



ESTUDIO DE PERCEPCIONES

Junio 2015



PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el problema?

Identificar la actitud de un conjunto de actores hacia el tema de la piratería en general, y especialmente, la percepción respecto de la actitud ciudadana al respecto.

¿Por qué no se conoce?

La dimensión comunicativa pretende indagar sobre la percepción del carácter noticioso del tema y la interpretación de las razones para no estar en la agenda.

¿Qué se debe hacer al respecto?

Incluye conocer el grado de reconocimiento respecto de acciones o campañas previas desarrolladas por la industria y medidas de fiscalización / control adoptadas por la autoridad. También considera la evaluación que se tenga respecto de la disposición a regular / legislar por parte del Ejecutivo y el Congreso.

PERIODISTAS

Cesar Sottovia
Sergio Jara
J. Tomás Santa María
Paula Vargas
Ignacio Badal

Matías del Río
Cristian Arriagada
Iván Valenzuela
Verónica Franco
Soledad Onetto

PARLAMENTARIOS

Senadores
Girardi
Letelier
Matta
(Ossandón)

Diputados
Hasbún
Sepúlveda
Venegas
(Álvarez)

OTROS ACTORES

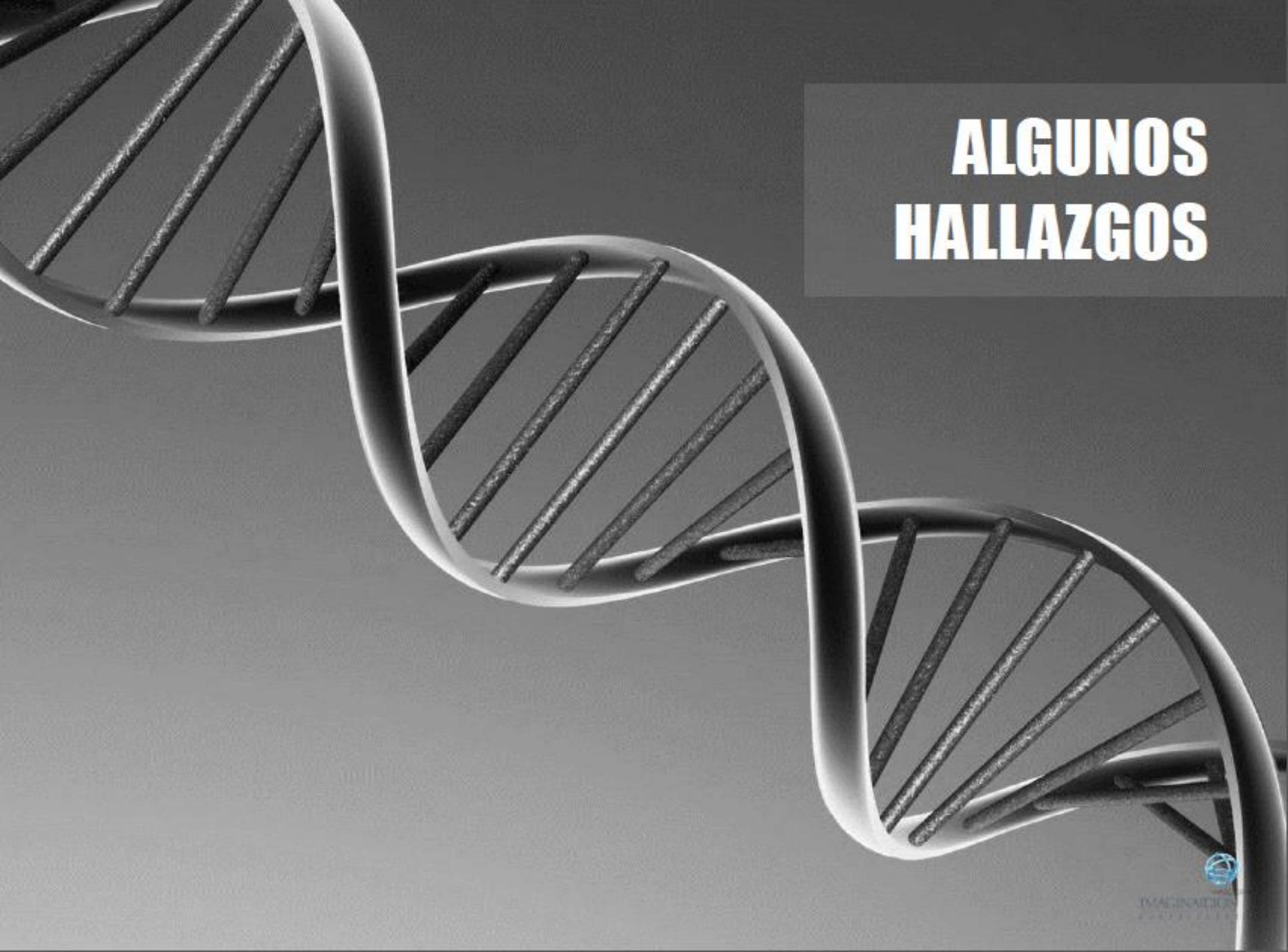
Sergio Mujica, OMA
Martín Correa, Direcon
Eleazar Bravo, exdirector INAPI
Álvaro Díaz, exsubsecretario
Andrés Biehl, ISUC

SÍNTESIS DE LAS PERCEPCIONES

La piratería TVCABLE se ha convertido en un actor relevante de la industria, llegando a tener la quinta posición en participación de mercado.

Es un tema relevante para DIRECTV, sin embargo:

- No se conoce como delito grave, por tanto tampoco hay suficiente fiscalización, ni sanciones ad hoc.
- La opinión pública, los reguladores y periodistas del área, no saben el nivel de presencia que ha alcanzado en el mercado.
- Los actores lo explican, principalmente, como un fenómeno socio cultural con ribetes generacionales y relativos a la ausencia de norma.
- En el ámbito político, el tema se mezcla con el de la libertad de acceso a contenidos digitales



ALGUNOS HALLAZGOS



**TRES
FACTORES
CLAVES**

- **CULTURA**
- NO ES VISIBLE
- NO HAY CASTIGO

¿CÓMO VEN EL TEMA LOS DISTINTOS ACTORES?



FACTOR SOCIO - CULTURAL

- La tecnología lo permite
- Chile país pirata
- No hay una norma, no hay delito
- Devuelta de mano a las empresas



La tecnología lo permite

- Con la tecnología está todo disponible, es menos claro de quién es la propiedad.

Chile país pirata

- Tenemos baja estima en valores como la honestidad, la decencia.
- Se percibe como un producto caro, de nicho.
- Hecha la ley hecha la trampa.

No se ve el delito

- Es un robo incruento, como que no se le hace daño a nadie.
- No es como el transantiago, el sujeto igual siente que ha pagado por un servicio.

Sentimiento antiempresa

- La percepción de la propiedad de otra persona vale cero, más aún si es la propiedad de una empresa.
- Hay un sentimiento de rabia contra cualquier poder, imposición o cobro.



**TRES
FACTORES
CLAVES**

- CULTURA
- **NO ES VISIBLE**
- NO HAY CASTIGO

FACTOR VISIBILIDAD



- No se ve el robo



EN CONCRETO LO QUE DICEN:
FALTA DE INFORMACIÓN

No se ve el robo porque:

- Mientras no se diga que hay un delito, no pasa nada.
- Las compañías hacen poco por poner el tema, es decir es primera vez que me contactan por algo así.



**TRES
FACTORES
CLAVES**

- CULTURA
- NO ES VISIBLE
- **NO HAY CASTIGO**

¿QUIEN LE PONE EL CASCABEL AL GATO?
¿POR QUÉ SE HA EXTENDIDO TANTO EL FENÓMENO?

Sanciones drásticas
Cambio norma
No se puede perseguir
No se puede fiscalizar
Dónde está la autoridad
Escuchar propuestas
No + restricciones

No hay sanciones
Nodelito
Legislación permisiva
Favorecer a la empresa
No es prioridad subtel
Mejor peritaje
Fiscalizarlo que no se usa

FACTOR NORMATIVO

- La autoridad fiscaliza en función de la magnitud del problema y como socialmente no existe, ...



EN CONCRETO LO QUE DICEN:

NO HAY NORMA, NO HAY DELITO, NO HAY CASTIGO

No hay castigo porque:

- En general las personas se desvían de una norma cuando hay baja sanción y en este caso no hay sanción ni pena moral entre los pares.
- Yo creo que hoy la única opción es la vía legislativa y con una regulación que tenga sanciones drásticas.
- No es presentable hacer más restrictivo el mercado para las personas y más conveniente para las empresas.
- No es lo mismo capturar señales satelitales que el contrabando y la falsificación.
- La empresa tiene que hacer su parte en fiscalizar el destino de los decos que dan de baja y en disponer de mejores herramientas tecnológicas.



ESTUDIO DE PERCEPCIONES

Junio 2015