

INDICE

1 INTRODUCCIÓN	1
2. Capítulo I: Marco Teórico.....	4
2.1 Cultura y consumo cultural.....	4
2.1.1 Conceptualizaciones teóricas sobre cultura.....	4
2.1.2 La mediación cultural de Martín Barbero, Guillermo Orozco y García Canclini.....	7
2.1.3 El consumo cultural. Una aproximación a su tratamiento teórico.....	10
2.1.4 El consumo cultural en América Latina.....	13
2.1.5 El consumo cultural en Cuba.....	17
2.1.6 La importancia del consumo en los medios de comunicación	24
2.2 Acercándonos al Video clip.....	25
2.2.1 Antecedentes del Video clip.....	27
2.2.2 Algunas características del video clip actual.....	30
2.2.3 El video clip en Cuba	31
2.3 La adolescencia como un cambio social	41
3. Capítulo 2: Fundamentos Metodológicos.....	46
4. Capítulo 3: Análisis de resultados.....	54
4.1 El video clip y los adolescentes, un acercamiento general.....	54
4.1.1 El video clip y los adolescentes, un acercamiento a sus prácticas de consumo	55
4.1.2 Adolescencia. El lector ideal del video clip.....	56
4.1.3 Adolescencia y preferencias de grupo	58
4.1.4 El video clip cubano desde la preferencia de un género	59
4.1.5 Dime que escuchas y te diré quien eres.....	60
4.1.6 Mi moda, a tu modo.....	61
4.1.7 Un reto llamado video clip	63
4.1.8 La pequeña pantalla y el clip	64
4.1.9 El clip como función publicista.....	64
4.1.10 El video clip dentro de un texto reflexivo	65

4.1.11 Generalidades del clip	67
5. CONCLUSIONES	70
6. RECOMENDACIONES	76
7. BIBLIOGRAFÍA	77
8. ANEXOS.....	83