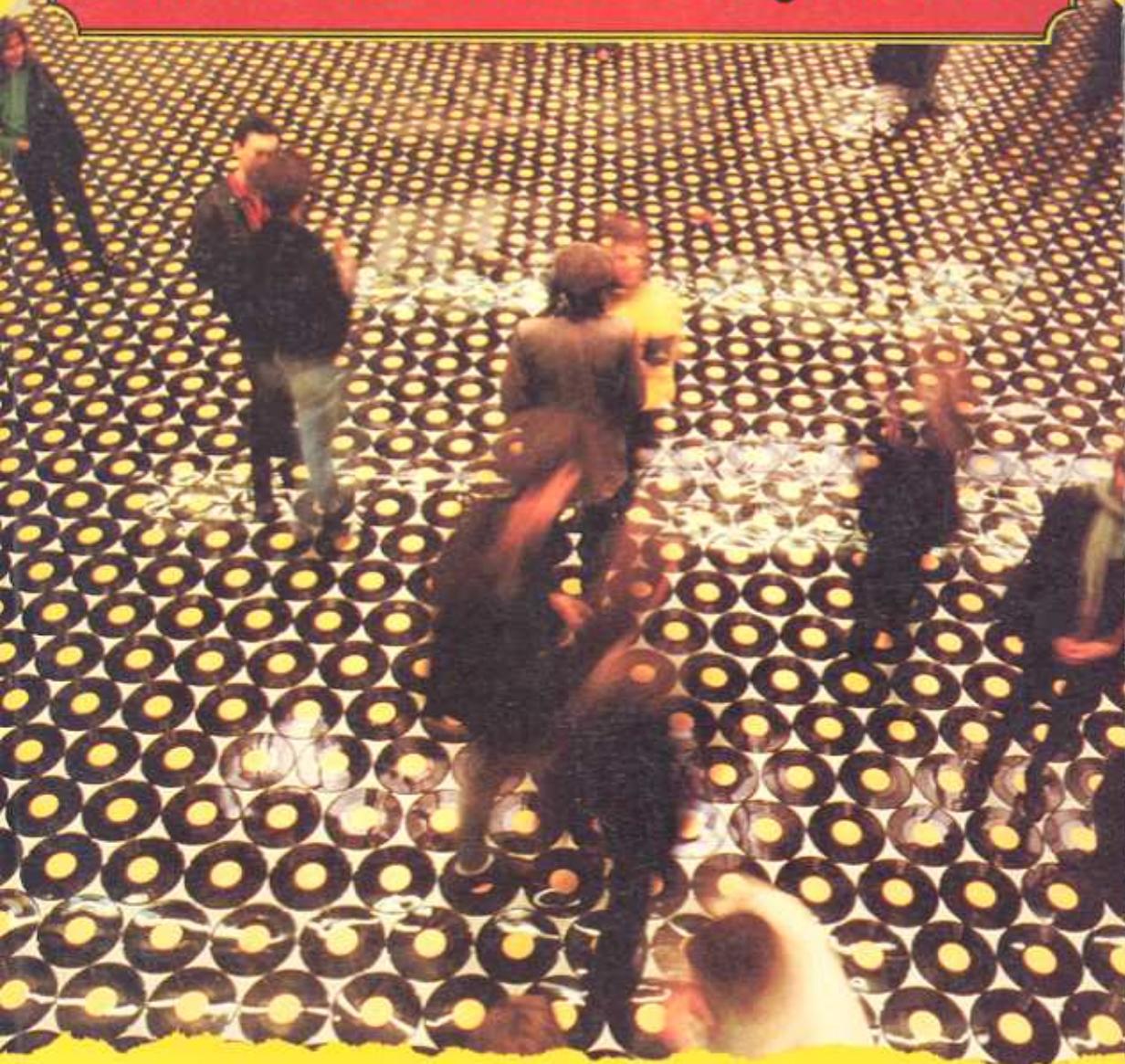


Néstor García Canclini

# CONSUMIDORES y CIUDADANOS

Conflictos multiculturales de la globalización



**grijalbo**

**CONSUMIDORES Y CIUDADANOS**  
*Conflictos multiculturales de la globalización*

© 1995, Néstor García Canclini

D.R. © 1995 por EDITORIAL GRIJALBO, S.A. de C.V.  
Calz. San Bartolo Naucalpan núm. 282  
Argentina Poniente 11230  
Miguel Hidalgo, México, D.F.

*Este libro no puede ser reproducido,  
total o parcialmente,  
sin autorización escrita del editor.*

ISBN 970-05-0586-3

IMPRESO EN MÉXICO

# Índice

<i>Introducción. Consumidores del siglo XXI, ciudadanos del XVIII</i> . . .	13
Lo propio y lo ajeno: una oposición que se desdibuja . . . . .	14
Qué duda cabe . . . . .	17
La nueva escena sociocultural . . . . .	24
Del pueblo a la sociedad civil . . . . .	27
La reinención de las políticas . . . . .	30
La investigación como ensayo . . . . .	35

## PRIMERA PARTE CIUDADES EN GLOBALIZACIÓN

1. <i>El consumo sirve para pensar</i> . . . . .	41
Hacia una teoría multidisciplinaria . . . . .	42
¿Hay una racionalidad posmoderna? . . . . .	46
Comunidades transnacionales de consumidores . . . . .	49
2. <i>México: la globalización cultural en una ciudad que se desintegra</i> . . . . .	57
Sociólogos vs. antropólogos . . . . .	58
Incoherencias de Babel . . . . .	60
<i>Glocalize</i> : lo local globalizado . . . . .	69
Ciudad sin mapa . . . . .	72
¿Detectives o psicoanalistas? . . . . .	74

3. <i>Políticas culturales urbanas en América Latina</i> .....	79
Disolución de las monoidentidades .....	80
Disgregación de las culturas tradicionales, nuevos enlaces electrónicos .....	86
Políticas para la ciudadanía .....	89
4. <i>Narrar la multiculturalidad</i> .....	91
Constructivismo vs. fundamentalismo .....	91
El <i>flâneur</i> y el relato del consumo .....	95
La ciudad como videoclip .....	99

SEGUNDA PARTE  
SUBURBIOS POSNACIONALES

5. <i>Las identidades como espectáculo multimedia</i> .....	107
Una antropología de las citas transculturales .....	108
Lo regional y lo global .....	111
En los medios: la identidad como coproducción .....	114
6. <i>América Latina y Europa como suburbios de Hollywood</i> ...	117
Estrategias económicas y culturales en conflicto .....	117
Del cine al espacio multimedia .....	123
¿Otra vez el nacionalismo? .....	125
7. <i>De lo público a lo privado: la “americanización” de los     espectadores</i> .....	131
La intimidad dentro de la multitud .....	133
De lo nacional a lo transnacional .....	134
Cine, televisión y video: los espectadores multimedia ...	139
Diversificación de los gustos y ciudadanía .....	142
8. <i>Políticas multiculturales e integración por el mercado</i> .....	149
Indígenas en la globalización .....	151
Desencuentros entre políticas culturales y consumo .....	154
La integración cultural en tiempos de libre comercio ...	160

TERCERA PARTE  
NEGOCIACIÓN, INTEGRACIÓN Y DESENCHUFE

9. *¿Negociación de la identidad en las clases populares?* ..... 167  
Fundamentalistas y eclécticos ..... 168  
De la épica al melodrama: la posrevolución ..... 172  
Del melodrama al videojuego: la pospolítica ..... 180

10. *Cómo habla hoy la sociedad civil* ..... 185  
Integrarse o desenchufarse ..... 189  
Redefinición internacional de lo público ..... 192  
La ciudadanía en las comunidades de consumidores ..... 195