

Comité Asesor sobre Observancia

Decimoctava sesión
Ginebra, 2 a 4 de junio de 2026

SENSIBILIZANDO A TRAVÉS DE LA PASIÓN: “ALENTÁ EL FÚTBOL, DESALENTÁ LA PIRATERÍA”

Contribución preparada por el Sr. Diego Pérez Bernal, Director General de Observancia de la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), Asunción (Paraguay) *

RESUMEN

Esta contribución pone de relieve la campaña de sensibilización “Alentá el fútbol, desalentá la piratería” llevada a cabo recientemente en el Paraguay. Diseñada por la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI) y la Asociación Paraguaya de Fútbol (APF), la campaña se llevó a cabo en colaboración con socios estratégicos de los sectores público y privado. Su objetivo era dar visibilidad al problema de la piratería y al daño que causa al fútbol en el Paraguay, poniendo en peligro las finanzas de los clubes y el desarrollo de los talentos emergentes. La campaña constó de varias fases, entre ellas la sensibilización, la formación de los principales grupos interesados y las medidas de ejecución, y fue un éxito rotundo.

* Las opiniones expresadas en el presente documento corresponden al autor y no reflejan necesariamente el punto de vista de la Secretaría de la OMPI ni el de sus Estados miembros.

I. LA PASIÓN POR EL FÚTBOL EN EL PARAGUAY Y LA PIRATERÍA

1. En el Paraguay, el fútbol es una pasión que mueve multitudes, siendo por lejos el deporte preferido. La elección de un club deportivo normalmente forma parte de un legado familiar, donde los padres incluso asocian al club a sus hijos antes de nacer. Hay quienes además sostienen que el fútbol lo inventaron los guaraníes, un pueblo Indígena originario del territorio que hoy ocupa el país.
2. Históricamente el Paraguay ha sido sede de competencias relevantes a nivel regional tales como torneos preolímpicos, campeonatos juveniles clasificatorios a mundiales, la CONMEBOL Copa América, finales de Copa CONMEBOL Sudamericana, los juegos ODESUR y los juegos Panamericanos Júnior, entre otros. Asimismo, se prevé la realización de un partido inaugural en el país en ocasión de la Copa Mundial de la FIFA de 2030.
3. El amor que despierta este deporte hace que conductas como la piratería encuentren el escenario propicio para propagarse, ya que existe una amplia demanda por parte de la población para acceder a la transmisión de un partido de fútbol, que desconoce o no le da importancia a los esfuerzos económicos involucrados para que este tipo de contenidos tengan lugar.
4. Con arreglo a un estudio reciente del Centro de Estudios de Telecomunicaciones de América Latina (CET.LA), iniciativa de la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (ASIET), reveló que casi seis de cada 10 paraguayos acceden a contenido audiovisual a través de plataformas ilegales. Esto pone en peligro la inversión que se realiza para que estos acontecimientos deportivos puedan ser llevados a la pantalla, ya que la piratería desvía los recursos económicos que deben retribuir a toda la cadena de valor por su trabajo creativo.
5. Ante este problema, se pensó en elaborar un plan para una campaña a nivel nacional que, aprovechando la masividad y las pasiones que despierta el fútbol, presente a la piratería como delito con las consecuencias legales que conlleva. La idea era también poner de relieve el impacto negativo de la piratería en los creadores, productores y otros beneficiarios indirectos, que a su vez afecta a las finanzas de los clubes de fútbol y obstaculiza el ascenso de nuevos talentos.
6. La campaña incluía actividades de divulgación educativa para grupos clave, como personas influyentes y otros creadores de contenidos identificados como participantes, muchos de ellos sin saberlo, en la distribución y comercialización de contenidos pirateados.
7. Finalmente, las estrategias de sensibilización y capacitación debían ir acompañadas de acciones concretas de observancia de los derechos de propiedad intelectual (PI), que sean masivamente difundidas a efectos de que la población tome conocimiento de que existen consecuencias serias en el país por la violación de estos derechos.
8. El título de la campaña: “Alentá el fútbol, desalentá la piratería”, resume de forma potente y específica el mensaje de que este delito afecta directamente al club que uno dice apoyar, privándole de importantes ingresos con el consumo de contenidos ilegales. La piratería entonces, es visibilizada ya no como una ventaja para acceder a partidos de fútbol sin pagar lo que corresponde, sino como una conducta que mata a la pasión, a esos colores que el hincha tiene arraigado en lo profundo de su ser.

II. FASES DE LA CAMPAÑA

9. La colaboración público-privada desempeñó un papel clave en el éxito de la campaña, ayudando a construir un frente unido contra la piratería y a concienciar sobre su gravedad. Todos los clubes de fútbol del país se unieron al esfuerzo, demostrando que, a pesar de sus

rivalidades, estaban en el mismo equipo en la lucha contra la piratería. Asimismo, los titulares de derechos, instituciones públicas y otras partes interesadas se sumaron a la iniciativa para promover la formalidad en la industria del deporte.

10. La campaña fue lanzada de manera conjunta entre la Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI) y la Asociación Paraguaya de Fútbol (APF), entidad nacional miembro de la FIFA y de la CONMEBOL que aglutina a todos los clubes del país. Se contó además con el apoyo de aliados estratégicos y referentes del sector tales como la Policía Nacional, la Unión Industrial Paraguaya, Tigo Sports y Puma, entre otros.

11. Esta alianza contribuyó a potenciar el mensaje, que además de la piratería en el fútbol, se extendió también a la falsificación de indumentaria deportiva, a las consecuencias de no respetar la propiedad intelectual en la imagen país y en cómo la informalidad perjudica a las empresas que invierten en el Paraguay.

12. El lanzamiento de la campaña fue realizado en la sede de la APF, con la presencia de las máximas autoridades de las entidades organizadoras, así como representantes de las instituciones que apoyaron la iniciativa. Vieron el primer contenido audiovisual de la campaña, en el que se declara que la piratería es una grave “jugada para tarjeta roja”, y conocieron las tres fases y objetivos de la campaña.



A. FASE 1: SENSIBILIZACIÓN MASIVA A LA POBLACIÓN

13. La primera fase de la campaña se inició con el partido Cerro Porteño - Olimpia, tradicional enfrentamiento entre dos de los clubes más importantes del país, disputado en el mítico estadio de los Defensores del Chaco, un ícono del fútbol sudamericano.

14. Las activaciones en dicho partido incluyeron intervenciones de arcos, carteles donde posaron los jugadores, niños portando chalecos, proyecciones en las pantallas y mensajes amplificadas en altoparlantes. Se sumaron además entrevistas a referentes en el campo de juego, tanto en la previa como luego del partido.

15. Un estadio lleno fue testigo de un sólido y poderoso mensaje: la piratería es un delito que perjudica al club que despierta la pasión.



B. FASE 2: CAPACITACIÓN A GRUPO CRÍTICO

16. La gran facilidad con la que esquemas ilegales de contenido operan es uno de los motivos que facilita el incremento de la piratería. En este contexto, los creadores de contenido e influyentes tienen un rol protagónico, especialmente en los públicos más jóvenes. Investigaciones internas conducidas por DINAPI encontraron que la oferta, distribución y difusión de servicios de *streaming* ilegal se producen a través de este sector, quienes muchas veces por desconocimiento de su origen ilícito los promocionaban a sus seguidores.

17. Por ello, en la segunda etapa de la campaña, se decidió enfocar esfuerzos en este grupo. La DINAPI realizó exposiciones a cargo de expertos que hicieron énfasis en las consecuencias legales asociadas por comercializar y distribuir contenidos piratas, el impacto que conlleva esta práctica en la reputación y marca personal, así como los eventuales bloqueos o desmonetizaciones que pueden sufrir las cuentas de redes sociales ante la violación de sus términos y condiciones. Se abordaron también los riesgos en materia de ciberseguridad ante la descarga de plataformas ilegales, explorando casos reales de robo de datos, vulneración a cuentas bancarias y medios de pago, entre otros.



18. Dicha jornada convocó a creadores de contenido e influyentes de gran alcance en el país, a fin de que contribuyan a sensibilizar a sus seguidores sobre los peligros que acarrea la piratería y la importancia de optar por contenidos provenientes de plataformas legales.

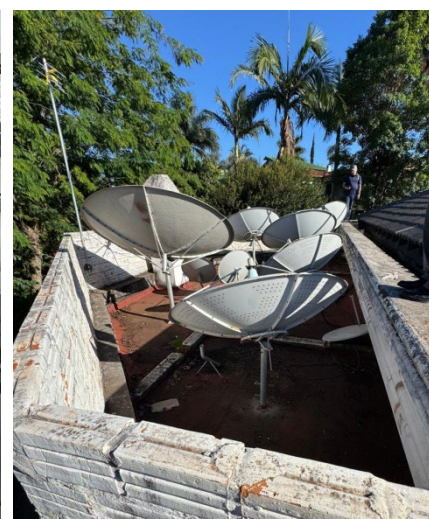


C. FASE 3: OPERATIVO INTERINSTITUCIONAL CONTRA LA PIRATERÍA

19. La etapa final tuvo como objetivo presentar una respuesta firme y articulada contra la piratería, mediante la realización del operativo 451 en el cual se dismanteló un centro de retransmisión ilegal que operaba en una ostentosa residencia situada en Alto Paraná, en la zona de la triple frontera entre Paraguay, Brasil y Argentina.

20. Este procedimiento interinstitucional se ejecutó conjuntamente entre el Ministerio Público, la DINAPI y la Policía Nacional a partir de una denuncia de titulares de derechos, que dio lugar a la incautación de cientos de receptores IPTV y satelitales, así como servidores, decodificadores, antenas, equipos informáticos y otros elementos.

21. El lujo de la mansión intervenida, así como los vehículos y la exclusiva zona en donde se encontraba ubicada, expusieron de forma irrefutable que este delito es muy lucrativo para sus perpetradores, y que la inversión necesaria es mínima en relación con los beneficios ilegales que se obtienen. Al respecto, estimaciones realizadas por los denunciantes indicaron que las prácticas conducidas por los infractores en este caso puntual producían pérdidas a la industria cercanas a los cinco millones de dólares EE. UU. al año.



22. Los responsables de este esquema actualmente enfrentan cargos por violación de derecho de autor y derechos conexos, exponiéndose a penas de cárcel que pueden ir hasta a ocho años en caso de que el hecho sea calificado como especialmente grave.

23. Mediante esta labor coordinada entre las instituciones públicas y el sector privado, se demostró a la población que existen sanciones -y muy serias- contra aquellos que atentan contra los derechos de PI y que, si bien el Gobierno actúa de forma preventiva, también activa los mecanismos represivos ante la vulneración de estos derechos.

24. La repercusión que tuvo esta operación amplificó y reforzó la toma de conciencia en la población sobre las consecuencias de la piratería en todos los niveles, y expuso el verdadero rostro de los piratas que, lejos de ser altruistas, se benefician económicamente del esfuerzo creativo ajeno, privando a toda la industria formal de valiosos recursos que contribuyen al crecimiento del deporte.

25. Con el objetivo de reforzar esta idea, la campaña finalizó con dos spots televisivos testimoniales por parte de dos jugadores de las formativas del fútbol paraguayo, a fin de los destinatarios conecten con estos futuros talentos, los sacrificios que realizan por su sueño y la importancia de los ingresos por derechos de PI para el mejoramiento de las condiciones e infraestructura de los clubes.

III. IMPACTO Y ALCANCE

26. Gracias a la amplia difusión en medios radiales, televisivos y redes sociales, cada una de las etapas de la campaña alcanzó a cientos de miles de personas en todo el país. Entrevistas a referentes de las entidades organizadoras instalaron una discusión sobre la problemática de la piratería y la necesidad de fortalecer la tutela de la PI a nivel nacional.

27. Esta campaña, sumada a otras iniciativas de la DINAPI enfocadas tanto en la sensibilización y capacitación como en las acciones de observancia, se enmarcan en una política institucional clara de instalar en el país una cultura de respeto hacia los derechos de PI, pilares para la innovación, la inversión y el crecimiento económico.

IV) CONCLUSIÓN

28. La campaña “Alentá el fútbol, desalentá la piratería” ha demostrado ser un caso de éxito sin precedentes en Paraguay para la implementación de estrategias nacionales coordinadas entre el sector público y privado que incentiven el cumplimiento efectivo de los derechos de PI.

29. Para tener éxito, estas campañas deben transmitir un mensaje directo, estar adecuadamente estructuradas y tener objetivos claros. Además de sensibilizar al público en general, cada fase debe dirigirse a audiencias específicas, con formación específica de capacitación para grupos críticos.

30. Sumar acciones de observancia efectiva en el marco de la campaña es también una práctica necesaria para demostrar que existen consecuencias serias contra quienes incurren en la piratería, exponiendo el nivel de vida que ostentan los piratas y falsificadores gracias a los ingresos ilegales que obtienen; atendiendo a la baja condena social que aún existe en el país ante estos ilícitos.

[Fin de la contribución]