

REPRESENTACIONES SOCIALES DE ADICCIONES EXPRESADAS EN PRODUCCIONES DE VIDEOS MUSICALES JUVENILES EN MÉXICO

Avance de investigación en curso.

GT 03 Producción consumo culturales y medios de comunicación.

Autores: Mtra. Mónica del Sagrario Medina Cuevas, Mtro. Germán Cruz Guzmán, Mtra. Andrea Estupiñán Villanueva y Mtro. Helios José Roberto Valencia Ortega.

Resumen: El presente estudio muestra la parte cualitativa del análisis en curso a tres videoclips de artistas mexicanos en donde se observan explícitamente distintas adicciones, siendo la más representada la del alcohol y sus efectos. Cada de los videoclips corresponde a un año dentro del intervalo de tiempo de 2011 a 2013, la cual con base en las tres dimensiones de la Teoría de las Representaciones Sociales de Moscovici: Información, campo de representación y actitud, se identificaron las cuatro fases de manifestación de una adicción: Consecuencias negativas, falta de control, negación y obsesión. Contando con la metodología de análisis de Casetti y Di Chio. Así mismo, con este estudio se sientan las bases para la siguiente fase de análisis del fenómeno.

Palabras Clave: Adicciones, *Videoclips* y Representaciones Sociales.

Introducción

El presente estudio se fundamenta en la problemática establecida por la OMS 2011, que ubica al consumo nocivo de bebidas alcohólicas en el tercer lugar de los factores de riesgo de mortalidad, generando 2.5 millones de muertes cada año en el mundo. En México, representa la cuarta causa de mortalidad entre jóvenes de 15 a 29 años, donde la práctica social de la fiesta es uno de los factores de riesgo de consumo excesivo de alcohol.

Aunado a esto los distintos soportes comunicativos se encargan de enviar y transmitir distintos mensajes hacia las audiencias, representando distintas actividades y cotidianidades de su vida y generando un vínculo emocional y representando un patrón de comportamiento el cual pueden comenzar a imitar. Así mismo, la evolución tecnológica de los medios de comunicación ha generado nuevos escaparates para la transmisión de los mensajes, aportando una mayor posibilidad de que las audiencias puedan encontrar patrones de comportamiento en ellos.

Debido a estas razones es que se comenzó a desarrollar este proyecto, contando como objetivo general la identificación de los cuatro signos cardinales de las adicciones y su representación social implícita en *videoclips* dirigidos a jóvenes. Así mismo, se plantearon dos fases de la investigación, en una instancia determinar si es que los signos cardinales de las adicciones se encontraban presentes y cuál era el significado que se podía analizar, para posteriormente comenzar en una segunda etapa la contabilización de momentos que generan un estímulo en las audiencias al contar con repeticiones de estas tendencias. Esta texto presenta solamente los resultados de la primera fase de la investigación.

Adicciones

En 2013 la Organización Mundial de la Salud (OMS) define las adicciones como una enfermedad física, psicoemocional y espiritual en el ser humano. Esto se puede traducir como una dependencia hacia una sustancia, actividad o relación que arrastra a la persona adicta desarrollando tendencias obsesivas y compulsivas (CONADIC, 2004). A diferencia de los simples hábitos o influencias consumistas, las adicciones son “dependencias” que trae consigo graves consecuencias en la vida real que deterioran, afectan negativamente, y destruyen relaciones, salud (física y mental), además de la capacidad de funcionar de manera efectiva.

En la actualidad se acepta como adicción, cualquier actividad que el individuo no sea capaz de controlar, que lo lleve a conductas compulsivas y destructivas y perjudique su calidad de vida, como por ejemplo puede existir, adicción al sexo, al juego (ludopatía), a la pornografía, a la televisión, a las nuevas tecnologías (tecnofilia), al alcohol, los alucinógenos, el tabaco, entre otros (Hernández, 2010). González (2005) detecta cuatro signos que demuestran que existe una adicción, estos son:

La obsesión se refleja cuando alguien es adicto porque a menudo no puede pensar en otra cosa que no sea la sustancia, el modo de conseguirla, la forma de administrarla, etc. En general, la adicción es vivida como una obsesión que dirigirá gran parte de su tiempo, su energía y su atención. El estilo de vida se vuelve monótono y unimodal: todo gira en torno a la adicción, y el resto de personas, cosas, intereses y obligaciones, pasan a un plano secundario.

Las consecuencias negativas se observan cuando una adicción nociva se vuelve en contra de uno mismo y de los demás. Al principio se obtiene cierta gratificación aparente, igual que con un hábito. Pero más temprano que tarde su conducta empieza a tener consecuencias negativas en su vida. Estas afectan a muchos aspectos diferentes de la vida de una persona. Los más importantes son: Relaciones, trabajo, economía, salud psíquica, conducta y salud física.

La falta de control es el rasgo distintivo de la conducta adictiva que al tratar de controlarla, la voluntad resulta insuficiente. La sustancia o actividad en cuestión controla a la persona, en lugar de ser al contrario. La falsa percepción de autocontrol es uno de los grandes paradigmas para entender las adicciones. Los drogodependientes creen que pueden controlar la droga: la cantidad, las dosis, la frecuencia, etc. sin embargo nada hay más equivocado que esta creencia.

La negación se observa a medida que los adictos empiezan a acumular problemas (en el trabajo, hogar, socialmente), inevitablemente comienzan a negar dos cosas, que la sustancia o actividad en cuestión constituya un problema que no pueden controlar y que los efectos negativos en sus vidas tengan alguna conexión con el uso de la droga o actividad.

Cuando se habla de adicciones es imposible observar que el grupo que se encuentra más vulnerable ante estas son los jóvenes, ya que según la Encuesta Nacional de Adicciones (ENA) 2013 el consumo de drogas comienza entre los 19 y 24 años de edad, aunque ocurre antes en hombres (19) que en mujeres (23). La edad de inicio, según el tipo de drogas, es de 17 años en el caso de solventes e inhalables; de 18 para la marihuana, 22 para la cocaína y 28 para drogas de uso médico. Así mismo los amigos son la principal

fuentes de obtención de drogas (56%), aunque 30% de los usuarios las consiguen en la calle. El consumo de alcohol es poco frecuente, si atendemos al hecho de que sólo 7.04% de la población entre 12 y 65 años reportó consumirlo entre 1 y 4 veces por semana. Sin embargo, cuando se produce la ingestión etílica se hace en altas cantidades, particularmente por parte de los hombres, sin importar que se desenvuelvan en ambientes urbanos o rurales.

Las representaciones sociales de Moscovici

Las representaciones sociales se definen como modalidades del pensamiento de sentido común que se generan, permanecen y transforman mediante procesos comunicativos cotidianos y mediáticos (Rodríguez, 2009, p.15). Auxiliadora citada en Domínguez y Gutierrez (2006) estudia a las representaciones como parte de las sociedades modernas, derivado de la exuberante transmisión de información de los medios masivos de comunicación.

Las representaciones sociales son una imagen psico-cognitivo-conductual estructurada por lenguajes e imágenes que configuran el sentido común, en tanto permite a los individuos entender su realidad social y moverse en ella. Su función es la elaboración de comportamientos sociales y la comunicación entre los individuos (Zamora, 2000).

La teoría de la Representaciones sociales está integrada por tres elementos, el primero permite su emergencia, el segundo es el contenido y el tercero es la objetivación y el anclaje. Para los fines de esta investigación sólo se considera el contenido de la representación social.

Las tres dimensiones del contenido se conforman por tres dimensiones: la información; como el conjunto de datos procesados que se comparten respecto al objeto social; el campo de representación, que prescribe los límites, jerarquías y organización del contenido; y la actitud, como postura positiva o negativa respecto al objeto de representación social.

La industria del *videoclip*

Debido al impacto que los medios audiovisuales tienen para la persuasión de un público en referente a un servicio o producto, la industria musical se ha valido de este recurso, ya que cuando una disquera lanza un sencillo en la radio, en poco tiempo o a la par, se hace también el lanzamiento de la producción audiovisual, es decir, de lo conocido como *videoclip*, un género de ficción. El cual se define como una producción de ficción que suele usar el melodrama para narrar historias que generalmente retratan la letra de la canción; lo que determina el concepto y ritmo del concepto. Las historias contadas en este género pueden ser más o menos lógicas o bien abstractas o inconexas. En promedio tienen una duración de tres a seis minutos, según los estilos y géneros de composición musical en los que se basan (Meléndez, 2001: 38).

El *videoclip* es un género audiovisual mixto puesto que fusiona varios estilos, formas, géneros y recursos audiovisuales que tienen sus orígenes en el teatro, el arte, el cine, el baile, la moda, la televisión y la publicidad, donde estos elementos se combinan con la música antes grabada y la actuación musical de un modo característico y novedoso (Darley, 2003). Dentro de las principales características del lenguaje audiovisual que componen un *videoclip*, y que le dan cabida dentro de los instrumentos publicitarios, en

específico de un cantante o grupo musical, se resaltan grandes planos generales de escenarios y ambientes; planos generales de las coreografías y los conjuntos musicales, en contraposición a planos medios de bailarines, intérpretes y ejecutantes; tratamiento expresionista del color; amplios y dinámicos desplazamientos sobre la grúa; movimientos veloces o lentos dentro del encuadre; superimposiciones del cantante sobre el ser y sobre paisajes de distinta naturaleza y brevísima duración de un plano en pantalla, no más de un segundo (Meléndez, 2001).

Desde el enfoque funcionalista mediático, Casetti y Di-chio (2006) afirman que una de las funciones de los medios audiovisuales es construir modelos a partir de representaciones simplificadas y canónicas de la realidad de donde toman prestados valores rituales símbolos, formas de interacción, lugares y tiempos para restituirlos después en modelos que cabe imitar, lo cual en la mayoría de los casos se torna patente en los *videoclips*.

Metodología

Las dos grandes actividades para el análisis fílmico, de acuerdo con Casetti y Di Chio (1991) son la descomposición (que implica una descripción) y la recomposición (que conlleva una interpretación). La descomposición se subdivide en la segmentación (dividir el audiovisual linealmente) y la estratificación (dividir el audiovisual transversalmente). La recomposición se subdivide en: enumerar (catalogar todos los elementos encontrados), ordenar (evidenciar el lugar que ocupa cada elemento en el audiovisual), reagrupar (llegar a la síntesis). La fase de modelizar por cuestiones de espacio no forma parte de éste análisis.

Para el análisis se requirió elegir unidades. Se seleccionaron videos musicales, realizados en los años del 2011 al 2013. Los cantantes seleccionados están en relación a ciertos aspectos de popularidad. Las producciones son: Libertad de Chistian Chávez y Anahí (2011), Me rio de ti de Gloria Trevi (2012) y Corazón Bipolar de Paty Cantú (2013). El *corpus* propuesto presenta aspectos de adicciones y estos constituyen el objeto de representación social.

Se seleccionaron algunas imágenes de cada *videoclip* en las que se observan las cuatro actitudes de adicción a identificar, que son: obsesión, consecuencias negativas, falta de control y negación. Y en las cuáles se encuentran explícitas las tres dimensiones del contenido a partir del cual reconstruimos la representación social según Moscovici.

Sobre la validez del análisis existen diferentes criterios, sin embargo Casetti y Di Chio (1991), destacan los cuatro siguientes: profundidad (captar su esencia más oculta), extensión (revisar la mayor cantidad de elementos posibles hasta el límite que sería la posible saturación), economía (alcanzar la síntesis extrema de lo analizado) y elegancia (registrar las cualidades estéticas y ornamentales).

Resultados

Los tres videos musicales representan los cuatro signos cardinales de las adicciones. En relación con el consumo de alcohol y drogas inhalantes su consumo es un acto social. Las tres narrativas audiovisuales se desarrollan en escenarios festivos, los personajes representan jóvenes y adultos jóvenes, relaciones de amistad y libertinaje. Las tres tienen como premisa posible y conducente a explicar los comportamientos de consumo en relación

al desamor, el despecho, la confusión y la búsqueda de una identidad. Se describe sólo una de las imágenes seleccionadas de cada video en donde se representan los signos cardinales de la adicción. Se atiende al argumento visual que proporcione más datos sobre la representación.

La información son todos los datos que permiten interpretar el campo de representación. En éste caso, como elementos que proporcionaron datos sobre cada una de las imágenes y que permitieron su análisis, se encuentran los personajes, el encuadre, la iluminación, etcétera. El campo de representación es la jerarquía de datos que se muestran en el *corpus* y que indican más claramente los datos buscados y le dan sentido; es decir, adquieren un significado por su relación con el conjunto y no por su manifestación aislada. Aquí las categorías que se consideraron fueron los cuatro signos cardinales de la adicción, cada uno como campo de representación identificable pero no independiente de los demás. Respecto a las actitudes sobre la adicción, se expresan como posturas a favor o en contra que se toman sobre los campos de representación y que expresan la actitud que el realizador tiene de los mismos.

Libertad

En la figura 1 se ve *el campo de representación de la obsesión*, como ésta concentración de toda la energía en el alcohol, la misma composición en primer plano de la botella y después las copas que sostienen los personajes. La disposición de los cuerpos en la toma refleja el interés que dedican, en tanto actividad social, la copa “entre ellos” como mediador de éste intercambio y la iluminación que centra el interés en las copas, incluso la botella rodeada de ésta luz chispeante. De hecho, las relaciones expresadas parecen subordinadas al alcohol. La información que nos proporciona la letra de la canción no es menos importante: “no me voy a frenar, yo busco libertad, sólo quiero libertad, libertad” es muy repetitiva, obsesiva, reiterativa respecto a éste campo de representación. Es importante señalar que en ésta imagen vemos al protagonista al fondo, en el marco de éste ambiente de consumo en *una actitud favorable* en éste primer acercamiento con el alcohol.

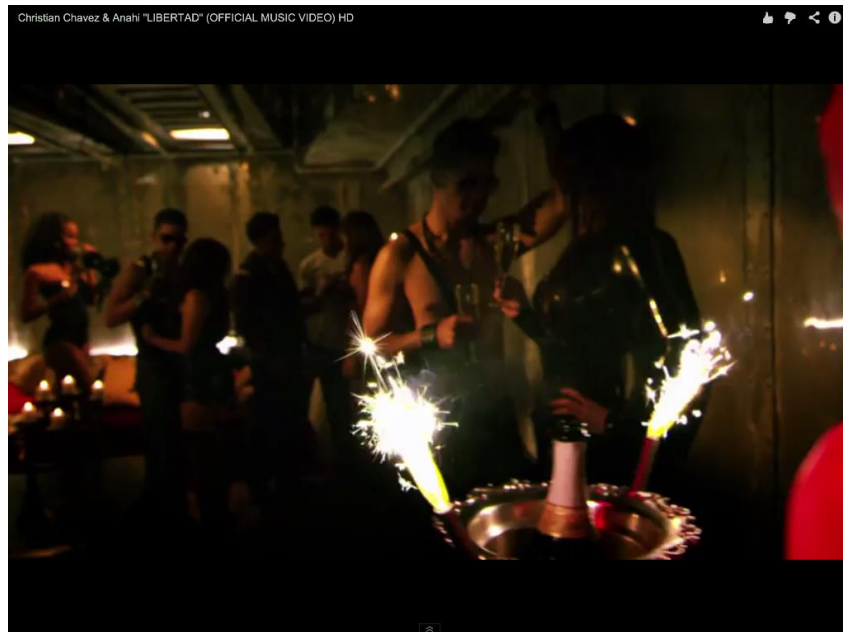


Figura 1. Libertad: Obsesión. Fuente: Itunes, 2011.

En las figuras 2 y 3, se muestra a uno de los personajes en un plano medio corto, encuadre íntimo, en primer plano; tras haber estado en contacto con el inhalante, se manifiesta con claridad los movimientos oculares rápidos e involuntarios y la boca abierta. Aquí se reconoce el *campo de representación de las consecuencias negativas*. El sujeto que lo acompaña le toma del hombro y lo mira en una actitud pasiva, lo que hace evidente ésta falta de salud psíquica donde se altera la relación social ante un ensimismamiento y abandono a los efectos de la droga como las alucinaciones. Al parecer, *la actitud* hacia el consumo de inhalantes, es favorable porque el sujeto es libre, es receptivo, y no parece estar en contra de su voluntad.



Figura 2. Libertad consecuencias negativas 1. Fuente: Itunes, 2011.



Figura 3. Libertad consecuencias negativas 2. Fuente: Itunes, 2011.

En la figura 4 el *campo de representación de la falta de control*, el personaje en un plano general en picada cae al suelo entre la multitud que no se inmutan y permanecen indiferentes. El personaje pierde completamente la voluntad para mantenerse en pie, consecuencia de la falta de control que la droga propicia en su persona. La información que proporcionan las letras es “comprendí que si estoy aquí es porque así lo decidí” y parece indicar ésta falsa percepción del autocontrol. En una *actitud* donde no parece ser algo malo ni alterar el orden, ninguno de los asistentes hace algo por ayudarlo.



Figura 4. Libertad falta de control. Fuente: Itunes, 2011.

En la figura 5 registrando la percepción de los realizadores, el cantante, en un plano medio largo que permiten ver al resto de los personajes al fondo, le da la mano al personaje, levantándolo del suelo para enseguida besarlo, y dejar atrás el incidente que lo llevó a perder el control. *El campo de representación de la negación* se manifiesta justamente en éste acto de minimizar lo que acaba de suceder, evitar el tema. Además, en un segmento de la canción la letra dice “que nada es perfecto”, minimizando la experiencia que vive el protagonista masculino al sumergirse en éste entorno oscuro donde “el defecto es bello también”, racionalización que favorece la negación. Al parecer, la lógica de la narrativa es que la fiesta debe continuar a pesar de todo. Los asistentes a la fiesta se muestran indiferentes a la pareja, quienes miran ligeramente hacia arriba en una *actitud* positiva, de satisfacción.

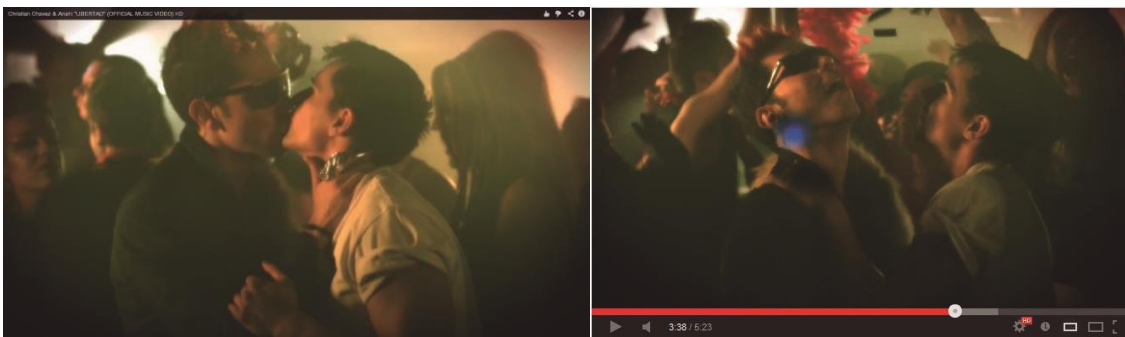


Figura 5. Libertad negación. Fuente: Itunes, 2011.

Me rio de ti

En la figura 6 en plano general, se pueden identificar varias figuras humanas, predominantemente y en primer plano la presencia de mujeres que dirigen la atención a su condición: algunas caminan tambaleantes mientras que otras yacen inconscientes debido al abuso del alcohol. La presencia de elementos como botellas, vasos vacíos, globos, serpentinas, rollo de papel tirado así como la mujer descalza a la izquierda confirman ésta apreciación que representa el *campo de consecuencias negativas*. Es el escenario consecuente después de una fiesta, aunque es con la que abre el videoclip, en un ángulo de cámaras se disponen los elementos desordenadamente. *La actitud* o postura es ambigua: no se reprueba, más bien se expresa con indiferencia.



Figura 6. Me rio de ti: consecuencias negativas. Fuente: Vevo: 2012.

Nuevamente y en las figuras 7 y 8, *se representa el campo de la falta de control* en un escenario donde yacen inconscientes varios adultos jóvenes de ambos sexos, en los pasillos y en la sala. En la toma donde se aprecia un plano americano se observa a Gloria Trevi pasando a través de los caídos, con dificultad, notablemente cansada. La falta de control se expresa repetidamente durante todo el vídeo. Una figura masculina en un primer plano en un ángulo de cámaras confirma ésta desmesura habitual tanto de abuso como de consumo adictivo de alcohol.



Figura 7. Me rio de ti: falta de control. Fuente: Vevo: 2012.

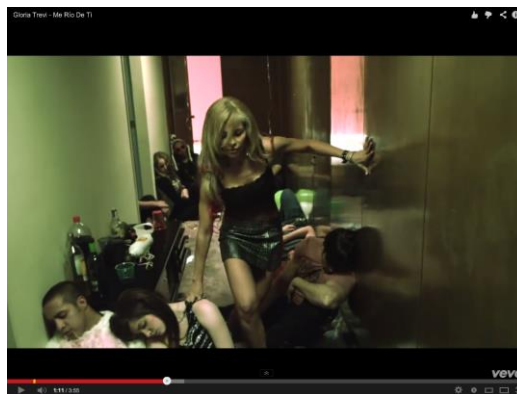


Figura 8. Me rio de ti: falta de control. Fuente: Vevo: 2012.

En otra toma ilustrada en la figura 9 se aprecia a Gloria Trevi levantando por el cabello la cabeza de un hombre en la cama, a quien intenta identificar. Si hubiera un video para representar el descontrol, éste contiene elementos suficientes para afirmarlo con certeza y para suponer además *el campo de representación de la obsesión* hacia el consumo de alcohol, que aunque no se manifiesta explícitamente en una captura aislada, sí es coherente al hacer la lectura general del resto de tomas del *videoclip*.

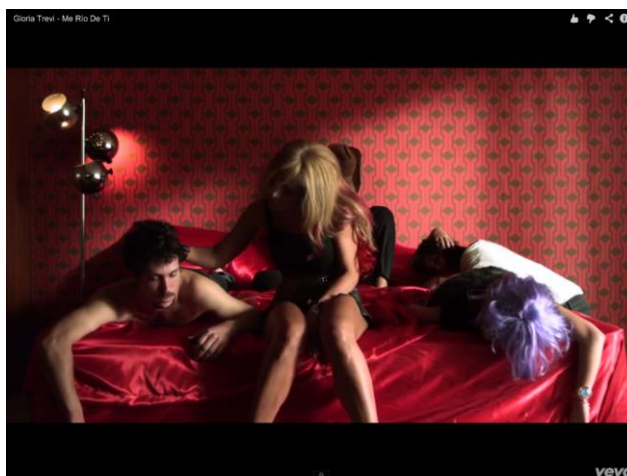


Figura 9. Me rio de ti: obsesión. Fuente: Vevo: 2012.

Finalmente *el campo de representación de la negación* se manifiesta en la figura 10, en un plano medio, posterior a la fiesta, el personaje femenino manifiesta una actitud de aparente arrepentimiento, llevando su mano sobre la boca para evitar decir lo que piensa. Aquí es donde viene la negación: la evasión del tema, a pronunciarlo, el minimizarlo. Si atendemos a la letra, que reza “y juras que soy, tan infeliz” siguiendo la imagen aparentemente validándolo, ésta infelicidad se olvida enseguida para volver al escenario festivo, descontrolado y donde la apreciamos, en un plano medio, sosteniendo un control. Aquí la negación aunque refiere al despecho, lo que afirma es: la fiesta, el alcohol, la falta de límites, yo los controlo. Lo cual es una *actitud* deliberadamente aprobatoria del alcohol como ingrediente válido para retomar el control ante la decepción.



Figura 10. Me rio de ti: negación. Fuente: Vevo: 2012.

Corazón bipolar

En la figura 11 se muestra *el campo de representación de la obsesión*, en el video musical *Corazón Bipolar*, está expresando en el personaje principal, en un encuadre general en ángulo cenital en primer plano junto a una esfera de espejos, ella con los ojos cerrados levanta un vaso rojo, recipiente en el que tradicionalmente sirven bebidas alcohólicas, mientras canta. Al fondo de la imagen se presenta el grupo de amigos asistentes al acto festivo, estos sonríen y tienen en las manos vasos rojos. La bebida alcohólica contenida en el vaso es la presencia más significativa en la composición, en esta gira toda la energía y atención de los jóvenes reunidos. *La actitud* es positiva, todos se muestran contentos en relación al ambiente musical y ante la presencia del alcohol.



Figura 11. Corazón bipolar: obsesión. Fuente: Vevo: 2013.

En la figura 12 *el campo de representación de las consecuencias negativas*, en el video musical *Corazón Bipolar*, el video musical comienza con la estrofa... *Viernes me levanto me duele la cabeza, la cruda que me pesa la física y moral. Porque me dejaste mal.* El texto señala las consecuencias tras el abuso de alcohol que parecen justificadas en un rompimiento amoroso.

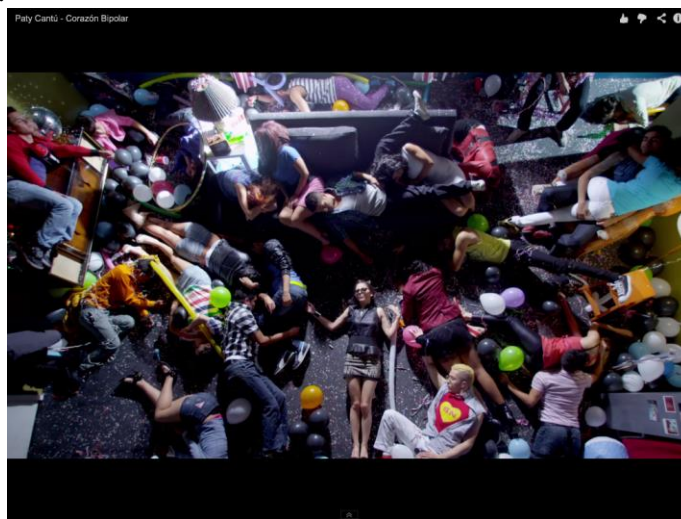


Figura 12. Corazón bipolar: consecuencias negativas 1. Fuente: Vevo: 2013.

Otras de las consecuencias negativas se expresa en la figura 13 donde el personaje femenino protagonista, en un encuadre medio, se toma la cabeza mientras cierra los ojos, se muestra con el cabello desaliñado y el ceño fruncido. El gesto parece de insatisfacción tal vez de tipo físico y psíquico, efectos propios de la resaca tras el abuso de alcohol.

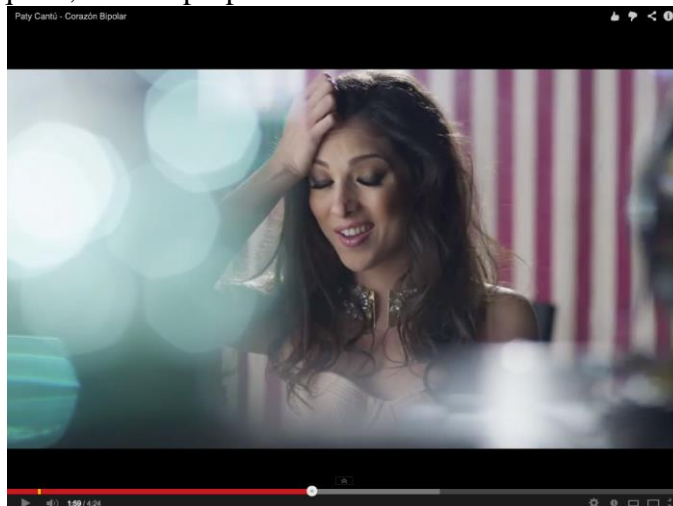


Figura 13. Corazón bipolar: consecuencias negativas 2. Fuente: Vevo: 2013.

La figura 14 muestra al personaje principal, quien recibe un beso a la fuerza, ella trata de apartar al joven pero no puede controlarlo y es relegada a la pared. La relación se presenta negativa ante la falta de acuerdo mutuo. *La actitud* es negativa tras las consecuencias del abuso del alcohol, se muestran conductas que se desaprueban y causan malestar.



Figura 14. Corazón bipolar: consecuencias negativas 3. Fuente: Vevo: 2013.

En la figura 15 *el campo de representación de la falta de control*, en el video musical *Corazón Bipolar*, se encuentra expresado en el personaje principal, en un encuadre general en ángulo cenital está en primer plano junto a una esfera de espejos, en esta toma la joven bebe del vaso rojo, parece que no puede parar de ingerir alcohol, al fondo de la imagen en segundo plano el resto de los asistentes la miran y sonríen, muchos de los jóvenes ya no están tomando, sólo se ven un par de vasos rojos, los rostros de algunos invitados parecen sorprendidos al mirar a la chica tomar. *La actitud* es positiva, los personajes se observan alegres.



Figura 15. Corazón bipolar: falta de control. Fuente: Vevo: 2013.

En la figura 16 se aprecia *el campo de representación de la negación*, en el video musical *Corazón Bipolar*, se muestra en el personaje principal, en un encuadre general al fondo de la composición, ella se encuentra en el piso y los asistentes a la fiesta la miran en un ángulo picado como minimizando la situación, ella sonríe tranquilamente de manera natural y mira hacia arriba, la toma tiene una iluminación tenue en tonos azules, se ven los vasos con hielos iluminados como si fueran lámparas, estos adquieren protagonismo de acuerdo a su colocación en puntos áureos. El ambiente de la imagen parece fuera de la realidad, los jóvenes ya no bailan o cantan solo observan la situación. *La actitud* es positiva, el personaje principal tiene un rostro relajado ante la presencia del alcohol.

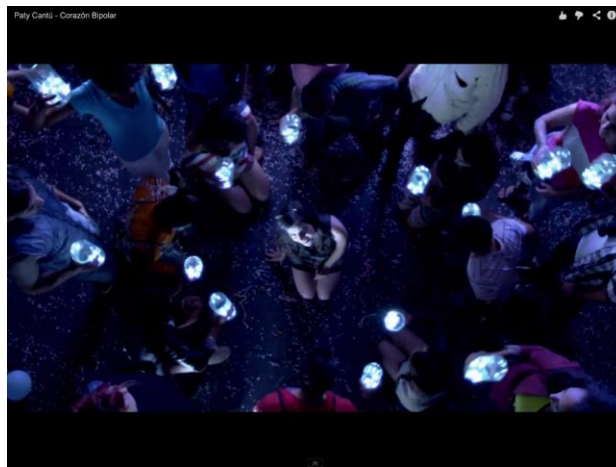


Figura 16. Corazón bipolar: negación. Fuente: Vevo: 2013.

Conclusiones

Las representaciones de la adicción expresadas en torno a las producciones de videos musicales mexicanas muestran espacios festivos juveniles en los que es común el consumo de drogas, en dichos escenarios solo se muestran personajes de la misma categoría de acuerdo a la edad y condición social, quienes tienen la misma percepción favorable sobre el consumo de drogas. Hay una presencia legítima del alcohol e inhalantes, nadie cuestiona el

uso de estas durante la fiesta. Las consecuencias negativas y la falta de control se ven naturalmente asociadas a la fiesta.

Aunque el objeto de representación que se buscó en las tres dimensiones de Moscovici eran las adicciones, es importante destacar que los campos de representación como la obsesión, las consecuencias negativas, la falta de control y la negación eran justificados o explicados en historias juveniles que buscan la identidad sexual, superar el desamor o lograr la venganza. La información obtenida a través de las letras y del lenguaje audiovisual, así como las actitudes, se concentran y rodean sobre una afirmación: las drogas son el camino del alivio, socialmente admitido, que supera lo que el sujeto conoce sobre el tema para tomar una decisión sobre su consumo.

Estos videos se consumen en plataformas digitales lo que no limita legalmente la exposición de ciertas imágenes que pueden promover el consumo de drogas.

Bibliografía

Casetti, F. y Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Casetti, F. y Di Chio, F. (2006). *Análisis de la televisión: Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. México, Paidós.

CONADIC. (2004). *Prevención y tratamiento de adicciones*. Recuperado el 07 de noviembre de 2011 de: <http://www.ecienciaytecnologia.gob.mx/e-mexico/salud/prevencion-y-tratamiento-de-adicciones>

Darley, A. (2003). *Cultura visual digital, espectáculo y nuevos géneros en los medios de comunicación*. España: Paidós.

González, R. (2005) *Prevenir, detectar y vencer las adicciones*. La Habana: Editorial Científico.

Itunes. (2011). *Libertad – Chistian Chávez & Anahí – Libertad*. Recuperado el 15 de marzo de 2013 de: http://www.youtube.com/watch?v=_pj1s79M3PE

Meléndez, A. (2001). *La TV no es como la pintan, rutinas, moldes, discursos, programas y público*. México: Trillas.

OMS. (2013). *Glosario*. Recuperado el 15 de marzo de 2013 de: <http://www.who.int/topics/es/>

Vevo. (2012). *Gloria Trevi – Me rio de ti*. Recuperado el 15 de marzo de 2013: <http://www.youtube.com/watch?v=P6A-kw41eEk>

Vevo. (2013). *Paty Cantú – Corazón bipolar*. Recuperado el 15 de marzo de 2013 de: <http://www.youtube.com/watch?v=rz5TWTSzLpU>