

Bola de Drac

También en 1991 nos llegó al despacho un caso que merece un punto y aparte en las campañas antipiratería. Se trataba de “Dragon Ball”, una serie de *anime* que se hizo famosa de la mano de sus fans, un fenómeno popular que se viralizó espontáneamente de una forma extraordinaria (todavía no existían las redes sociales, ni siquiera internet), mediante dibujos, fotocopias y creaciones de artistas sobrevenidos.

La labor de limpieza del mercado fue difícil y, a veces, un poco injusta, el agente europeo que entonces se hizo cargo de la comercialización de este personaje japonés, introduciendo producto oficial, cuando ya tenía el mercado sembrado, fue implacable con aquellos quienes habían precisamente hecho famoso (viral, diríamos hoy) al personaje que tanto dinero le iba a dar... pero la ley es la ley. Ya en el siglo XXI “Songoku” todavía seguía de moda...



© Akira Toriyama

Akira Toriyama creó al personaje Son Gokū en 1984 para el manga titulado *Dragon Ball*. Dos años después se convirtió en *anime*. Tan pronto llegó a España lo rebautizaron como Songoku. La serie de animación fue doblada en todas las lenguas de las televisiones autonómicas. En Canal Sur se llamó *Bola de Dragón*; en Televisión de Galicia, *As bólas máxicas*; en Euskal Telebista, *Dragoi Bola*; en la Radiotelevisió Valenciana y Televisió de Catalunya fue estrenado como *Bola de Drac*.

Los ‘piratas’ acechan los éxitos de TV

Las copias ilegales de personajes televisivos invaden el mercado pese al aumento del control

Las empresas españolas pierden 300.000 millones al año por la falsificación de objetos

B. GASSELLA / C. SAVALL
Barcelona

Los piratas agudizan sigilosamente el éxito de una serie de dibujos animados para lanzarse al mercado de la economía sumergida. Producciones como *Bola de Drac* son un macroespón que genera una atracción comercial que mueve millones de pesetas a través de la venta de productos que reproducen sus personajes. El público intenta es el objetivo de este mercado, donde las productoras sueñan con los beneficios que engrasaron sus arcas con la explotación de las licencias.

“Las series de dibujos animados son empresas de alto riesgo y gran inversión”, considera el abogado Mario Sol Muntañola, especialista en propiedad intelectual. Para compensar este esfuerzo y gasto se intenta generar un poder sugestivo capaz de actuar como reclamo en la venta de camisetas, carpetas, globos, pins, juguetes o cromos.

“Cuando una serie tiene éxito, el pirata empieza a fabricar productos con las imágenes de los protagonistas sin pagar licencias, repetir el impulso, porque no puede declarar su producción”, afirma Sol Muntañola. “Este tipo de apropiación del fruto ajeno sujeta en todas sus modalidades pérdidas superiores a los 300.000 millones de pesetas anuales” para las empresas perjudicadas, solo en España. Desde la falsificación idéntica de una marca conocida, hasta la imitación maliciosa, además de aproximaciones que intentan confundir al consumidor, “el elenco de posibilidades defraudadoras es enorme”, prosiga.

Incumplimiento de las normas

Estas mercancías no cumplen ninguna norma de seguridad y calidad, y se venden a un precio mucho más bajo que el producto auténtico. Las falsificaciones o imitaciones constituyen delitos contra la propiedad intelectual. “Es muy complicado ver que el atentado se dirige también a la actividad creativa. Por esta razón, la opinión pública los considera delitos menores”, puntualiza el abogado.

La reforma de la normativa, la creciente sensibilización de la justicia y el trabajo de la Guardia Civil, la Guardia Urbana o la policía, junto a una dura persecución



Mario Sol Muntañola. El abogado defiende a P&M, la firma que posee los derechos de *Bola de Drac*.

Los empleados de Pannini contestan cada día 1.500 cartas de niños en busca de cromos

MARIBONELS VILASECA
Girona

Los 22 trabajadores de la empresa Pannini España, de Torroella de Montgrí -que tiene la exclusividad en Cataluña, Valencia y Baleares de la distribución de cromos y álbumes de *Bola de Drac*- contestan diariamente 1.500 cartas de niños interesados en conseguir ejemplares de ésta y otras series de cromos. Esta empresa catalana, filial del grupo italiano Pannini, factura con estos 22 empleados unos 1.200 millones de pesetas al año gracias a los 30.000 puntos de venta de cromos de que dispone.

La central italiana de la firma fue fundada hace 30 años por cuatro hermanos italianos que empezaron a comercializar en Modena sobres sorpresa con cromos a fin de sobrevivir durante la posguerra. Al poco tiempo ya imprimieron un primer álbum, dedicado al fútbol italiano, que marcaría el comienzo de una empresa que se ha erigido líder mundial en el imperio de los cromos.

Los cromos y álbumes que distribuye Pannini España se importan desde allí, una flota de camiones los lleva hasta Torroella de Montgrí, donde se distribuyen por paquetes según su destino y se reparten hacia más de 30.000 puntos de venta.

La sede de Torroella es también la encargada de decidir cuáles serán los álbumes que se venderán en España. Tiene subcontratada una empresa de estudios de mercado aunque, según explica el director financiero en Torroella, Albert Bou, “la última palabra la tienen los niños, y no siempre se acierta”.

Campañas publicitarias

El mercado de los cromos se dirigió principalmente a niños de entre 5 y 9 años de edad, y a niñas de entre 5 y 8 años. “El problema -explica el director de marketing de Pannini España, Xavier Pla- es que los niños van creciendo y cada cinco o seis años se tiene que atraer a nuevo público”. El clásico método de reparto de álbumes a la salida de las escuelas ha pasado a la historia, siendo sustituido por costosas campañas publicitarias en los medios de comunicación.

Según Bou, “de cada cien colecciones, sólo una resulta un gran boom, tres ofrecen un gran rendimiento económico, 30 son aceptables y el resto resultan un fracaso”.

El álbum de cromos de la serie televisiva *Bola de Drac* es la última apuesta de la firma. De momento, el éxito de esta nueva colección es fulgurante y en poco más de tres meses ya se han editado más de 500.000 álbumes y 14 millones de cromos.

por parte de los titulares de estos derechos, ayuda a etnicar el mercado legal, según Muntañola. “Aunque aún falta mucho camino por recorrer”, advierte.

Las dificultades para detectar a los piratas son muchas, porque se ha de descubrir dónde se fabrican los productos ilegales, montar la operación de la redada, intervenir el género y demostrar ante el juez la facturación de las ganancias. La proceura española acentúa más esta situación. Hace pocos días, un vendedor ambulante de Mataró fue a la comisaría para denunciar el robo de su licencia de venta de productos de *Bola de Drac*. Con el papel de la denuncia, iba de tienda en tienda. Cuando en un comercio le pedían la documentación, enseñaba el volante de la policía. “Los productos más baratos de *Bola de Drac* son idénticos a los de las copias ilegales: son bobes, pins, chapas, tarjetas, camisetas, postales, tarjetas y defensas. El más curioso es un adhesivo que reproduce a Son Gokū con la imagen de las Joves Juts de ERC en el que se lee ‘Generació Independència’.

EL PERIÓDICO



Songoku republicano. Los periódicos también utilizan *Bola de Drac*.

La persecución de los defraudadores ofrece todavía pobres resultados

En los últimos días, las fuerzas de seguridad han protagonizado una operación contra los piratas de los productos de *Bola de Drac*. El dispositivo apenas ha dado frutos, todo un símbolo de las dificultades para perseguir a los defraudadores.

El despliegue comenzó el Día de Sant Jordi. Media docena de agentes de pasarela del Grupo de Investigación Fiscal de la Guardia Civil detuvieron en un garaje de la zona Sant Pau a un vendedor ambulante

de insignias pirateadas con el que se había establecido una cita previa a través de un correo. El contacto se produjo cerca del mercado de Sant Antoni, uno de los puntos de venta de productos clandestinos de *Bola de Drac*.

En el momento de su detención, Francisco A., de 65 años, se puso a reír: “Yo no he hecho nada malo, Dios lo sabe”, dijo el detenido, que añadió: “No he ido al puerto a hacer contrabando. He ido a una

tienda legal”. El caso de Francisco es, según la Guardia Civil, un ejemplo de la falta de conciencia en este tipo de delitos. Sin embargo, los agentes sostienen que los vendedores saben que su actividad es clandestina: “Si no, no mostrarían su mercancía en lugares como un garaje”, afirman.

Las primeras declaraciones del hombre condujeron a los investigadores hasta un establecimiento de venta al por mayor en el Raval. El resultado de la

inrupción en el local fue poco productivo. Según el secretario del juzgado, sólo se incautaron de tres cartones con pins de Songoku y dos facturas, en las que no constan nombres, ni direcciones, ni teléfono, ni IVA, y que apenas totalizan 100.000 pesetas. El pasado lunes, el grupo de investigación registró la fábrica de Poblenou que presuntamente elaboraba la mercancía. En la factoría no se halló nada, sólo restos de cartones con adhesivos de *Bola de Drac*.