Cahiers de Psychologie Politique

N° 16 | 2010
Recherche empirique Janvier 2010

¿ La Ratería?

Mitos y Realidades sobre un Fenómeno Socioeconómico en México*

Carlos EDGAR TORRES PÉREZ

Laura ELENA ANGÉLICA FERRÓN MARTÍNEZ

Dulce MARÍA LARA HERNÁNDEZ

Édition électronique :
URL : https://cpp.numerev.com/articles/revue-16/1370-la-rateria
DOI : numerev_549
ISSN : 1776-274X
Date de publication : 18/01/2010

Cette publication est sous licence **CC BY-NC-ND** (Attribution - No commercial - No derivatives).

Pour **citer cette publication** : EDGAR TORRES PÉREZ, C., ELENA ANGÉLICA FERRÓN MARTÍNEZ, L., MARÍA LARA HERNÁNDEZ, D. (2010) ¿ La Ratería?. *Cahiers de Psychologie Politique*, (16). https://doi.org/10.34745/numerev_549

Se conoce como piratería el uso de materiales protegidos por el derecho de autor sin la autorización de su creador. El presente artículo analiza los resultados de una investigación realizada sobre hábitos de consumo y motivación para el uso de productos llamados “pirata” en estudiantes universitarios de la Ciudad de México. Se encontró que los universitarios presentan conciencia del daño económico y la problemática social que representa la piratería en México sin embargo consumen productos pirata con frecuencia motivados principalmente por un ímpetu de rebeldía contra las instituciones y empresas transnacionales.El consumo de piratería en Universitarios se ve influido por factores sociales, familiares y académicos más que económicos. Los factores psicológicos como la motivación por rebeldía, la influencia familiar y social se relacionan con aspectos propios de la cultura Mexicana. Los resultados se discuten a la luz de los postulados teóricos de Díaz-Guerrero, S. Freud y P. Ricoeur.

Piracy is defined as the illegal use or copy of copyright protected material without the authorization of its author. The present article analyzes the outcomes of a previous research done in Mexican Universities about the use and motivations around consume of pirate products. It was found that students are conscious of the social and economic damage piracy implies for Mexico, yet they frequently use pirate products motivated by a will to revolt against National Institutions and foreign transnational enterprises. Students consume of pirate products is directly influenced by social, familiar and academic factors more than economic ones. Some of the psychological factors found as a motivation for consuming pirate products are directly related to particular traits in Mexican culture. Results are discussed using authors such Díaz-Guerrero, S. Freud and P. Ricoeur.

Mots-clés :

Introduccion

A principios del siglo XXI, el mundo globalizado se encuentra evidentemente inmerso en un sistema imperialista. Esto no es nuevo, hace cinco siglos, el mundo se encontraba también bajo un régimen de imperios. La diferencia entre el siglo XVII y el siglo XXI consiste en que el imperialismo colonial era fundamentalmente territorial; mientras el imperialismo post moderno es económico.

Actualmente, el mundo ha cambiado las banderas nacionalistas por logotipos corporativos de empresas transnacionales, franquicias y emporios internacionales. Y justo en estas épocas contemporáneas, reaparece el fenómeno que conocemos como Piratería. No es coincidencia que este fenómeno tome su nombre de los antiguos marinos, hombres y mujeres que buscando riqueza y fortuna salieron de sus tierras para apropiarse de los bienes de otros.

La piratería de los siglos XVI y XVII consistía en el asalto a barcos cargados de oro y plata que eran transportados por los mares de las Indias a Europa. Es interesante recordar que estas mercancías que los piratas robaban habían sido a su vez saqueadas por los europeos de la colonias. En esos tiempos, la lucha entre los grandes imperios para tener el control del Nuevo Mundo dio luz al contrabando en alta mar. En la época actual, la piratería aparece como un fenómeno relacionado al comercio informal, el robo de derechos de autor y en general de la mano con la ilegalidad. También es importante notar que este fenómeno es reportado con mayor incidencia en países post-coloniales, o del tercer mundo como ahora se les denomina. Otro punto interesante es que la mayoría de las corporaciones afectadas pertenecen a países que desde el siglo XVII han sido grandes imperios.

México, como muchos otros países post coloniales, reporta serios problemas en relación al comercio informal y las prácticas mercantiles ilegales. Una de estas prácticas es la denominada Piratería. Este fenómeno se reconoce por una parte dentro del "comercio informal" y por otra en el rubro de "delitos contra la propiedad intelectual".

El denominado problema de la Piratería, no es un tema nacional sino mundial. Pero ¿por qué denominar Piratería a este fenómeno socioeconómico? Con la llegada de la ya famosa globalización[1] el problema se ha agrandado, pues ha permitido y propiciado que miles o millones de personas accedan a productos y servicios de una nación a cientos de kilómetros de distancia. Esto ha repercutido en un incremento sustancial del consumo de bienes de todo tipo, entre ellos, los bienes culturales. Por otra parte, el avance tecnológico, ha permitido que la reproducción, copia, alteración, traslado o simplemente utilización de estos bienes culturales sin consentimiento del creador sea accesible a casi cualquier persona en el mundo entero.

La presencia de la Piratería en México es innegable, sobre todo en las grandes urbes o centros conurbanos. Todos los días miles de personas salen a la calle a vender sus productos, copias apócrifas de diversos materiales. Diariamente una persona que se traslada por la ciudad a su centro laboral o educativo, se ve expuesta a una innumerable cantidad de productos piratas, que adquiere, a veces con remordimiento, y en la gran mayoría de los casos con orgullo.

La mayoría de las investigaciones realizadas con el tema de la piratería en México están enfocadas a los aspectos económicos. Estas investigaciones llevan a datos sobre las pérdidas anuales de las grandes empresas que dejan de vender ciertos productos, o estadísticos estimados sobre cuantos productos ilegales se venden en el mercado informal. Sin embargo, ninguno de estos estudios ha explorado los aspectos socio

culturales del fenómeno de la piratería.

En realidad, no hay definiciones claras sobre el término, ni cifras confiables. Se sabe sólo que México ocupa uno de los primeros lugares en la producción y consumo a nivel mundial. Sin embargo, la gran mayoría de las investigaciones al respecto están enfocadas desde una sola perspectiva, que suele ser la económica. La mayor parte de la información se encuentra en Internet o en periódicos y revistas y en su gran mayoría son notas que refieren a las acciones tomadas, los daños causados o a manifestar una postura, pero regularmente, no se habla del origen, las causas y motivaciones de los consumidores.

Experiencia

El objetivo general de este estudio fue investigar las opiniones y frecuencia de consumo de diversos productos denominados piratas en estudiantes universitarios de la Ciudad de México. Se plantearon dos hipótesis de investigación:

- La mayoría de los universitarios adquieren productos piratas.
- El consumo de productos piratas se relaciona con las motivaciones e influencias de los universitarios

Método

Se desarrollo un diseño de investigación no experimental, exploratoria.

Participantes

Se realizó un muestreo no probabilístico por cuotas encuestando a estudiantes de educación media superior de 12 universidades en el Distrito Federal, 6 públicas y 6 privadas.

Materiales

Se desarrolló un cuestionario con preguntas de opinión y escalas para medir las variables de la investigación:

- *1. Frecuencia de uso de productos pirata*. El consumo de productos pirata se clasificó de la siguiente manera: Piratería Editorial (PE): medios impresos; Piratería Musical (PM); Piratería de Video-Juegos (PVJ), Piratería de Películas y Videos (PPV), Piratería de Software (PS), Piratería Textil (PT): ropa, zapatos y accesorios de vestir; y Piratería de Arte (PA): obras plásticas, fotográficas y pictóricas

- *2. Motivaciones para el consumo.* Los motivos por los cuales se consumen productos pirata se clasificó de la siguiente forma: Motivación Académica (MAC): consumo relacionado con actividades universitarias propias de la carrera que estudian; Motivación Económica (MEC): consumo en relación al precio de los productos; Motivación por Entretenimiento (ME): consumo por diversión; Motivación por Rebeldía (MR): consumo sustentado en conductas transgresivas.

- 3. *Formas de acceso a los productos*. La adquisición de los productos se clasificó de la siguiente manera: Adquisición por Copia (CP): cuando se realizan copias caseras sin finalidad de lucro; Adquisición por Compra (CR): cuando se paga en el comercio informal por la adquisición de una copia; Descarga de Internet (I): cuando se obtiene la copia por Internet sin pagar derechos de autor.

- *4. Influencia para el consumo*. Los factores que llevan al estudiante al consumo de piratería, se agruparon de la siguiente forma: Influencia Social (IS): cuando los factores corresponden a la presión o costumbres del grupo de pares; Influencia Familiar (IF): cuando los factores involucran miembros de la familia que consumen productos pirata y/o fomentan su consumo; Influencia Académica (IA): cuando los factores involucran aspectos relacionados con lo académico como profesores o compañeros de clase.

- *5. Factores que influyen en el consumo*.Se evaluaron con preguntas de opinión considerando los aspectos económicos, sociales y de conciencia.

Resultados

La muestra estudiada se compone de 122 estudiantes universitarios entre 17 y 26 años con una media de edad de 20 años 9 meses, el 48.2% fueron hombres y el 51.8% mujeres; 37.5% de universidades publicas y 62.5% de universidades privadas de las áreas de Físico-matemáticas e ingenierías (1.6%), Ciencias Biológicas y Salud (25%), Económico-administrativas (23.4%), Ciencias Sociales (23.4%), Humanidades (9.4%) y Bellas Artes (10.9%).

La mayoría de los universitarios adquieren productos piratas.

El 87% de los universitarios encuestados consume regularmente productos pirata. Los productos de mayor consumo fueron Cds musicales (35.8%, del cual el 40% se refiere a música en formato MP3), películas y videos (30.1%, del cual 38.7% compra clon de DVD) y software (20%). Solo un 6% de los universitarios encuestados nunca ha comprado productos piratas.

Con respecto a los aspectos de consciencia en el consumo de productos pirata, la

mayoría de los estudiantes opinan lo siguiente: (95.2%) *"la piratería es un problema económico",* (61.3%) *"la piratería provoca mas daños que beneficios",* (66.1%) *"son severos los daños económicos causados por la piratería en México".* (75.8%) *"la piratería es un problema social",* (57.1%) *"la piratería es una alternativa para el acceso a la cultura y educación",* (80.6%) *"el gobierno también se beneficia de que haya piratería",* (85.5%) *"todos somos consumidores de la piratería"*. Estas opiniones indican que los universitarios están conscientes del daño económico que implica el consumo de los productos pirata, sin embargo, también le atribuyen beneficios sociales.

Con respecto a la toma de conciencia, los universitarios (63.5%) consideran que "*la piratería es un problema de conciencia*", sin embargo, la mayoría (77.8%) "*No siente remordimiento ni culpa al adquirir productos piratas*", y (62.7%) "*no ha cambiado sus hábitos de consumo pese a las campañas en "contra de la piratería*". Finalmente, 55.7% de la muestra piensa que se debe acabar con la piratería mientras que un 44.3% opina lo contrario.

Reproducirse o Morir…

El ser humano desde que existe sobre el planeta ha luchado por perpetuarse. Desde el acto biológico de la procreación, hasta la herencia cultural, la humanidad se empeña en no morir. Las obras tanto artísticas como culturales son vivos ejemplos de la necesidad humana de trascender la muerte y dejar un legado a nuevas generaciones.

La necesidad de trascendencia es entendida desde el psicoanálisis como una sublimación de la sexualidad cuyo fin es la reproducción del sí mismo en las obras creativas para su posteridad. (Freud, 1921)[2] De ahí la necesidad narcisista de proteger con el derecho de autor la legitimidad de la obra. Sin embargo, en el caso de la piratería comercial, el derecho de autor se respeta (es decir la autoría), lo que se transgrede es el derecho de lucro de la obra.

Si bien la reproducción de obras ha acompañado a la historia del arte y de la humanidad, nunca como ahora había sido tan accesible. Desde la antigüedad, las obras y creaciones artísticas y culturales, han sido constantemente reproducidas con y sin el consentimiento de los creadores. La tecnología ha favorecido estas reproducciones, por ejemplo, la llegada de la imprenta de Gutemberg, permitió que la reproducción de textos se hiciera más fácil y común. Textos que antes eran transcritos a mano y que sólo llegaban a unos cuantos podían ser reproducidos fácilmente y ofrecidos a un público más grande.

La divulgación de la obra artística contribuye a la intención de transmisión y trascendencia pretendida por el autor. Con el perfeccionamiento y dominio de las técnicas -particularmente en la denominada revolución industrial y partiendo de la creación de máquinas de producción que agilizaban la fabricación de insumos- la reproducción, copia o fabricación en serie, se convirtió en algo común y corriente. Los bienes culturales o intelectuales no fueron la excepción: libros, enciclopedias, y toda clase de inventos, fueron algunos de los productos que se ofertaron en el nuevo sistema

de mercado de la era moderna.

La reproducción de obras e inventos fue controlada por los medios de producción hasta la llegada de los materiales de reproducción casera. Con la aparición de los reproductores con capacidad de grabación y los denominados casetes vírgenes de audio y video, una nueva posibilidad se abrió para el público, pues por primera vez, la gente era capaz de almacenar en un soporte material, obras sonoras y visuales de su preferencia. Esta nueva posibilidad, ofrecida a los usuarios por las propias compañías productoras sería utilizada y explotada hasta derivar en lo que hoy denominamos piratería.

Estos inventos ofertados al público en general para la reproducción y fabricación casera de diversas obras, fueron hábilmente aprovechados por ciertos sectores de la población que vieron la oportunidad de lucrar con esto. Surgió así en el mercado llamado "negro" la proliferación de productos apócrifos de diversas índoles.

Hoy en día, los avances de la era digital y el Internet ofrecen un infinito mar de posibilidades, pues ya no es necesario desplazarse o salir del hogar o lugar de trabajo para obtener los objetos que antes era necesario salir a comprar y por los cuales se tenía que pagar.

¿Pi-Ratería o el Verdadero Libre Mercado?: La Delgada Línea entre la Protección del Derecho de Autor y la Privatización de la Cultura

Si bien este fenómeno de plagio o robo de obras ha existido desde la antigüedad, el problema se ha ido agrandando conforme se dominan las técnicas y progresa la tecnología. Hoy en día el fenómeno de la piratería es, a nivel mundial, un problema enorme y complejo de explicar.

En el caso de la piratería, existe la discrepancia entre la falsificación de una obra (asociada con el plagio) que consiste en el robo de una idea y la transgresión de los derechos tanto morales como patrimoniales del autor; y la copia ilícita donde si bien se reconoce la autoría del creador, se lucra con su obra sin su autorización.

De esta discrepancia surgen ciertas polémicas entre los mismos creadores. Algunos parece no importarles que otros lucren con su obra con tal de verla difundida siempre que se respete su autoría. Otros por su parte, están en contra de la reproducción de sus obras sin su consentimiento.

Para ejemplificar este punto, encontramos las palabras de Michael Moore,

documentalista y cineasta norteamericano quien comenta “Creo que la información, el arte y las ideas deben ser compartidas. No estoy de acuerdo con las leyes del copyright y no tengo ningún problema con que la gente baje mi película de Internet y la comparta con otras personas”. El reconocido cineasta comenta en referencia a su película *Fahrenheit 9/11* “Mientras mas personas la vean mejor, así que estoy feliz de que esto suceda. No existe una amenaza terrorista en eso!!”3

Jurisdicción VS Usos y Costumbres

En términos generales el Derecho de autor es el reconocimiento que brinda el Estado en favor de los creadores y artistas para que goce de prerrogativas y privilegios exclusivos de carácter personal y patrimonial. En realidad, aunque existen muchas definiciones de piratería, la Ley Federal del Derecho de Autor no lo define, ni contempla, quedando únicamente entendida como una infracción.

La expresión correcta para referirse a estas situaciones sería copia ilegal o uso no autorizado y, en términos más generales, infracción al derecho de autor. Sin embargo, la legislación de ciertos países que regula el derecho autoral contempla como excepción la copia privada, es decir, autoriza a los particulares la copia o reproducción de una obra protegida para hacer un uso privado de la misma.

El término piratería se aplica también a la venta ilícita de dicho material reproducido ilegalmente. Estos actos se comenzaron a denominar piratería como metáfora del robo de la propiedad del otro, acto que realiza un pirata en el mar. La forma en que debe tratar la ley la realización de estas copias no autorizadas es un tema que genera polémica en muchos países. Al respecto, es necesario aclarar que por su propia naturaleza, el Derecho Autoral es complejo y las leyes varían según el país, para lo cual se sirven de los convenios internacionales como guías para determinar la resolución de algún problema Los Convenios de Berna y Roma son los principales puntos de referencia. Un problema en este aspecto, es que las mismas leyes internacionales varían de un país a otro, resultando en ocasiones ambiguas, pues es realmente difícil definir la originalidad, perdurabilidad e influencia de las ideas o creaciones. De acuerdo a los códigos internacionales El Derecho de Autor es el reconocimiento que hace el Estado a favor de todo creador de obras literarias y artísticas para que goce de privilegios exclusivos. Está conformado por dos tipos de derecho: el moral y el patrimonial.4

El Derecho Moral consiste en la facultad del autor de decidir si su obra ha de ser divulgada y cómo, exigir el reconocimiento de su calidad de autor y el respeto a su obra, poder modificar su obra si así lo desea, entre otros aspectos. En cambio, el Derecho Patrimonial sí se puede transmitir y cosiste en la facultad que posee el autor de explotar su obra por sí mismo o a través de otros.5

Se considera generalmente que es el derecho exclusivo concedido por la ley al autor de una obra para divulgarla como creación propia de él, para reproducirla y para

transmitirla (distribuirla) o comunicarla al público de cualquier manera o por cualquier medio, y también para autorizar a otros a que la utilicen de maneras definidas. La mayoría de las legislaciones de derechos de autor distinguen entre derechos patrimoniales y derechos morales, que juntos constituyen el derecho de autor. Por regla general, la legislación impone ciertas limitaciones en cuanto a la clase de obras que pueden ser acreedoras a la protección y en cuanto al ejercicio de los derechos de los autores incluidos en el derecho de autor.6

Como podemos observar por las respuestas de los universitarios, los usuarios de la piratería tienen conciencia tanto de la infracción a la ley como del daño económico que implica el consumo de la piratería. La mayoría de las campañas publicitarias en México para detener el consumo de piratería se han enfocado a hacer conciencia e informar del daño que genera dicha práctica. Al parecer el mensaje llega a los usuarios, sin embargo esto no modifica sus hábitos de consumo.

Para entender semejante paradoja, es necesario comprender la psicología del mexicano y algunos aspectos culturales y políticos de su ideología. Tal es el soporte para nuestra segunda hipótesis:

El consumo de productos piratas se relaciona con las motivaciones e influencias de los universitarios

Se llevaron a cabo varios análisis estadísticos con la información obtenida en las escalas del cuestionario. A continuación se presentan los datos más relevantes:

En cuanto a las motivaciones para consumir productos pirata, se encontró que la **Motivación Económica** es un factor para el consumo de Piratería Editorial ($F=6.564$; $\alpha=0.003$), de Software ($F=5.789$; $\alpha=0.005$), de Películas ($F=7.430$; $\alpha=0.001$). La **Motivación por Rebeldía** es un factor para el consumo de Piratería Musical ($F=5.177$; $\alpha=0.009$), de Películas ($F=6.236$; $\alpha=0.004$) y de Software ($F=3.762$; $\alpha=0.029$). La **Motivación Académica** influye en el consumo de Piratería Editorial ($F=21.601$; $\alpha=0.000$) y de Software ($F=9.204$; $\alpha=0.000$). Por último la **Motivación por Entretenimiento** influye solo en el consumo de Piratería de Videojuegos ($F=3.513$; $\alpha=0.037$).

En un análisis de regresión lineal se encontró que las motivaciones por rebeldía y académica son **predictores** del consumo de piratería en estudiantes universitarios, no así la motivación económica. ($F=15.537$; $\alpha=0.000$). La motivación económica toma peso en el modelo al combinarse con la influencia familiar ($t=2.327$; $\alpha=0.024$) y la motivación por rebeldía conserva su peso ($t=3.764$; $\alpha=0.000$).

La forma mas popular de adquirir productos pirata es la copia ($rho=0.827$), seguida de la descarga de Internet ($rho=0.689$) y por último la compra ($rho=0.448$). La descarga de Internet se relaciona con la **motivación por rebeldía** ($rho=0.546$) y la piratería de Software ($rho=0.666$)

Esta información indica que si bien una motivación importante para consumir piratería es el bajo precio que estos productos tienen en comparación a los originales, se encontró que la rebeldía y el deseo de transgresión hacia las instituciones es un factor importante.

Históricamente, la cultura mexicana ha sido un pueblo conquistado. Primeramente por los españoles, actualmente por los vecinos del norte (Estados Unidos). En dado que la mayoría de las grandes empresas transnacionales que se ven afectadas por la piratería son de origen estadounidense, el plagio de estas mercancías y su consumo cobran representaciones simbólicas socioculturales y políticas.

Entre los universitarios de la muestra estudiada, el consumo de piratería esta asociado a la rebeldía contra las instituciones y una alternativa de acceso a la cultura en un país en el que la situación económica es cada vez más desesperanzadora.

La relación establecida en el imaginario colectivo con los "vecinos del norte" es ambivalente. Como históricamente ha sido en la cultura mexicana la relación con la autoridad. El mexicano mantiene por naturaleza un doble vínculo con la autoridad (Bejar, 1979)7. Aparentemente es sumiso y obediente, incluso infantil en su relación con los representantes de la autoridad. Sin embargo, constantemente busca transgredir la ley y burlar las normas.

Desde esta perspectiva, el mexicano presenta una escisión interesante (evidenciada en la primera parte de este estudio) ya que por una parte conoce de la ley y por otra la transgrede sin sentirse culpable (Ramírez, 1977)8. Las autoridades mexicanas (particularmente el gobierno) han desarrollado políticas públicas en materia de piratería que favorecen y protegen los intereses de los corporativos internacionales dejando de lado los intereses del pueblo. La masa no se siente identificada con el líder, por lo que no respeta sus normas y busca su propio beneficio.

Este fenómeno lleva a una configuración que Samuel Ramírez ya había descrito desde 1977 como característica del mexicano: "El Yo nacional es un Yo esquizoide"9 dividido entre los intereses de la autoridad (representada por el gobierno y los corporativos extranjeros) y las necesidades personales.

Algunos autores han sugerido que las fuerzas sociales y políticas deforman y fragmentan la identidad generando una represión inmovilizadora en la colectividad. "Las mutaciones del capitalismo de mercado al capitalismo monopólico vaciaron el núcleo emocional de la interioridad psíquica e instituyeron nuevas determinantes sociales e ideológicas para la identidad personal" (Elliot, 1992)10. Esta observación es clara en el estudio presentado. El joven consumidor de piratería mexicano conoce la ley y esta conciente del daño económico que provoca fomentar las prácticas piratas. Sin embargo, su principal motivación para seguir consumiendo es la rebeldía contra las instituciones gubernamentales y los corporativos representantes de los ideales de la globalización y el capitalismo.

Piratería en la Ciudad de México:

De las políticas públicas a los obscuros mares de la conciencia

“La región más transparente del aire”, así calificó a la colonial Ciudad de México Alejandro Humboldt, sin embargo, la antes capital del Anáhuac, Tenochtitlan, hoy Distrito Federal, parece haber perdido ya la transparencia, pues ahora en nuestros aires citadinos se respira corrupción, comercio informal, inseguridad, impunidad. Pero sobre todo, inhalamos políticas públicas basadas en la ambivalencia y en la simulación, es por eso que como la política se ha olvidado del bien común, surgen alternativas que realmente buscan favorecer la satisfacción de las necesidades de los ciudadanos, alternativas que no precisamente resultan lícitas, pero sí eficaces en la resolución de importantes problemas urbanos. Ejemplo claro de lo anterior, es la llamada Piratería, que ciertamente es una práctica cuyo ejercicio irrumpe con lo establecido legalmente, pero su práxis paradójicamente cumple funciones sociales, psicológicas, económicas, políticas y culturales.

Postulamos que la piratería en México es una forma de reaccionar ante la fomentada Conquista comercial por la globalización y el capitalismo. El fenómeno de la piratería representa un problema para los intereses comerciales imperialistas (de la misma forma que en los imperios de siglos pasados); sin embargo, como fenómeno socio-cultural, ofrece a un gran sector de la población el acceso a la cultura, el entretenimiento, el arte y la educación que de otra forma sería inaccesible debido a los altos costos que tienen estos productos en el mercado legal.

Según los datos recabados por la encuesta presentada, para los universitarios, la piratería una forma de defensa ante la imposición de culturas extranjeras y puede explorarse como un signo de nacionalismo y protesta a manera de transgresión frente a las problemáticas políticas que viven los jóvenes.

* Trabajo presentado en el IV Congreso Latinoamericano de Alternativas en Psicología: Hacia la Construcción de un Mundo Posible”, y el VII Congreso Al Encuentro de la Psicología Mexicana. Morelia, Michoacán, 7-10 de marzo de 2007.

1 Termino utilizado por primera vez por Theodore Levitt en The Globalization of Market para describir las transformaciones que venia sufriendo la economía internacional desde mediados de la década de los 60. Es necesario aclarar que ciertos autores consideran más adecuado el término mundialización, pues etimológicamente *globalización*, anglicismo procedente del inglés *globalization*, en español, no equivale a mundial, como lo es en inglés. Sin embargo, la Real Academia de la Lengua Española, considera el término *globalización* como la tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales y no considera el término mundialización, aunque se está considerando su inclusión.

2 Freud S. (1921) Psicología de las Masas y Análisis del Yo. En: Obras Completas. Bs As: Amorrortu. p 73

3 Internet Movie Data Base (IMDB) “In response to bootleg copies of the movie popping up: "Is it wrong for someone who's bought a film on DVD to let a friend watch it for free? Of course it's not. It never has been and never will be. I think information, art and ideas should be shared. I don't agree with the copyright laws, and I don't have a problem

with people downloading the movie and sharing it with people as long as they're not trying to make a profit off my labour. I would oppose that. I do well enough already, and I made this film because I want the world to change. The more people who see it, the better, so I'm happy this is happening." "There is no terrorist threat!" La traducción es nuestra.

4 Quevedo, Bello Oliva Leticia, La ley de los autores, Hacia un proceso de revisión permanente, Revista Mexicana de Derechos de Autor, Año 1, Número Especial, Noviembre 2000, pag.11.

5 Ibid, pag. 12

6 Ibid, pag. 59

7 Bejar R. (1979) El Mexicano: Aspectos Culturales y Psicosociales. UNAM

8 Ramírez S. (1977) El Mexicano, Psicología de sus Motivaciones. Ed. Grijalbo

9 OP cit p 123

10 Elliot A. (1992) Teoría Social y Psicoanálisis en Transición. Bs As: Amorrortu

Bejar R. (1979) El Mexicano: Aspectos Culturales y Psicosociales. UNAM

Díaz-Guerrero R. (2003) En las Garras de la Cultura. Psicología de Mexicano 2. Ed. Trillas

Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española.

Elliot A. (1992) Teoría Social y Psicoanálisis en Transición. Bs As: Amorrortu

Freud S. (1921) Psicología de las Masas y Análisis del Yo. En: Obras Completas. Bs As: Amorrortu

OMPI Glosario de Derechos de Autor y Derechos Conexos (1980) Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Ginebra Suiza.

Quevedo, B. Oliva L. (2000) La ley de los autores. Hacia un proceso de revisión permanente. Revista Mexicana de Derechos de Autor, Año 1, Número Especial, Noviembre 2000

Ramírez S. (1977) El Mexicano, Psicología de sus Motivaciones. Ed. Grijalbo

Ricoeur P. (1970) Freud: una interpretación de la cultura. México: Siglo XXI