



---

**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](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.