



Las descargas de contenidos audiovisuales en Internet entre estudiantes universitarios

The Audiovisual Content Downloads among University Students

- Juliana Duarte-Hueros es Doctoranda de la Universidad de Extremadura y Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (España) (j.duarte.h@gmail.com) (<http://orcid.org/0000-0003-2357-2979>)
- Dra. Ana Duarte-Hueros es Profesora Titular del Departamento de Educación de la Universidad de Huelva (España) (duarte@uhu.es) (<http://orcid.org/0000-0002-3819-5857>) (<http://orcid.org/0000-0002-3819-5857>)
- Dra. Soledad Ruano-López es Profesora del Departamento de Información y Comunicación de la Universidad de Extremadura en Badajoz (España) (solruano@unex.es) (<http://orcid.org/0000-0003-1963-3898>)

RESUMEN

El presente trabajo analiza el fenómeno de las descargas de contenidos audiovisuales –películas y series de televisión– que habitualmente practican los universitarios a través de Internet; sus actitudes ante las descargas ilegales y la formación que tienen en relación a la situación legal de las mismas. Estas cuestiones conforman una realidad que aunque a priori parece ser demasiado frecuente, se encuentra todavía muy poco explorada y es escasamente tratada desde una perspectiva científica en nuestro contexto. Los datos se obtuvieron a partir de un cuestionario diseñado ad hoc, administrado a estudiantes de tres Grados universitarios (Comunicación Audiovisual, Educación Primaria y Educación Social), por considerar que se trata de titulaciones en las que un conocimiento de base ético y legal ante las descargas de contenidos en la red es urgente y necesario para unos jóvenes que se están preparando con el propósito de dedicarse a la formación e información de los futuros ciudadanos del siglo XXI. Los resultados del estudio muestran cómo el consumo de contenidos procedentes de la industria audiovisual (televisiva y cinematográfica), es una práctica asentada entre los universitarios, que tienen actitudes claramente favorables hacia ella pero que prestan escasa importancia a cuestiones éticas y legales ante las descargas no legales, además de tener muy baja formación en estas cuestiones. Los resultados sugieren la necesidad de poner en marcha acciones educacionales para mejorar sus competencias informacionales y digitales.

ABSTRACT

This article analyses the phenomenon of downloading audio-visual content –movies and television series– which is habitually practiced by university students via the Internet; their attitudes towards illegal downloads; and the education/training that they have about the legal status of this activity. These issues are a frequent reality but are little discussed in our academic context. Data was obtained from a questionnaire designed ad hoc. This was administered to students enrolled in different university degrees (Audio-visual Communication, Primary Education and Social Education). We believe that these college degrees require ethical and legal training on the issues regarding downloading of content from the web. This education is an urgently needed training for young people who will work in educating and informing the citizens of the 21st century. The study results show that university students habitually consume a high percentage of online content from the audio-visual industry (films and television series). Students have clearly favourable attitudes towards this form of consumption. However, students show little regards to the ethical and legal issues surrounding downloading from the Internet. In addition, they have a very low degree of education and training on these issues. The results suggest the need to implement training programs and to conduct information campaigns to improve their information and digital literacy.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Descarga, usos, audiovisual, contenido, ilegal, Internet, estudiantes, Universidad
Download, uses, audiovisual, contents, illegal, Internet, students, University.



1. Introducción y estado de la cuestión

Internet se abre ante nuestros ojos como un amplio mundo de posibilidades en el que sumergirse para navegar entre multitud de contenidos de procedencias muy diversas, lo que resulta sumamente positivo. No obstante, esa naturaleza tan abierta también cuenta con un gran inconveniente: se ha convertido en un «self-service» en toda regla. Es posible descargar y hacer uso de productos alojados en la Red que pueden encontrarse sujetos a determinados derechos de autor, a cambio de los cuales, no existe contraprestación alguna —económica, moral, etc.— de cara al autor o «propietario» de los mismos; provocando consecuencias negativas para el sector audiovisual y la industria del entretenimiento (León & Varela, 2009; 2010), e incluso con repercusiones para el desarrollo económico y social de los países (Bai & Waldfogel, 2012; Ritzer & Jurgenson, 2010; Ruud, Heuvelman, Tan, & Peters, 2012).

En concreto, la descarga de contenidos pertenecientes al sector audiovisual, entendiéndolo como tal «el conjunto heterogéneo de mercados caracterizado por participar directa o indirectamente en la provisión y recepción simultánea de sonido e imágenes en movimiento, con independencia del medio de transmisión utilizado, y de si va dirigido a un solo individuo o a un conjunto de ellos» (Pablo & Muñoz, 2001: 125-126), es una conducta en auge extendida por todo el mundo. Como señalaban en su momento los autores anteriores, el contenido propio de la industria audiovisual resulta sumamente peculiar, puesto que «puede ser transmitido, y consumido, tanto incorporado en un soporte físico como de una forma intangible, lo que hace que la aplicación de restricciones comerciales a este tipo de productos sean cada vez más complicada».

Si bien es cierto que, desde la visión de las empresas cinematográficas y las productoras en general, Internet aumenta la oferta y amplía el abanico de posibilidades de distribución de sus productos; también se torna en la autopista de miles de archivos transmitidos sin ningún control o restricción, convirtiéndose la piratería digital, en «la principal preocupación de la industria audiovisual, del mismo modo que lo fue en su día para la industria musical» (Clares, 2008: 4). Como indican Prasad y Mahajan (2003), la piratería digital engloba comportamientos como la copia no legal de materiales digitales, instalación ilegal, la piratería en Internet, y la instalación de programa con licencia para usuario único en más equipos de los permitidos.

Coincidimos con Moretto (2012: 17) cuando afirma que «la tecnología digital e Internet han producido un cambio estructural de consecuencias extraordinarias en la propiedad intelectual, en la que la infraes-

tructura es una parte tan importante de la solución, como la ley». Aspecto considerado crucial para la protección de los derechos de los autores y de los usuarios (Breen, 2010; Dimagio, Hargittai, Neuman, & Robinson, 2001; Farre, 2008; López-Sintas, 2011; Regner & al., 2010).

El número de internautas ha aumentado en los últimos años, como se puede apreciar en los estudios elaborados por las distintas instituciones tanto nacionales como internacionales. Como botón de ejemplo, de acuerdo con la encuesta llevada a cabo por el Instituto Nacional de Estadística (INE)¹, el consumo de Internet y su frecuencia, en el año 2015, ha seguido una progresión ascendente, situándose en un 78,7% el porcentaje de hogares que disponen de conexión a Internet (casi cinco puntos más que en 2014) y un 74,7% de los españoles son usuarios frecuentes de Internet (en los tres últimos meses). En la misma línea, el informe Sociedad de la Información en España (2014)², revela que 26,25 millones de españoles son usuarios de Internet, incrementando esta cifra en 1,45 millones con respecto al año anterior.

Pero el hecho que nos parece preocupante es, que de la misma forma que aumenta el consumo de Internet, aumenta vertiginosamente el fenómeno de la descarga sin autorización o piratería. A pesar de que hoy en día es complicado conocer con exactitud las estadísticas sobre este tema, debido a las diferentes y variadas formas y métodos de descarga que coexisten en la actualidad (Ruud & al., 2012), si nos centramos en el informe presentado por el Observatorio de Piratería y hábitos de consumo digitales³, en el caso de España, los contenidos pirateados entre 2012 y 2014 se valoran en más de 54 mil millones de euros, registrándose en nuestro país unos 8.476 accesos a contenidos ilegales por minuto (frente a los 5.800 que se realizaron en 2012).

Los datos de consumo de contenido descargado de forma no legal referenciados en precedencia se suscitan incluso a la par de la entrada en vigor de la nueva Ley de Protección Intelectual⁴ (Ley 21/2014, de 4 de noviembre), en la que se tipifican una serie de medidas agrupadas en tres bloques: medidas con las que se revisa el sistema de copia privada; medidas en las que se establecen mecanismos de supervisión de las entidades que gestionan los derechos de propiedad intelectual y medidas orientadas a perseguir las vulneraciones de dichos derechos en el entorno digital. Aunque todavía es pronto para analizar el alcance real de dicha Ley (Moreno, 2010), consideramos interesante conocer el grado de formación que tienen los ciudadanos ante las consecuencias legales y éticas que se derivan de la legislación relacionada con la propiedad intelectual.

En base a la revisión bibliográfica que hemos llevado a cabo (Akbulut, 2014; Buse, 2009; Cuadrado & Miquel, 2010; 2011; Cronan & Al-Rafee, 2008; Gupta & al., 2004; Higgins, 2007; Jambon & Smetana, 2012; Ribina, 2014; Ruud & al., 2012; Williams & al., 2010), observamos que muchos de los estudios realizados se centran en las descargas de productos musicales, y software en general, no tanto en la descarga de contenidos cinematográficos y series de televisión (Ruud & al., 2012). En nuestro caso, para la realización del estudio, hemos tenido en especial consideración el trabajo de Cuadrado y Miquel (2010) en el que se analiza la actitud y la ética de los usuarios hacia la piratería musical; los trabajos de Akbulut (2014), y Cuadrado y Miquel (2011), en los que los autores analizan dos modelos de ecuaciones estructurales centrados en la predisposición de los usuarios hacia la piratería digital en el primer caso, y hacia la piratería musical en el segundo, así como el estudio comparativo de Gupta y otros (2004) sobre la influencia de la ética versus otras variables en la toma de decisiones de los consumidores en la adquisición de software.

En el primero de ellos, los investigadores se centran en el análisis de las pautas generales que siguen las personas (entre 14 y 45 años) en el consumo de música y su actitud ante la piratería musical, principalmente desde una perspectiva ética de la demanda, identificando seis factores (ética, pérdida, legal, valor, beneficio y economía) como determinantes (explicativos) de las actitudes presentadas por los sujetos. En este estudio, se pone de manifiesto cómo el consumo de música obtenida de forma no legal está muy extendido. Pero los sujetos participantes no presentan una postura ética realmente vinculante en cuanto a lo apropiado que pueda ser el descargar y/o vender de forma no legal producciones musicales, e incluso, los autores afirman que «mientras que se está de acuerdo en que comprar en el top-manta es una actividad ilegal, su opinión sobre la legalidad de la descarga de Internet no queda explícitamente manifiesta» (Cuadrado & Miquel, 2010: 10). Teniendo en cuenta esta cuestión, los autores desarrollan un segundo estudio (Cuadrado & Miquel, 2011) en el que consideran a «los antecedentes del comportamiento de descarga no autorizada de música de Internet», como cuestiones fundamentales para delimitar posibles medidas de preven-

ción y superación de la problemática que supone la descarga ilegal para la industria musical.

Entre estos antecedentes del comportamiento, los autores se centran en diversas variables identificadas en otras teorías y modelos teóricos. Variables como el perfil social y demográfico, las actitudes y la motivación, propios de la Teoría de la Acción Razonada (Ajzen & Fishbein, 1980); la ética y la aceptación social de los comportamientos (cuestiones planteadas desde la Teoría del Comportamiento Planeado (Ajzen, 1991); así como, los factores motivacionales explicativos, propios del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) (Davis & al., 1989).

Los estudiantes encuestados afirman que las descargas que realizan son mayoritariamente «piratas»: El 67,03% de los encuestados decían descargar contenidos «piratas» –gratuitos, sin autorización del autor–, seguidos por los productos «gratuitos» –con autorización del autor– con un 13,19%.

Entre sus resultados, debemos resaltar que, aunque solo dos de las variables consideradas en su estudio parecen influir directamente sobre la intención de descargar música (actitud hacia la descarga y habilidades percibidas para realizarlas), las otras tres mantienen una determinante influencia sobre la actitud hacia la piratería (comportamiento pasado, predisposición ética y nivel de implicación general).

Por otra parte, el último de los trabajos señalados (Gupta & al., 2004), también se centra en las actitudes de los individuos hacia la piratería, si bien, en este caso respecto al software, diferenciando entre consideraciones éticas y legalidad percibida, y otras variables de índole económica y legal (como conciencia criminal o sancionadora y conciencia del impacto social).

Por tanto, podemos señalar que estas investigaciones han sido nuestro punto de partida y guía del estudio realizado sobre los comportamientos, actitudes y los usos de los sujetos respecto a las descargas de contenidos audiovisuales en Internet, a lo que nosotros hemos considerado añadir una nueva dimensión más relacionada con la formación educacional de los jóvenes, propuesta como básica en la actualidad por diversos autores, como Aguaded (2012: 261), quien afirma que «las instituciones escolares y sociales han

ignorado con excesiva frecuencia la educación de los hechos presentes, los cambios culturales, políticos y de todo orden del mundo contemporáneo».

2. Material y método

Siguiendo a Martín-Moreno (2007) y a Sanz-Casado (1994), podemos decir que el estudio realizado pertenece a la categoría de estudio de usuarios, en la línea de la investigación aplicada, empírica, y exploratoria, a la vez que reúne requisitos de las descriptivas, correlacionales y explicativas.

Los objetivos del mismo han sido: Analizar los hábitos de consumo de la población universitaria, sobre determinados contenidos audiovisuales a través de Internet (películas y series de televisión); Detectar sus actitudes, conocimientos y habilidades ante las descargas ilegales de contenidos en la Red; Describir la formación que perciben tener en relación a las cuestiones legales y éticas sobre el tema. Con la combinación de la información obtenida a través de la revisión bibliográfica de textos académicos y legales sobre la temática, junto con las manifestaciones de los sujetos participantes en el estudio, consideramos que podemos ofrecer una visión más completa sobre el tema.

En lo referente a la metodología de recogida de datos, siguiendo a autores como Briones (2008), Rodríguez y otros (1996) y Sierra (1994), optamos por una de carácter mixto, de tipo cuantitativo, con la finalidad de obtener, en primer lugar, unos datos concretos a partir de las respuestas de los sujetos a preguntas de orden cerrado, junto con las aportaciones de condición más cualitativa, que se desprenden de las respuestas literales dadas por los sujetos a cuestiones de respuesta libre y abierta.

Para el desarrollo del trabajo de campo, diseñamos un cuestionario formado por 32 ítems, y estructurado en cuatro grandes apartados: Usos de recursos TIC y su vinculación con las descargas; conocimientos y habilidades; actitudes y motivos hacia la descarga gratuita sin autorización en Internet; formación legal y ética. Para la construcción del cuestionario, realizamos

Tabla 1. Dimensiones del cuestionario

Datos personales y demográficos	Género, estudios, centro, situación profesional y económica
Uso de recursos TIC y su vinculación con las descargas	8 ítems relativos a la disponibilidad de medios tecnológicos; al uso de esos medios para la descarga de contenidos, y para su visualización in-streaming (en línea) en Internet; tipos de descarga que realizan; hábitos de «compartir y recomendar» que mantienen.
Conocimientos y habilidades ante la piratería	2 ítems sobre autopercepción de sus habilidades y conocimientos informáticos ante la descarga no autorizada de series y películas en Internet.
Actitudes y motivos	5 ítems sobre su actitud y motivos de su comportamiento de descarga sin autorización en Internet en el caso de que éste existiera.
Conocimiento y formación legal	12 cuestiones sobre grado de conocimiento y formación sobre la legislación vigente relativa a las descargas gratuitas de series y/o películas sin autorización. Así como de la compra-venta sin licencia (top-manta) de archivos pirateados y de las sanciones correspondientes.
Ética	5 ítems sobre consideraciones de tipo ético sobre la piratería en general (descarga, compra y venta).

una revisión pormenorizada de los ítems utilizados en las investigaciones previas (Cuadrado & Miquel, 2010; 2011; Gupta & al., 2004).

A continuación, agrupamos dichos ítems, según su contenido, en torno a las cuatro grandes dimensiones de las que partimos: usos, actitudes, conocimientos y formación. El siguiente paso fue la reformulación de las preguntas, con la finalidad de obtener la mayor claridad y concisión en las mismas, para posteriormente, seleccionar las más adecuadas a nuestro objeto de estudio, añadiendo otras que, aunque no se encontraban necesariamente en los estudios previos, sí considerábamos importantes para el nuestro.

Una vez realizada esta primera revisión, y para asegurar la validez del instrumento, se procedió a su evaluación mediante la técnica del juicio de expertos. Como criterio de selección, optamos por un grupo de cuatro expertos reconocidos en la materia (tres profesores de la Universidad de Huelva y uno de la Universidad de Extremadura, seleccionados por su experiencia tanto en cuestiones legales relacionadas con las descargas por Internet, como con cuestiones de comunicación, tecnología educativa, y metodología de investigación). A estos expertos se les solicitó que valoraran el instrumento en su globalidad, el grado de pertinencia de cada uno de los ítems incluidos, y su grado de precisión y adecuación, tanto a nivel sintáctico como semántico. Una vez depurado en base a las respuestas de los expertos, el instrumento quedó configurado como se recoge en la tabla superior.

Desde una perspectiva de formato, los ítems de nuestro cuestionario pueden clasificarse, de acuerdo con Sierra (1994), en cuatro clases de preguntas, en función del tipo de información que pretendíamos conseguir: preguntas abiertas, de carácter dicotómico; preguntas categorizadas, también llamadas de respues-

ta múltiple; y cuestiones con respuestas en escala tipo Likert en las que se pretende reflejar el grado de intensidad en la respuesta obtenida.

Con la finalidad de asegurar la fiabilidad de nuestro instrumento desde una perspectiva estadística, y siguiendo a Bisquerra (1987), después de clasificar las preguntas en tres grupos, según el tipo de respuestas que ofrecían (requisito previo para poder hallar los índices de fiabilidad con la mayor exactitud posible), se obtuvo un valor alfa o índice de consistencia interna superior al .75 en los tres grupos ($G1\alpha=.817$; $G2\alpha=.808$; $G3\alpha=.793$) de forma que podemos considerar que el instrumento utilizado presenta una alta fiabilidad o consistencia interna.

En relación a la muestra, la selección ha seguido un muestreo «intencionalmente dirigido», tomando como criterio de inclusión: estudiantes universitarios; matriculados en Grados universitarios relacionados con la educación y la comunicación; y sujetos con edades entre 20 y 30 años. Por ello, tomamos como población diana a los estudiantes del Grado de Comunicación Audiovisual de la Facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Extremadura, y de los Grados de Educación Primaria y Educación Social de la Universidad de Huelva. El trabajo de campo se realizó en los meses de abril y mayo de 2014. La participación de los sujetos en el estudio fue aleatoria, de acuerdo a la accesibilidad y disponibilidad del alumnado en el momento de cumplimentación del cuestionario vía Moodle, en el aula de informática. Los encuestadores fueron dos alumnos colaboradores de la investigación que tenían formación previa para suministrar las encuestas, y conocían cómo debían actuar en caso de duda de los encuestados.

Finalmente, la muestra participante quedó conformada por 192 estudiantes de los que el 46% pertenecían a 3º y 4º del Grado de Comunicación Audiovisual ($N=88$); y el 54% restante a los Grados de Educación ($N=104$) (2º de Educación Primaria: 37% y 2º de Educación Social: 17%). En referencia al género se distribuyó entre un 40,22% hombres y un 59,78% mujeres. Por edades, la moda se sitúa entre 20-22 años (71,7%); el 16,3% entre 23-25 años, y solo un 12% mayores de 25 (de las cuales, dos afirmaron tener más de 30 años).

En relación a la situación profesional, hemos de indicar que el 22,47% se identifican como becarios; cerca de un 8% como demandantes de empleo, y la opción «con dedicación a tareas del hogar» corresponde al 2,25% del total. Sobre la situación económica, la mayoría de los encuestados dependía económicamente de terceras personas (98%), pero la mitad de ellos

afirman llegar sin problemas a final de mes; mientras que el 38,13% depende económicamente también de otras personas, pero afirman llegar con dificultades económicas a fin de mes.

3. Análisis y resultados

El análisis de resultados se ha acometido desde una perspectiva mixta, cuantitativa y cualitativa. En primer lugar, realizamos un análisis cuantitativo de los datos obtenidos con el paquete estadístico SPSS 15.0 (se obtuvieron medidas estadísticas descriptivas básicas de tendencia central y dispersión; y análisis factorial para la extracción de componentes principales).

En segundo lugar, se consideraron los datos recogidos en las cuestiones de respuesta abierta, siguiendo técnicas de análisis de contenido, de corte cualitativo, para así, obtener una explicación más completa de los resultados del análisis anterior. Para ello, se revisaron las respuestas «en bruto» dadas a dichas cuestiones por los participantes, extrayendo las unidades de análisis (palabras y frases) que considerábamos más significativos para su reagrupación en códigos, o palabras claves para el tema central de la investigación, en un primer momento, y, posteriormente, en categorías exhaustivas, exclusivas; pertinentes y objetivas (Cáceres, 2003). Una vez establecidas dichas categorías, se procedió a la clasificación de las diferentes unidades de análisis por parte de dos codificadores diferentes, buscando que hubiera, en todo momento, un grado de acuerdo total entre ellos. Intentando asegurar de esta forma, la validez de tipo «semántica» (Briones, 1988).

En cuanto al primero de nuestros objetivos: «Conocer el uso que realizan de los recursos TIC y su vinculación con las descargas», específicamente nos planteamos detectar: la disponibilidad de medios tecnológicos; el uso de esos medios para la descarga de contenidos, y para su visualización in-streaming y el tipo de descarga que realizan. A grandes rasgos, indiquemos que la muestra participante manifiesta una alta disponibilidad de recursos informáticos, sobre todo, ordenador de sobremesa y portátil (94% de la muestra afirma tener un ordenador portátil), así como de dispositivos tipo Smartphone (las cifras revelaron un resultado que podríamos esperar; ya que un 87,5% de los estudiantes afirmaron disponer de este tipo de teléfonos móviles inteligentes).

Respecto a la conectividad, hemos encontrado que la disponibilidad de «conexión propia» es bastante alta. El 86,36% de los sujetos que han respondido afirmativamente a esta cuestión; frente a solo 12 sujetos que indicaron no disponer de conexión propia, y cuatro personas que no contestaron.

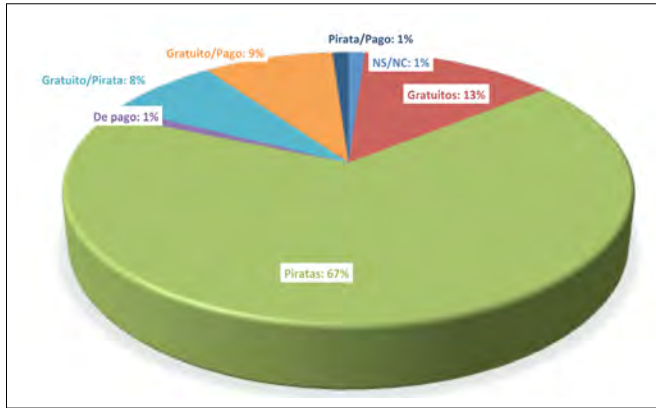


Gráfico 1. Descargas que realizan frecuentemente los encuestados.

En el caso del uso de algún tipo de conexión ajena sin autorización, hemos de decir que solo 17 de los participantes (8,8% del total) afirman haberlo realizado en algún momento, cifra que podemos considerar que no es elevada.

En relación a sus hábitos de consumo de series de televisión o películas de Internet, el 40% de los sujetos participantes afirman que nunca realizan descargas, ni ven in-streaming series o películas por Internet con su ordenador de sobremesa; el 60% restante afirmaron haberlo hecho en algunas ocasiones e incluso, muchas veces. En cambio, en el caso del ordenador portátil los valores diferían bastante ya que el 89,29% de la muestra afirmó utilizarlo para descargar contenidos audiovisuales, e incluso, este dato aumenta hasta un 92,77% cuando se trata del visionado in-streaming, al igual que al realizarlo usando sus smartphones y dispositivos electrónicos tipo iPad y/o Tablet PC.

Resulta especialmente curioso que, del total de la muestra, una amplia mayoría afirmaron utilizar la conexión propia tanto para descargar como para visualizar contenidos audiovisuales (65,2% y 68,5%), ya fuera de forma legal o no.

El segundo de nuestros objetivos se centraba en «Detectar sus conocimientos, habilidades y actitudes ante las descar-

gas ilegales de contenidos en la Red». En relación a los conocimientos y habilidades que afirman tener los estudiantes para la descarga no autorizada de series y/o películas por Internet, las respuestas obtenidas fueron muy similares a las de las cuestiones anteriores: un 85,87% de los alumnos y alumnas que cumplimentaron el cuestionario afirmaron disponer de las habilidades necesarias para descargar series y/o películas gratuitas en Internet; así como el 70,65% manifestó conocer bastante bien algún programa para la descarga on-line, sin coste y sin autorización.

Los estudiantes encuestados afirman que las descargas que realizan son mayoritariamente «piratas»: El 67,03% de los encuestados decían descargar contenidos «piratas» –gratuitos, sin autorización del autor–, seguidos por los productos «gratuitos» –con autorización del autor– con un 13,19%.

Los principales motivos señalados por los sujetos para realizar descargas no autorizadas son de carácter económico (41,3%), el elevado coste de las salas de cine y de las películas (20,7% y 14,1% respectivamente), y la comodidad de realizar la descarga y el visionado simultáneamente en el lugar y el momento elegido por el usuario (12,6%).

Otro de los puntos que consideramos de interés en el estudio han sido las páginas web y aplicaciones favoritas para la descarga, señaladas por los sujetos encuestados, así como sus tendencias a la hora de compartir o no los contenidos descargados de forma ilegal.

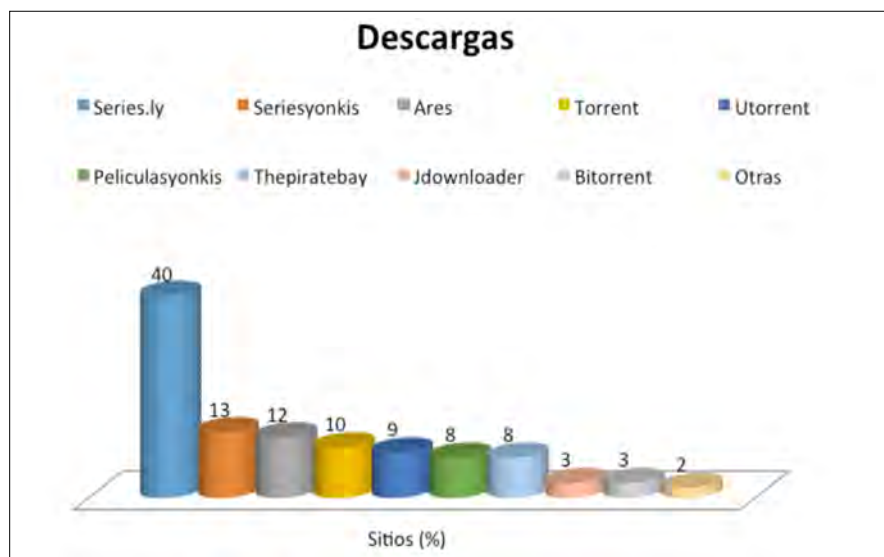


Gráfico 2. Sitios de descarga indicados por los encuestados.

En este caso, las páginas más citadas fueron «Series.ly» y «Series Yonkis». Y para el visionado in-streaming «YouTube» y nuevamente «Series.ly» como se puede observar en el anterior gráfico.

Los sujetos, además, a través de sus respuestas a las cuestiones de carácter abierto, dejaron constancia clara de una actitud positiva para «compartir y recomendar» los contenidos descargados. En concreto, el 50% de ellos afirmaron compartir contenidos piratas, y, de ellos, más del 80% los recomendaban.

En relación al tercero de nuestros objetivos: «Describir la formación que perciben tener en relación a la situación legal de las mismas», un 45,05% de los estudiantes aseguraron no conocer la legislación sobre descargas sin autorización en Internet. Aunque, la mayoría parecían distinguir con claridad la naturaleza «legal» o «ilegal» de la descarga de series y/o películas en Internet sin autorización, igual que de la compra de estos productos en «top-manta», conductas reconocidas como actividades no legales por el 76,1% y el 88% de la muestra, respectivamente.

Sobre la percepción de los sujetos de las consecuencias de este tipo de actividades, constatamos que el 67,39% de la muestra afirmaban que la compra en top-manta no implicaba consecuencias futuras. En lo que se refiere a las descargas sin autorización y a las consecuencias de ser descubierto realizando ese tipo de prácticas, un 30,43% aseguraban que resulta muy sencillo piratear sin ser descubierto; y en caso de serlo, un 21,17% manifiesta que no existen consecuencias. De hecho, una gran parte de los encuestados (92%) afirmaron no conocer las sanciones legales por piratear contenidos o adquirirlos a través de la compra-venta callejera sin licencia.

En relación a la dimensión ética: mientras que solo la mitad de la muestra consideraba «no ético» el compartir los contenidos de este tipo; un 82,6% de la muestra consideraba «no ético» vender dichos contenidos, y un 77,2% comprarlos.

4. Discusión y conclusiones

Los resultados obtenidos, y partiendo de nuestro interés en saber cuál es la naturaleza de las series y películas que los alumnos descargan y a qué otro tipo de contenidos acceden, han constatado que los productos descargados son obtenidos mayoritariamente de forma gratuita y sin autorización; con lo que podríamos apuntar hacia una clara presencia de prácticas relacionadas con la «piratería», en consonancia con los resultados obtenidos en otros estudios (Gil, 2006; Meissner, 2011; Rybina, 2014; Taylor & al., 2009), a lo cual hay que añadir que los sujetos admitieron tener

el hábito de compartir los archivos —que otros han bajado de la Red— con terceras personas, sin (interesarse) conocer dónde estaban alojados, e incluso, recomendando esos contenidos a otras personas.

De igual manera, se ha constatado cómo predomina el uso del ordenador portátil y de sobremesa para la descarga; y el de los dispositivos inalámbricos como el smartphone, el iPad o la Tablet PC para el visionado in-streaming, lo cual, probablemente se deba a cuestiones de conectividad, ya que la capacidad de descarga de cada uno de los recursos TIC varía en función de la conexión disponible en cada momento. En cuanto a este tema del tipo de conexión, resulta muy predominante el uso de conexiones propias y ajenas, pero en ambos casos con autorización.

Sobre los motivos que llevan a los alumnos a la descarga, al igual que en los estudios previos realizados por Cuadrado y Miquel (2011), podemos concluir que es la cuestión económica la que mayormente impulsa a las descargas gratuitas sin autorización, seguida por los elevados precios de las entradas de cine y de las películas originales. Asimismo aparece la «comodidad» como una de las motivaciones de este tipo de consumo de contenidos, ya que, los estudiantes afirmaron hacerlo porque les resulta más cómodo, lo que podría estar orientado hacia el nuevo precepto de ruptura de barreras espaciales y temporales, impuesto en los últimos años por las nuevas tecnologías: «disponibles en cualquier momento y en cualquier lugar».

Por otro lado, este estudio comenzó partiendo de la idea de que los conocimientos de tipo legal de los estudiantes resultaban ser escasos, lo que se relaciona directamente con la acción de descarga. En base a los resultados obtenidos, pudimos constatar su baja formación en este tipo de cuestiones (más de la mitad de los participantes aseguró disponer de poco, algo o de ningún conocimiento a este respecto; considerándolo como insuficiente, aproximadamente por dos terceras partes de la muestra). Además, también hemos apreciado una cierta confusión en cuanto a las consecuencias o las sanciones legales existentes ante las descargas no autorizadas, mientras que existe una total claridad en sus opiniones en el caso de la adquisición de cds piratas en top-manta.

En lo que se refiere a la dimensión «ética», de nuevo la orientación de las respuestas es clara: los encuestados consideran la compra, la venta y la acción de compartir series y/o películas descargadas sin autorización, como un comportamiento poco ético, pero sobre el que no tienen la suficiente y necesaria formación, cuestiones que consideramos preocupantes, más si cabe en el caso de jóvenes como los participantes en

nuestra muestra, que están en estos momentos formándose para después ser ellos quienes tengan la responsabilidad de formar e informar a los ciudadanos del mañana.

Para finalizar, cabe señalar que somos conscientes de la necesidad de confirmación de los datos obtenidos en sucesivos trabajos con un tamaño muestral mayor, para así disponer de la validez científica necesaria. Se trata de un estudio inicial cuyos datos no son todavía generalizables. Si bien, consideramos que los resultados que arroja el análisis de las respuestas ofrecidas por los encuestados permiten vislumbrar algunas conclusiones que pueden ser de interés, a la par que reafirman algunos de los trabajos previos. Consideramos también, que el instrumento de recogida de información que hemos desarrollado, ha mostrado una importante consistencia para ser adaptado a diferentes contextos. Pudiendo ser interesante ampliar este estudio a otros contenidos populares en la Red, como la música, el software o los videojuegos, de forma que se puedan establecer relaciones y diferencias entre ellos.

Por último, y no por ello menos importante, de la investigación realizada se desprende la necesidad urgente de una formación más completa y consistente sobre la utilización responsable de las tecnologías de la información y la comunicación para todos los ciudadanos y ciudadanas del siglo XXI. Una formación orientada al empoderamiento ante los medios, ya que, como señala Aguaded (2014: 7), esta es «la mejor estrategia para consumirlos inteligentemente, disfrutar y apropiarnos de ellos en nuestra vida, para aprender, conocer y relacionarnos».

Notas

¹ En la web del I.N.E. se encuentran disponibles los resultados de las encuestas que se realizan anualmente tanto a nivel nacional como por Comunidades Autónomas. (<http://goo.gl/Zi3DGw>) (2015-09-22).

² El texto completo se encuentra disponible en la página web de la Fundación Telefónica: (<http://goo.gl/uj9Rki>) (2015-11-10).

³ Información recogida de la página web de la «Coalición de Creadores e Industrias de Contenidos». En ella se integra una parte del sector cultural y del entretenimiento en España, de la música, el cine, los videojuegos y el libro. Como se indica en su web, la Coalición «trabaja en el impulso y desarrollo de cuantas actividades sean necesarias para evitar la vulneración de los derechos de propiedad intelectual en Internet. Impulsa el conocimiento de la actividad de los creadores e industrias de contenidos y propicia acuerdos y alianzas para promover un entorno digital respetuoso con la propiedad intelectual.» (<http://goo.gl/ofUMw5>) (2015-02-15).

⁴ Ley 21/2014, de 4 de noviembre, por la que se modifica el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, y la Ley 1/2000, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil, Diario Oficial del Estado n° 268, España, 4 de noviembre de 2014.

Referencias

- Aguaded, I. (2012). La educocomunicación. Una apuesta de mañana, necesaria para hoy. *Aularia*, 1(2), 259-261. (<http://goo.gl/g1Zu3K>) (2015-11-06).
- Aguaded, I. (2014). Desde la infoxicación al derecho a la comunicación. [From Infoxication to the Right to Communicate]. *Comunicar*, 42, 07-08. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C42-2014-a1>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](http://dx.doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding Attitudes and Predicting Social Behaviour*. Englewood Cliff, NJ: Prentice Hall. (<http://goo.gl/N6rm3z>) (2015-02-11).
- Akbulut, Y. (2014). Exploration of the Antecedents of Digital Piracy through a Structural Equation Model. *Computers & Education*, 78, 294-305. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.compedu.2014.06.016>
- Bai, J., & Waldfogel, J. (2012). Movie Piracy and Sales Displacement in Two Samples of Chinese Consumers. *Information Economics and Policy*, 24(4), 187-196. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.infoecopol.2012.08.002>
- Brones, G. (2008). Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales. Bogotá: ICFES.
- Bisquerra, R. (1987). *Introducción a la estadística aplicada a la investigación educativa*. Barcelona: PPU.
- Breen, M. (2010). Digital Determinism: Culture Industries in the USA-Australia Free Trade Agreement. *New Media Society*, 12, 657-676. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444809342774>
- Buse, C.E. (2009). When You Retire, does Everything Become Leisure? Information and Communication Technology Use and the Work/Leisure Boundary in Retirement. *New Media & Society*, 11(7), 1143-1161. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1461444809342052>
- Cáceres, P. (2003). Análisis cualitativo de contenido: Una alternativa metodológica alcanzable. *Psicoperspectivas*, 2, 53-82.
- Castells, M. (2006). *La Sociedad en Red*. Madrid: Alianza.
- Cuadrado, M., & Miquel, M.J. (2010). Actitud y ética hacia la piratería musical: un análisis exploratorio. In AEDEM (Eds.), *Decisiones basadas en el conocimiento y en el papel social de la empresa: XX Congreso Anual AEDEM*, 1(2), 1-12. (<http://goo.gl/tTZfoK>) (2015-05-18).
- Cuadrado, M., & Miquel, M.J. (2011). Antecedentes de la intención de descarga de música. Un modelo de ecuaciones estructurales. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 20(2), 119-132. (<http://goo.gl/kyKj8H>) (2015-05-23).
- Clares, J. (2008). *Nuevas ventanas para la distribución y el consumo de contenidos audiovisuales: retos y oportunidades en el mercado digital*. Estudios de Ciencias de la Información y de la Comunicación. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya. (<http://goo.gl/m3SDvM>) (2015-03-15).
- Cronan, T.P., & Al-Rafee, S. (2008). Factors that Influence the Intention to Pirate Software and Media. *Journal of Business Ethics*, 78(4), 527-545. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-007-9366-8>
- Davis, F.D., & al. (1989). User Acceptance of Computer Technology: a Comparison of Two Theoretical Models. *Management Science*, 35, 982-1003. doi: <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W., & Robinson, J. (2001). Social Implications of the Internet. *Annual Review of Sociology*, 27, 307-336. doi: <http://dx.doi.org/10.1146/annurev.soc.27.1.307>
- Farré, P. (2008). Los derechos de autor en Internet. *Anuario de la Facultad de Derecho*, 1, 67-72.
- Echeverría, J. (2009). Cultura digital y memoria Red. *Arbor*, 185 (737), 559-567. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2009.i737.313>

- Flores, J.M. (2004). Internet ya es una realidad... y la brecha digital, también. *A Distancia*, 22(1), 168-175.
- García-Álvarez, E., López-Sintas, J., & Samper, A. (2012). Retos y tendencias del ocio digital: Transformación de dimensiones, experiencias y modelos empresariales. *Arbor*, 188(754), 395-407. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2012.754n2011>
- Gil, R. (2006). La piratería en España: el caso de la industria musical y del cine. *IESE Occasional Papers*, 7(1), 1-21. (<http://goo.gl/NleUOQ>) (2016-03-15).
- Gupta, P.B., & al. (2004). To Pirate or not Pirate: A Comparative Study of the Ethical vs. other Influences on the Consumer's Software Acquisition-mode Decision. *Journal of Business Ethics*, 55, 255-274. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-004-0991-1>
- Higgins, G.E. (2007). Digital Piracy, Self-Control Theory, and Rational Choice: An Examination of the Role of Value. *International Journal of Cyber Criminology*, 1(1), 33-55 (<http://goo.gl/SjK3FP>) (2015-04-20).
- Hooper, D., Coughlan, J., & Mullen, M.R. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *The Electronic Journal of Business Research Methods*, 6(1), 53-60. (<http://goo.gl/dqAk4r>) (2015-11-10).
- Jambon, M.M., & Smetana, J.G. (2012). College Students' Moral Evaluations of Illegal Music Downloading. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 33(1), 31-39. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appdev.2011.09.001>
- Kim, J., & Mueller, C.W. (1978). *Factor Analysis Statistical Methods and Practical Issues*. Beverly Hills, California: Sage.
- León, E., & Varela, E. (2009). Antinomia entre la protección a los autores y el derecho a la privacidad por la batalla legal contra las tecnologías P2P. *Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Políticas*, 111, 203-225. (<https://goo.gl/7K6TZS>) (2015-02-06).
- León, E., & Varela, E. (2010). *Una colisión Peer to Peer: Habeas Data versus Derechos de Autor*. Bogotá (Colombia). Universitas, 120, 238-252. (<http://goo.gl/k2lnzp>) (2015-06-13).
- López-Sintas, J. (2011). Acceso a las expresiones culturales e incentivos a la creación: Argumentos, evidencia e implicaciones. In C. Padros-Reig, & J. López-Sintas (Dirs.), *El canon digital a debate: Revolución tecnológica y consumo cultural en un nuevo marco jurídico-económico* (pp. 43-65). Barcelona: Atelier.
- Lozano-Bartolozzi, P. (2003). El derecho a la información en los textos universales. In I. Bel & L. Corredoira (Eds.), *Derecho a la información* (pp. 88-100). Barcelona: Ariel.
- Martín-Moreno, C. (2007). Metodología de investigación en estudios de usuarios. *Revista General de Información y Documentación*, 17(2), 129-149. (<https://goo.gl/TbAL8l>) (2016-03-01).
- Meissner, N. (2011). Forced Pirates and the Ethics of Digital Film. *Journal of Information, Communication & Ethics in Society*, 9(3), 195-205. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/14779961111167667>
- Moreno, J.D. (2010). Consideraciones en torno al procedimiento previsto en España para el cierre de páginas web por infracción de la normativa de derechos de autor (a propósito de la Ley Sinde). *Revista Internacional de Estudios de Derecho Procesal y Arbitraje*, 1, 1-10. (<http://goo.gl/yS15B6>) (2015-02-06).
- Moreno, L. (2005). Cine y televisión: Las amistades peligrosas. [Cinema and television: the dangerous friendships]. *Comunicar*, 25. (<http://goo.gl/gHiOQa>) (2015-02-06).
- Moretto, M.M. (2012). Reflexiones sobre el futuro del derecho de autor. *Ars Boni et Aequi*, 8(1), 17-38. (<http://goo.gl/yqvVLr>) (2015-10-23).
- Muñoz, T.G. (2003). *El cuestionario como instrumento de investigación/evaluación*. Página web del autor. (<http://goo.gl/UyYXBx3>) (2015-10-13).
- Pablo, F., & Muñoz, C. (2001). Economía del cine y del sector audiovisual en España. *Revista ICE*, 792, 124-138. (<http://goo.gl/oPMC26>) (2005-02-06).
- Prasad, A., & Mahajan, V. (2003). How many Pirates should a Software Firm Tolerate? An Analysis of Piracy Protection on the Diffusion of Software. *International Journal of Research in Marketing*, 20, 337-353. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijresmar.2003.02.001>
- Regner, T., Barria, J.A., Pitt, J.V., & Neville, B. (2010). Governance of Digital Content in the Era of Mass Participation. *Electronic Commerce Research*, 10, 99-110. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10660-010-9043-3>
- Rybina, L. (2014). Music Piracy in Transitional Post-Soviet Economies: Ethics, Legislation, and Expertise. *Eurasian Business Review*, 1(1), 2011, 3-1. doi: <http://dx.doi.org/10.14208/BF0335-3795>
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1469540509354673>
- Rodríguez, G. & al. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Málaga: Aljibe.
- Sanz-Casado, E. (1994). *Manual de estudio de usuarios*. Madrid: Pirámide / Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- Ruud, S.J., Heuvelman, A., Tan, M., & Peters, O. (2012). Digital Movie Piracy: A Perspective on Downloading Behavior through Social Cognitive Theory. *Computers in Human Behavior*, 28(3), 958-967. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2011.12.017>
- Sierra, R. (1994). *Técnicas de investigación social*. Teoría y ejercicios. Madrid: Paraninfo.
- Taylor, S.A., Ishida, C. & Wallace, D.W. (2009). Intention to Engage in Digital Piracy: A Conceptual Model and Empirical Test. *Journal of Service Research*, 11(3), 246-262. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/1094670508328924>
- Williams, P., Nicholas, D., & Rowlands, I. (2010). The Attitudes and Behaviours of Illegal Downloaders. *Aslib Proceedings*, 62(3), 283-301. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/00012531011046916>