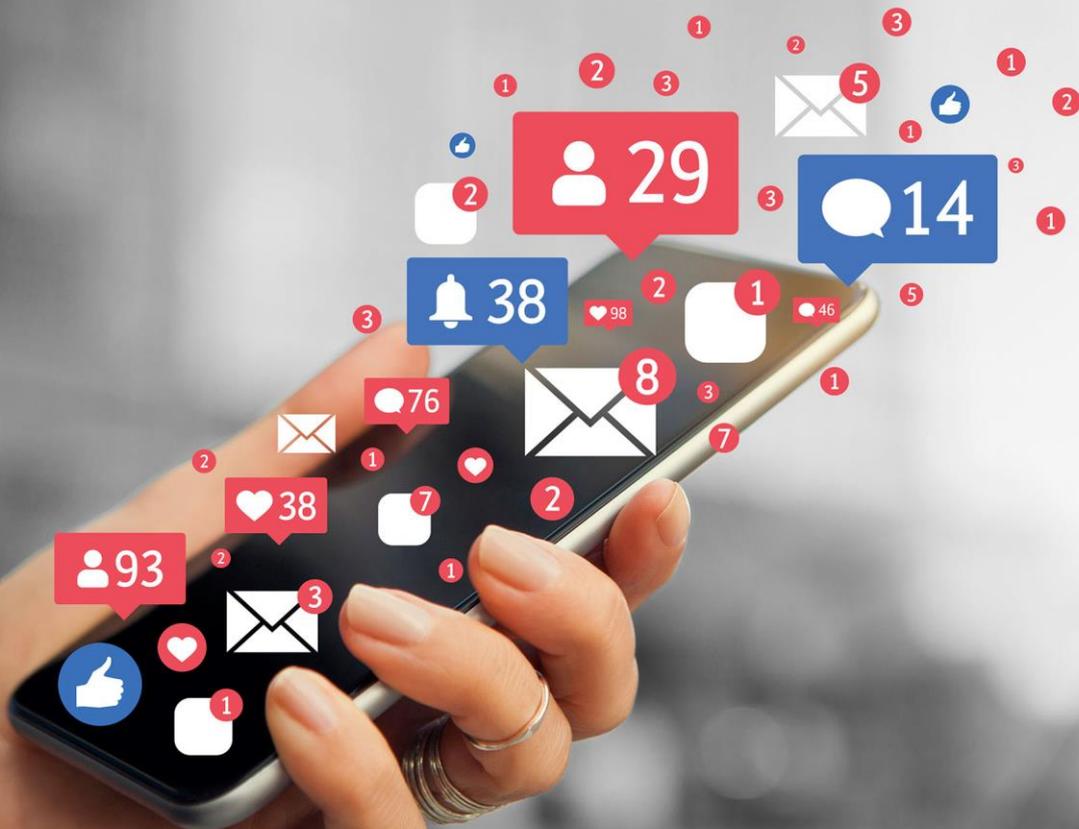


Seguimiento y análisis de los medios sociales con respecto a la vulneración de los DPI



Resumen ejecutivo

El crecimiento del comercio electrónico está bien documentado, pero no está claro cómo el auge de las diferentes tecnologías y hábitos de consumo ha afectado a la vulneración de los derechos de propiedad intelectual (DPI) en Internet y, más concretamente, en las plataformas de medios sociales. En este contexto, la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) decidió realizar un estudio para comprender mejor la dimensión y la frecuencia de las vulneraciones de los DPI en los medios sociales ⁽¹⁾. Para comprender mejor las actividades y tendencias actuales relacionadas con los productos físicos falsificados y con la piratería de contenidos digitales, este estudio se organizó en torno a tres líneas de interés.

El objetivo de la primera parte del estudio es ofrecer una imagen completa del uso de los medios sociales que está relacionado con posibles actividades de promoción o vulneración de los DPI; la segunda parte mide la presencia relativa de las vulneraciones de los DPI en relación con los productos físicos y contenidos digitales en los medios sociales, en comparación con los productos auténticos o los contenidos digitales lícitos protegidos por derechos de autor; finalmente, el objetivo de la tercera parte es identificar los indicadores clave para reconocer mejor los modelos de negocio que vulneran los DPI en los medios sociales.

El alcance del análisis se llevó a cabo mediante la extracción de datos de cuatro plataformas de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y Reddit), en seis países europeos: Alemania, España, Francia, Italia, Polonia y Suecia, aunque no siempre fue posible hacer un seguimiento de las conversaciones en los canales de las redes sociales seleccionadas para el estudio. Para mitigar esta limitación se utilizaron criterios lingüísticos para asignar las conversaciones a los países destinatarios. Así, se añadió el inglés a las seis lenguas de la Unión Europea (UE) contempladas para el estudio (alemán, español, francés, italiano, polaco, sueco), puesto que los hablantes no nativos lo utilizan ampliamente en los medios sociales.

⁽¹⁾ Tal y como se destaca en el [Informe de situación de 2020 sobre la vulneración de los DPI](#), publicado por la EUIPO en junio de 2020.

El estudio aplicó una metodología basada en el análisis de la inteligencia social y en un análisis cuantitativo y cualitativo. Al abordar las conversaciones relacionadas con la vulneración de los DPI de productos físicos y contenidos digitales, una de las limitaciones del estudio fue el derecho a acceder a determinadas conversaciones en las redes sociales. Por lo tanto, el estudio solo aborda las conversaciones públicas. Otra cuestión destacada por el estudio es la dificultad de distinguir entre contenidos lícitos e ilícitos. Por último, los resultados presentados en este informe representan, lógicamente, una muestra restringida y el análisis solo puede referirse a los seis países, las siete lenguas y los cuatro canales de medios sociales incluidos. No obstante, esta variedad de fuentes y la amplitud de los datos hacen que las conclusiones extraídas tengan una pertinencia más amplia. Del mismo modo, la importancia de este informe en torno a los comportamientos identificados en los medios sociales puede considerarse indicativa de hábitos más amplios que, a día de hoy, destacan en los medios sociales con respecto a la vulneración de la PI.

El uso de los medios sociales para actividades de promoción o vulneración de los DPI

Para el estudio se extrajo un total de 3,9 millones de conversaciones relacionadas con las categorías y marcas elegidas para representar productos físicos, utilizando el análisis de la inteligencia social. Entre estas categorías de productos físicos, la mayoría de las conversaciones giraron en torno a los juguetes, los perfumes y los cosméticos. En cuanto al contenido digital, la mayoría de las conversaciones giraron en torno a las películas, la música y los videojuegos.

Para el estudio se consideró que una conversación relacionada con la vulneración de los DPI era cualquier conversación relacionada con la infracción de un DPI. El estudio identificó que un 11 % de las conversaciones sobre productos físicos podrían estar, posiblemente, relacionadas con falsificaciones, y que un 35 % de las conversaciones sobre contenidos digitales podrían estar, posiblemente, relacionadas con la piratería. Aunque el análisis cuantitativo se llevó a cabo con cuidado, el estudio pone de relieve la dificultad de identificar con certeza las vulneraciones de los DPI.

Al examinar en qué ámbito se registra el mayor número de infracciones de los DPI, las prendas de vestir, el calzado y la joyería figuran entre los tres principales productos

físicos. Los libros electrónicos, los programas de televisión y la música registraron el mayor número de infracciones contra contenidos digitales. La conclusión clara que cabe extraer de estas pruebas es que estos productos, en su conjunto, tienen la tasa más alta de conversaciones identificadas como posiblemente relacionadas con vulneraciones de la propiedad intelectual.

Presencia relativa de conversaciones relacionadas con productos falsificados y contenidos pirateados en medios sociales, en comparación con productos auténticos o contenidos digitales lícitos

En la segunda parte del estudio, basada en el análisis de tres aspectos diferentes, a saber, las plataformas, las lenguas y los plazos, se identificaron determinadas tendencias en las actividades que infringen los DPI y en los esfuerzos para promoverlas.

En el caso de las vulneraciones de los DPI relativas a los productos físicos, el estudio pone de relieve que Instagram es la red social con el mayor volumen total de conversaciones. En cuanto a la categoría de productos, Instagram también es la principal plataforma de conversación respecto a los relojes, juguetes, perfumes y cosméticos, joyería y el calzado. Según el estudio, Twitter registra el mayor número de conversaciones sobre prendas de vestir y juguetes, y Reddit se utiliza con mayor frecuencia para conversaciones sobre medicamentos y sombrerería. Por el contrario, Facebook ⁽²⁾ muestra un menor número de conversaciones, lo que podría explicarse por el enfoque eficiente de la plataforma a la hora de identificar y eliminar los contenidos infractores ⁽³⁾. Sin embargo, esto no puede corroborarse con las pruebas de este informe y, de hecho, es muy posible que el bajo número de conversaciones registradas en Facebook se deba a que las conversaciones relacionadas con la vulneración de los DPI tengan lugar en privado y no en público. Aunque todas las plataformas tienen una opción de mensajería directa, el protagonismo de los grupos privados parece ser un fenómeno exclusivo de Facebook. Dado que este estudio solo aborda las conversaciones públicas, esta hipótesis no puede confirmarse, pero debe tenerse en cuenta al observar el número comparativamente bajo de conversaciones sospechosas

⁽²⁾ Los grupos privados de Facebook están excluidos de este estudio.

⁽³⁾ Las medidas adoptadas por Facebook para hacer frente a la vulneración de los DPI incluyen un «programa global de notificación y retirada, una sólida política de reincidencia de infracciones y medidas especializadas que van más allá de la notificación y retirada» – [Informe de transparencia de Facebook](#).

de vulnerar los DPI identificadas en Facebook mediante el análisis de la inteligencia social.

En el caso de la vulneración de los DPI en relación con los contenidos digitales, se observó un patrón diferente. Reddit adquiere especial importancia para las conversaciones relacionadas con películas y programas de televisión, mientras que Twitter figura como la plataforma preferida para las conversaciones relacionadas con la música y los libros electrónicos.

En cuanto al parámetro de la lengua, la primera parte del estudio pone de relieve que predomina el inglés y que algunas lenguas, como el polaco y el sueco, se utilizan con poca frecuencia. A pesar de ello, en Instagram se observa un gran número de conversaciones en alemán, español, francés e italiano relativas a los productos físicos, mientras que las menciones relacionadas con el sector farmacéutico aparecen con mayor frecuencia en Twitter.

Dado que la duración del estudio fue de seis meses (de abril a septiembre de 2020) y tuvo lugar durante la pandemia de la COVID-19, se observó que los resultados obtenidos se vieron afectados, en parte, por el confinamiento. Con el fin de contextualizar los resultados, se comparó el volumen global de las conversaciones relacionadas con los DPI con el patrón general de conversaciones sobre DPI registradas durante los tres últimos años (de junio de 2017 a julio de 2020). Esto puso de relieve que, en el caso de los productos físicos, la categoría farmacéutica mostró un aumento notable de conversaciones, y la categoría de prendas de vestir alcanzó su punto máximo hacia el final del confinamiento. En cambio, la tendencia en lo que respecta a los contenidos digitales mostró un aumento progresivo en lo que se refiere a las conversaciones, lo cual podría interpretarse como un efecto de curva de aprendizaje de los usuarios, a medida que estos se familiarizaron más con el consumo tanto lícito como ilícito de contenidos digitales.

Modelos de negocio que vulneran los DPI presentes en los medios sociales

La modelización de temas y el análisis cualitativo que se realizaron para identificar posibles modelos de negocio que vulneren los DPI ponen de relieve que es muy difícil

encontrar un patrón con respecto a la vulneración de los DPI en los medios sociales. Esto podría explicarse por las observaciones que siguen.

- En el caso de los productos físicos, el análisis reveló que las conversaciones relacionadas con la vulneración de los DPI se refieren, principalmente, a promociones y actividades comerciales. Los proveedores de productos falsificados copiaron modelos de negocio provechosos y con éxito que ya habían sido utilizados por las marcas legítimas.
- En las conversaciones recopiladas, la piratería de contenidos digitales se vio impulsada por la intención de los usuarios de acceder a los contenidos pirateados. De hecho, todas las conversaciones versaron sobre cómo encontrar formas de acceder a los contenidos ilegalmente. En consecuencia, los proveedores de contenidos digitales pirateados asumen un papel pasivo, confiando a los usuarios la difusión de la información y la atracción de otros usuarios a sus contenidos.

Aunque en este estudio no pudieron establecerse modelos de negocio de vulneración de los DPI «a medida», el análisis dio lugar a la definición de lo que puede denominarse un enfoque de «conjunto de pistas» para ayudar a identificar las conversaciones relacionadas con la vulneración de los DPI, tanto para los productos físicos como para los contenidos digitales. Se podría favorecer una detección más fiable empleando modelos de aprendizaje automático entrenados que pudieran proporcionar predicciones y recomendaciones.

El estudio demuestra que las plataformas de medios sociales son herramientas de vulneración recurrente de los DPI, tanto para productos físicos como para contenidos digitales. Además, la identificación de este tipo de contenidos es compleja debido a las estrategias variadas y en constante cambio utilizadas por los proveedores de productos falsificados o de contenidos pirateados, que se extienden en múltiples plataformas, lenguas y tipos de contenidos.