

12

- Néstor García Canclini

---

**CONSUMIDORES E CIDADÃOS**  
conflitos multiculturais da globalização

tradução  
Maurício Santana Dias



5ª EDIÇÃO  
EDITORA UFRJ  
2005

# CONSUMIDORES DO SÉCULO XXI, CIDADÃOS DO XVIII

Este livro tenta entender como as mudanças na maneira de consumir alteraram as possibilidades e as formas de exercer a cidadania. Estas sempre estiveram associadas à capacidade de apropriação de bens de consumo e à maneira de usá-los, mas supunha-se que essas diferenças eram compensadas pela igualdade em direitos abstratos que se concretizava ao votar, ao sentir-se representado por um partido político ou um sindicato. Junto com a degradação da política e a descrença em suas instituições, outros modos de participação se fortalecem. Homens e mulheres percebem que muitas das perguntas próprias dos cidadãos – a que lugar pertencem e que direitos isso me dá, como posso me informar, quem representa meus interesses – recebem sua resposta mais através do consumo privado de bens e dos meios de comunicação de massa do que pelas regras abstratas da democracia ou pela participação coletiva em espaços públicos.

Num tempo em que as campanhas eleitorais se mudam dos comícios para a televisão, das polêmicas doutrinárias para o confronto de imagens e da persuasão ideológica para as pesquisas de *marketing*, é coerente nos sentirmos convocados como consumidores ainda quando se nos interpela como cidadãos. Se a burocratização técnica das decisões e a uniformidade internacional imposta pelos neoliberais na economia reduzem o que está sujeito a debate na orientação das sociedades, pareceria que estas são planejadas

~~deste~~ instâncias globais inalcançáveis e que a única coisa acessível são os bens e as mensagens que chegam a nossa própria casa e que usamos “como achamos melhor”.

### O próprio e o alheio: uma oposição que se desfigura

Pode-se perceber o caráter radical destas mudanças examinando a maneira como o significado de certas expressões do senso comum foi variando até essas não terem mais nenhum sentido. Em meados do século XX, era freqüente em alguns países latino-americanos que uma discussão entre pais e filhos sobre o que a família podia comprar ou sobre a competição com os vizinhos terminasse com a seguinte máxima paterna: “Ninguém está satisfeito com o que tem”. Essa conclusão manifestava a um só tempo muitas idéias: a satisfação pelo que tinham conquistado aqueles que saíram do campo para as cidades, pelos avanços da industrialização e a chegada à existência cotidiana de novos itens de conforto (luz elétrica, telefone, rádio, talvez o carro), tudo aquilo que os fazia sentirem-se habitantes privilegiados da modernidade. Quem pronunciava essa frase estava respondendo aos filhos que chegavam à educação de nível médio ou superior e desafiavam os pais com novas demandas. Respondiam à proliferação de aparelhos eletrodomésticos, aos novos signos de prestígio, às inovações da arte e da sensibilidade, aventuras das idéias e dos afetos aos quais custava-lhes incorporar-se.

As lutas de gerações a respeito do necessário e do desejável mostram outro modo de estabelecer as identidades e construir a nossa diferença. Vamos afastando-nos da época em que as identidades se definiam por essências a-históricas: atualmente configuram-se no consumo, dependem daquilo que se possui, ou daquilo que se pode chegar a possuir. As transformações constantes nas tecnologias de produção, no *design* de objetos, na comunicação mais extensiva ou intensiva entre sociedades – e o que isto gera em relação à ampliação de desejos e expectativas – tornam instáveis as identidades fixadas em repertórios de bens exclusivos de uma comunidade étnica ou

nacional. Essa versão política de estar contente com o que se tem, que foi o nacionalismo dos anos 1960 e 1970, é vista hoje como o último esforço das elites desenvolvimentistas, das classes médias e de alguns movimentos populares para conter dentro das vacilantes fronteiras nacionais a explosão globalizada das identidades e dos bens de consumo que as diferenciavam.

Finalmente, a frase perdeu sentido. Como vamos estar felizes com o próprio se sequer sabemos o que é? Nos séculos XIX e XX a formação de nações modernas permitiu transcender as visões aldeãs de camponeses e indígenas, e ao mesmo tempo evitou que nos dissolvêssemos na vasta dispersão do mundo. As culturas nacionais pareciam sistemas razoáveis para preservar, dentro da homogeneidade industrial, certas diferenças e certo enraizamento territorial, que mais ou menos coincidiam com os espaços de produção e circulação dos bens. Comer como espanhol, brasileiro ou mexicano significava não apenas guardar tradições específicas, como também alimentar-se com os produtos da própria sociedade, que estavam à mão e costumavam ser mais baratos que os importados. Uma peça de roupa, um carro ou um programa de televisão eram mais acessíveis se eram nacionais. O valor simbólico de consumir “o nosso” era sustentado por uma racionalidade econômica. Procurar bens e marcas estrangeiras era um recurso de prestígio e às vezes uma opção por qualidade. General Electric ou Pierre Cardin: a internacionalização como símbolo de *status*. Kodak, os hospitais de Houston e Visconti representavam a indústria, a atenção médica e o cinema que os países periféricos não tinham mas poderiam chegar a ter.

Esta oposição esquemática, dualista, entre o próprio e o alheio não parece fazer muito sentido quando compramos um carro Ford montado na Espanha, com vidros feitos no Canadá, carburador italiano, radiador austríaco, cilindros e bateria ingleses e eixo de transmissão francês. Ligo a minha televisão japonesa e o que vejo é um filme-mundo, produzido em Hollywood, dirigido por um cineasta polonês com assistentes franceses, atores e atrizes de dez

nacionalidades e cenas filmadas nos quatro países que o financiaram. As grandes empresas que nos fornecem alimentos e roupas fazem-nos viajar e engarrafarmo-nos em auto-estradas idênticas em todo o planeta, fragmentam o processo de produção fabricando cada parte dos bens nos países em que o custo é menor. Os objetos perdem a relação de fidelidade com os territórios originários. A cultura é um processo de montagem multinacional, uma articulação flexível de partes, uma colagem de traços que qualquer cidadão de qualquer país, religião e ideologia pode ler e utilizar.

O que diferencia a internacionalização da globalização é que no tempo da internacionalização das culturas nacionais era possível não se estar satisfeito com o que se possuía e procurá-lo em outro lugar. Mas a maioria das mensagens e dos bens que consumíamos era gerada na própria sociedade, e havia alfândegas estritas, leis que protegiam o que se produzia em cada país. Agora o que se produz no mundo todo está aqui e é difícil saber o que é o próprio. A internacionalização foi uma abertura das fronteiras geográficas de cada sociedade para incorporar bens materiais e simbólicos das outras. A globalização supõe uma interação funcional de atividades econômicas e culturais dispersas, bens e serviços gerados por um sistema com muitos centros, no qual é mais importante a velocidade com que se percorre o mundo do que as posições geográficas a partir das quais se está agindo.

Há duas maneiras de interpretar o descontentamento contemporâneo provocado pela globalização. Alguns autores pós-modernos se concentram nos setores em que o problema não é tanto a falta, mas o fato de o que possuem tornar-se a cada instante obsoleto ou fugaz. Analisaremos esta cultura do efêmero quando nos ocuparmos da diferença de atitude entre espectadores que selecionavam os filmes pelo nome dos diretores e dos atores, pela sua situação na história do cinema, e videófilos interessados unicamente em estréias. Muito do que é feito atualmente nas artes é produzido e circula de acordo com as regras das inovações e da obsolescência periódica,

não por causa do impulso experimentador, como no tempo das vanguardas, mas sim por que as manifestações culturais foram submetidas aos valores que “dinamizam” o mercado e a moda: consumo incessantemente renovado, surpresa e divertimento. Por razões semelhantes a cultura política tornou-se errática: desde que se tornaram raros os relatos emancipadores que viam as ações presentes como parte de uma história e procura de um futuro renovador, as decisões políticas e econômicas são tomadas em função das seduções imediatistas do consumo, o livre comércio sem memória de seus erros, a importação afobada dos últimos modelos que nos faz cair, uma e outra vez, como se cada uma fosse a primeira, no endividamento e na crise da balança de pagamentos.

Uma visão integral, porém, deve dirigir o olhar em direção aos grupos em que se multiplicam as carências. A maneira neoliberal de fazer a globalização consiste em reduzir empregos para reduzir custos, com a competição entre empresas transnacionais cuja direção está em local desconhecido, de modo que os interesses sindicais e nacionais quase não podem ser exercidos. A consequência de tudo isto é que mais de 40% da população latino-americana se encontra privada de trabalho estável e de condições mínimas de segurança, sobrevivendo nas aventuras também globalizadas do comércio informal, da eletrônica japonesa vendida ao lado de roupas do Sudeste Asiático, ervas esotéricas e artesanato local, nos sinais de trânsito; nesses vastos “subúrbios” que são os centros históricos das grandes cidades, há poucas razões para se ficar contente enquanto o que chega de toda parte se oferece e se espalha para que alguns possuam e imediatamente esqueçam.

### Qual a dúvida cabível?

Ao mesmo tempo que admitimos a globalização como uma tendência irreversível, queremos, com este livro, participar de dois movimentos atuais de suspeita: o daqueles que não crêem que o global se apresente como substituto do local, e o dos que não acre-

ditam que o modo neoliberal de nos globalizarmos seja o único possível.

Se considerarmos as diversas maneiras pelas quais a globalização incorpora diferentes nações, e diferentes setores dentro de cada nação, sua relação com as culturas locais e regionais não pode ser pensada como se aquela apenas procurasse homogeneizá-las. Muitas diferenças nacionais persistem com a transnacionalização, e o modo como o mercado reorganiza a produção e o consumo para obter maiores lucros e concentrá-los converte essas diferenças em desigualdades. Surge, então, a pergunta: será o estilo neoliberal de nos globalizarmos o único ou o mais satisfatório para efetuar a reestruturação transnacional das sociedades?

Responder a esta pergunta requer, evidentemente, um aprofundamento do debate econômico sobre as contradições do modelo neoliberal. Mas também é preciso examinar o que a globalização, o mercado e o consumo têm de cultural. Nada disto existe ou se transforma a não ser porque os homens se relacionam e constroem significados em sociedade. Embora pareça trivial evocar este princípio, é com demasiada freqüência que os problemas do consumo e do mercado se colocam apenas como questões de eficiência comercial, e a globalização, como a maneira de aumentar rapidamente as vendas. São interpretações possíveis de por que os homens vivem juntos e vêem tudo do ponto de vista dos negócios e da publicidade.

Que outras perspectivas existem hoje? Há poucos anos pensava-se o olhar político como uma alternativa. O mercado desacreditou esta atividade de uma maneira curiosa não apenas lutando contra ela, exibindo-se como mais eficaz para organizar as sociedades, mas também devorando-a, submetendo a política às regras do comércio e da publicidade, do espetáculo e da corrupção. É necessário, então, dirigir-se ao núcleo daquilo que na política é relação social: o exercício da cidadania. E sem desvincular esta prática das atividades através das quais, nesta época globalizada, sentimos que pertencemos, que fazemos parte de redes sociais, ou seja, ocupando-nos do consumo.

Para vincular o consumo com a cidadania, e vice-versa, é preciso desconstruir as concepções que julgam os comportamentos dos consumidores como predominantemente irracionais e as que somente vêem os cidadãos atuando em função da racionalidade dos princípios ideológicos. Com efeito costuma-se imaginar o consumo como o lugar do suntuoso e do supérfluo, no qual os impulsos primários dos indivíduos poderiam alinhar-se com estudos de mercado e táticas publicitárias. Além disso, reduz-se a cidadania a uma questão política, e se acredita que as pessoas votam e atuam em relação às questões públicas somente em razão de suas convicções individuais e pela maneira como raciocinam nos confrontos de idéias. Esta separação persiste ainda nos últimos textos de um autor tão lúcido quanto Jürgen Habermas, quando faz a autocrítica ao seu velho livro sobre o espaço público buscando “novos dispositivos institucionais adequados para se opor à clientelização do cidadão”.<sup>1</sup>

Ao analisar no primeiro capítulo deste livro como o consumo serve para pensar, partimos da hipótese de que, quando selecionamos os bens e nos apropriamos deles, definimos o que consideramos publicamente valioso, bem como os modos de nos integrarmos e nos distinguirmos na sociedade, de combinarmos o pragmático e o aprazível. Em seguida, exploramos como as visões de consumo e de cidadania poderiam mudar se as estudássemos conjuntamente, com instrumentos da economia e da sociologia política, mas tomando-as também como processos culturais, recorrendo, portanto, à antropologia para tratar da diversidade e do multiculturalismo. Esta abordagem coincide, assim, com os estudos sobre cidadania cultural que estão sendo realizados nos Estados Unidos: ser cidadão não tem a ver apenas com os direitos reconhecidos pelos aparelhos estatais para os que nasceram em um território, mas também com as práticas sociais e culturais que dão sentido de pertencimento, e fazem que se sintam diferentes os que possuem uma mesma língua, formas semelhantes de organização e de satisfação das necessidades.<sup>2</sup>

Cabe esclarecer, no entanto, que os trabalhos norte-americanos sobre cidadania cultural se destinam a legitimar as minorias, cujas



práticas lingüísticas, educativas e de gênero não são suficientemente reconhecidas pelo Estado. Compartilho o interesse de “abrir” a noção estatizante de cidadania a essa diversidade multicultural, mas – como se poderá ver pela importância concedida neste livro às políticas culturais – penso que a afirmação da diferença deve estar unida a uma luta pela reforma do Estado, não apenas para que aceite o desenvolvimento autônomo de “comunidades” diversas mas também para assegurar iguais possibilidades de acesso aos bens da globalização.

Também na América Latina a experiência dos movimentos sociais está levando a uma redefinição do que se entende por cidadão, não apenas em relação aos direitos à igualdade mas também em relação aos direitos à diferença. Isto implicaria uma perda de substância no conceito de cidadania manipulado por juristas: mais do que como valores abstratos, os direitos são importantes como algo que se constrói e muda com as práticas e discursos. A cidadania e os direitos não falam unicamente da estrutura formal de uma sociedade; indicam, além disso, o estado da luta pelo reconhecimento dos outros como sujeitos de “interesses válidos, valores pertinentes e demandas legítimas”. Os direitos são reconceitualizados como “princípios reguladores das práticas sociais, definindo as regras das reciprocidades esperadas na vida em sociedade através da atribuição mutuamente consentida (e negociada) das obrigações e responsabilidades, garantias e prerrogativas de cada um”. Os direitos são concebidos como expressão de uma ordem estatal e como “uma gramática civil”.<sup>3</sup>

Na verdade, apenas estamos alcançando este equilíbrio entre Estado e sociedade. A recusa à dominação e ao monolitismo estatal levaram à hipervalorização, nos anos 1970 e 1980, da autonomia e da força transformadora dos movimentos sociais. Repensar a cidadania como “estratégia política”<sup>4</sup> serve para abranger as práticas emergentes não consagradas pela ordem jurídica, o papel das subjetividades na renovação da sociedade, e, ao mesmo tempo, para entender o lugar relativo destas práticas dentro da ordem democrática

e procurar novas formas de legitimidade estruturadas de maneira duradoura em outro tipo de Estado. Implica tanto reivindicar os direitos de aceder e pertencer ao sistema sociopolítico como o direito de participar na reelaboração do sistema, definindo portanto aquilo de que queremos fazer parte.

Ao repensar a cidadania em conexão com o consumo e como estratégia política, procuro um marco conceitual em que possam ser consideradas conjuntamente as atividades do consumo cultural que configuram uma dimensão da cidadania, e transcender a abordagem atomizada com que sua análise é agora renovada. A insatisfação com o sentido jurídico-político de cidadania conduz a uma defesa da existência, como dissemos, de uma cidadania cultural, e também de uma cidadania racial, outra de gênero, outra ecológica, e assim podemos continuar despedaçando a cidadania em uma multiplicidade infinita de reivindicações.<sup>5</sup> Em outros tempos o Estado dava um enquadramento (ainda que fosse injusto e limitado) a essa variedade de participações na vida pública; atualmente, o mercado estabelece um regime convergente para essas formas de participação através da ordem do consumo. Em resposta, precisamos de uma concepção estratégica do Estado e do mercado que articule as diferentes modalidades de cidadania nos velhos e nos novos cenários, mas estruturados complementarmente.

Esta revisão dos vínculos entre Estado e sociedade não pode ser feita sem que se levem em conta as novas condições culturais de rearticulação entre o público e o privado. Sabemos que o âmbito do público, como cenário em que os cidadãos discutem e decidem assuntos de interesse coletivo, formou-se a partir do século XVIII em países como Alemanha e França, com um alcance restrito. Aqueles que liam e participavam de círculos ilustrados estabeleceram uma cultura democrática centrada na crítica racional. Mas as regras e os rituais de ingresso aos salões da burguesia democratizadora limitavam o debate sobre o interesse comum àqueles que podiam informar-se lendo, compreendendo o social a partir das regras co-

municativas da escrita. Até meados do século XX os vastos setores excluídos da esfera pública burguesa – mulheres, operários, camponeses – eram pensados, no melhor dos casos, como virtuais cidadãos que poderiam incorporar-se às deliberações sobre o interesse comum à medida que fossem assimilando a cultura letrada. Por isso, os partidos de esquerda e os movimentos sociais que representavam os excluídos manipularam uma política cultural gutemberguiana: livros, revistas, panfletos.

Uns poucos intelectuais e políticos (por exemplo, Mikhail Bakhtin, Antonio Gramsci, Raymond Williams e Richard Hoggart) foram admitindo a existência paralela de culturas populares que constituíam “uma esfera pública plebéia”, informal, organizada por meio de comunicações orais e visuais mais do que escritas. Em muitos casos tendiam a vê-la à maneira de Günther Lottes – em um texto não tão antigo assim, de 1979 –, como uma “variante da esfera pública burguesa”, cujo “potencial emancipador” e seus pressupostos sociais foram suspensos.<sup>6</sup> Alguns autores latino-americanos, nos quais me incluo, têm trabalhado no estudo e reconhecimento *cultural* destas modalidades diversas de comunicação, mas têm feito pouco pela valorização teórica destes circuitos populares como foros onde se desenvolvem redes de intercâmbio de informação e aprendizagem da cidadania em relação ao consumo dos meios de comunicação de massa contemporâneos, para além das idealizações fáceis do populismo político e comunicacional.<sup>7</sup>

Não foram tanto as revoluções sociais, nem o estudo das culturas populares, nem a sensibilidade excepcional de alguns movimentos alternativos na política e na arte, quanto o crescimento vertiginoso das tecnologias audiovisuais de comunicação, o que tornou patente como vinha mudando desde o século passado o desenvolvimento do público e o exercício da cidadania. Mas estes meios eletrônicos que fizeram irromper as massas populares na esfera pública foram deslocando o desempenho da cidadania em direção às práticas de consumo. Foram estabelecidas outras maneiras de se informar, de

entender as comunidades a que se pertence, de conceber e exercer os direitos. Desiludidos com as burocracias estatais, partidárias e sindicais, o público recorre à rádio e à televisão para conseguir o que as instituições cidadãs não proporcionam: serviços, justiça, reparações ou simples atenção. Não é possível afirmar que os meios de comunicação de massa com ligação direta via telefone, ou que recebem os espectadores em seus estúdios, sejam mais eficazes que os órgãos públicos, mas fascinam porque escutam, e as pessoas sentem que não é preciso se “ater a prorrogações, prazos, procedimentos formais que adiam ou transferem as necessidades (...)”. A cena de televisão é rápida e parece transparente; a cena institucional é lenta e suas formas (precisamente as formas que tornam possível a existência de instituições) são complicadas até a opacidade que gera o desespero”.<sup>8</sup>

No entanto, não se trata apenas do fato de os velhos agentes – partidos, sindicatos, intelectuais – terem sido substituídos pelos meios de comunicação. A aparição súbita destes meios põe em evidência uma reestruturação geral das articulações entre o público e o privado que pode ser percebida também no reordenamento da vida urbana, no declínio das nações como entidades que comportam o social e na reorganização das funções dos atores políticos tradicionais. Por isso, a investigação das transformações suscitadas pelas indústrias culturais é precedida na primeira seção deste livro pela remodelação do consumo e da vida cotidiana nas megacidades. As mudanças tecnológicas e na área da comunicação são tidas como parte de reestruturações mais amplas.

### **O novo cenário sociocultural**

As mudanças socioculturais que estão ocorrendo em todos estes campos podem ser sintetizadas em cinco processos:

a) um redimensionamento das instituições e dos circuitos de exercício do público: perda de peso dos órgãos locais e nacionais em benefício dos conglomerados empresariais de alcance transnacional;

b) a reformulação dos padrões de assentamento e convivência urbanos: do bairro aos condomínios, das interações próximas à disseminação policêntrica da mancha urbana, sobretudo nas grandes cidades, onde as atividades básicas (trabalhar, estudar, consumir) se realizam freqüentemente longe do lugar de residência e onde o tempo empregado para locomover-se por lugares desconhecidos da cidade reduz o tempo disponível para habitar a própria;

c) a reelaboração do "próprio", devido ao predomínio dos bens e mensagens provenientes de uma economia e uma cultura globalizadas sobre aqueles gerados na cidade e na nação a que se pertence;

d) a conseqüente redefinição do senso de pertencimento e identidade, organizado cada vez menos por lealdades locais ou nacionais e mais pela participação em comunidades transnacionais ou desterritorializadas de consumidores (os jovens em torno do rock, os telespectadores que acompanham os programas da CNN, MTV e outras redes transmitidas por satélite);

e) a passagem do cidadão como representante de uma opinião pública ao cidadão interessado em desfrutar de uma certa qualidade de vida. Uma das manifestações desta mudança é que as formas argumentativas e críticas de participação dão lugar à fruição de espetáculos nos meios eletrônicos, em que a narração ou simples acumulação de anedotas prevalece sobre a reflexão em torno dos problemas, e a exibição fugaz dos acontecimentos sobre sua abordagem estrutural e prolongada.

Muitas dessas mudanças eram incipientes nos processos de industrialização da cultura desde o século XIX. Isto é comprovado pelos estudos sobre as raízes da telenovela no teatro de rua e no folhetim, os antecedentes da massificação da rádio e da televisão naquilo que antes fizeram a escola e a igreja,<sup>9</sup> em suma, as bases culturais do que agora se identifica como a esfera pública plebéia. O que é novidade na segunda metade do século XX é que estas modalidades audiovisuais e massivas de organização da cultura fo-

ram subordinadas a critérios empresariais de lucro, assim como a um ordenamento global que desterritorializa seus conteúdos e suas formas de consumo. A conjunção das tendências desreguladoras e privatizantes com a concentração transnacional das empresas diminuiu as vozes públicas, tanto na "alta cultura" quanto na popular. Esta reestruturação das práticas econômicas e culturais leva a uma concentração hermética das decisões em elites tecnológico-econômicas e gera um novo regime de exclusão das maiorias incorporadas como clientes. A perda de eficácia das formas tradicionais e ilustradas de participação cidadã (partidos, sindicatos, associações de base) não é compensada pela incorporação das massas como consumidoras ou participantes ocasionais dos espetáculos que os poderes políticos, tecnológicos e econômicos oferecem através dos meios de comunicação de massa.

Poderíamos dizer que no momento em que estamos a ponto de sair do século XX as sociedades se reorganizam para fazer-nos consumidores do século XXI e, como cidadãos, levar-nos de volta para o século XVIII. A distribuição global dos bens e da informação permite que o consumo dos países centrais e periféricos se aproximem: compramos em supermercados análogos os produtos transnacionais, vemos na televisão os últimos filmes de Spielberg ou Wim Wenders, as Olimpíadas de Barcelona, a queda de um presidente da Ásia ou da América Latina filmada ao vivo e os destroços do último bombardeio sérvio. Nos países latino-americanos transmitem-se em média mais de 500 mil horas anuais de televisão, enquanto na Europa latina são apenas 11 mil; na Colômbia, no Panamá, no Peru e na Venezuela há mais de um aparelho de videocassete para cada três residências com televisão, proporção maior que a da Bélgica (26,3%) ou da Itália (16,9%).<sup>10</sup> Somos subdesenvolvidos na produção endógena para os meios eletrônicos mas não para o consumo.

Por que este acesso simultâneo aos bens materiais e simbólicos não vem acompanhado de um exercício global e pleno da cidadania? A aproximação ao conforto tecnológico e à informação atual vinda

de todas as partes coexiste com o ressurgimento de etnocentrismos fundamentalistas que isolam povos inteiros ou os levam a se confrontarem mortalmente, como os ex-iugoslavos e ruandenses. A contradição explode, sobretudo, nos países periféricos e nas metrópoles onde a globalização seletiva exclui desocupados e migrantes dos direitos humanos básicos: trabalho, saúde, educação, moradia. O projeto iluminista de generalizar esses direitos levou à procura, ao longo dos séculos XIX e XX, da modernidade, como se essa fosse o lar de todos. Pela imposição da concepção neoliberal de globalização, na qual os direitos são desiguais, as novidades modernas aparecem para a maioria apenas como objetos de consumo, e para muitos apenas como espetáculo. O direito de ser cidadão, ou seja, de decidir como são produzidos, distribuídos e utilizados esses bens, se restringe novamente às elites.

No entanto, quando se reconhece que ao consumir também se pensa, se escolhe e reelabora o sentido social, é preciso se analisar como esta área de apropriação de bens e signos intervém em formas mais ativas de participação do que aquelas que habitualmente recebem o rótulo de consumo. Em outros termos, devemos nos perguntar se ao consumir não estamos fazendo algo que sustenta, nutre e, até certo ponto, constitui uma nova maneira de ser cidadãos.

Se a resposta for positiva, será preciso aceitar que o espaço público transborda a esfera das interações políticas clássicas. O público é “o marco ‘midiático’ graças ao qual o dispositivo institucional e tecnológico próprio das sociedades pós-industriais é capaz de apresentar a um ‘público’ os múltiplos aspectos da vida social”.<sup>11</sup>

### **Do povo à sociedade civil**

Estudar a reestruturação dos vínculos entre consumo e cidadania é um modo de explorar as saídas do labirinto em que nos deixou a crise “do popular”. Ainda se escuta em manifestações políticas de cidades latino-americanas: “Se este não é o povo, onde o povo está?” Esta fórmula era verossímil nos anos 1970, quando a

ditaduras militares suprimiram partidos, sindicatos e movimentos estudantis. Cem ou duzentas mil pessoas reunidas na Plaza de Mayo, em Buenos Aires, ou na Alameda, em Santiago do Chile, ou percorrendo as ruas de São Paulo sentiam que a sua desafiante irrupção representava aqueles que tinham perdido a possibilidade de se expressar através das instituições políticas. A restituição da democracia abriu tais espaços, mas nestes países – como nos outros – a crise dos modelos liberais, populistas e socialistas, o esgotamento das formas tradicionais de representação e a absorção da esfera pública pela mídia tornaram duvidoso aquele refrão. Nas nações onde o voto é voluntário, mais da metade da população se abstém nas eleições; onde é obrigatório, as pesquisas revelam que 30 a 40% não sabe em quem votar uma semana antes dos comícios. Se as manifestações nas ruas e nas praças diminuem, e se dispersam em múltiplos partidos, movimentos juvenis, indígenas, feministas, de direitos humanos e tantos outros, ficamos com a última parte da questão: onde está o povo?

Além do mais, quando aquilo que chamamos “o povo” vota, surge outra pergunta inquietante: por que líderes que empobreceram as maiorias conseguem manter sua aprovação entre as massas prejudicadas? Não há apenas uma explicação. Trata-se antes de montar um quebra-cabeça: entender como as forças hegemônicas vêm conseguindo se situar nos cenários estratégicos da economia, da política e da comunicação em que se transformaram as sociedades da segunda metade do século XX. Por outro lado, registramos a incapacidade dos movimentos de esquerda, socialistas ou simplesmente democráticos para atuar nesses cenários decisivos; ficaram discutindo onde a luta não se dava ou repetindo argumentos de outras épocas. Já mencionamos a tardia descoberta de que os debates de interesse público e a construção de alternativas deviam ser feitas (também) nos meios eletrônicos em que as maiorias se informam.

A dificuldade de se continuar falando em nome do popular levou, mais do que a um questionamento radical do discurso e das



políticas de representação, à substituição deste termo pelo de sociedade civil. Em meados da década de 1990, no México, por exemplo, dizem interpretar a sociedade civil tanto os partidos de oposição quanto dezenas de movimentos urbanos, juvenis, clericais e a guerrilha neozapatista, questionando a pouca capacidade dos partidos para expressar as demandas sociais. A fórmula “sociedade civil” tem a vantagem, às vezes, de distinguir seus porta-vozes do Estado, mas a variedade de seus representantes, o caráter amiúde antagônico de suas reivindicações e a adesão quase sempre minoritária que os sustenta reproduzem os problemas que a conceitualização do popular deixara sem solução.

Assim como “o popular” foi se tornando inapreensível pela multiplicidade de encenações com que o folclore, as indústrias culturais e o populismo político o representam, hoje se usa a expressão sociedade civil para legitimar as manifestações mais heterogêneas de grupos, organismos não governamentais, empresas privadas e até de indivíduos. Apesar dos variados interesses e estratégias que animam estes setores, todos concordam em acusar o Estado pelas desgraças sociais e supõem que a situação melhoraria se este cedesse iniciativas e poder à sociedade civil. Mas como cada um entende de forma diferente este nome, esta entidade amorfa aparece como uma típica comunidade imaginária, da mesma maneira como Benedict Anderson concebeu a nação.<sup>12</sup>

Sociedade civil: ao ler como se fala dela, é possível imaginá-la como “uma senhora que entende as coisas muito bem, sabe o que quer e o que tem de fazer, é boazinha, e, sem dúvida, a única adversária possível da perversão estatal. É tão virtuosa e tão segura de si mesma, que dá medo”.<sup>13</sup> A sociedade civil, nova fonte de certezas neste tempo de incertezas, parece outro conceito totalizador a negar o heterogêneo e desintegrado conjunto de vozes que circulam pelas nações. Alguns autores definem os modos de interação social que a expressão sociedade civil engloba como modos diferentes da economia e do Estado, embora entrelaçados com eles. Aqueles que,

a meu ver, melhor reformularam o conceito são Jean L. Cohen e Andrew Arato, por terem incluído nele – e ao mesmo tempo terem distinguido – “a esfera íntima (especialmente a família), a esfera das associações (especialmente associações voluntárias), os movimentos sociais e as formas de comunicação pública”,<sup>14</sup> embora sua obra volumosa considere esta última modalidade marginalmente.

A aproximação à cidadania, à comunicação de massa e ao consumo, entre outros fins, tem de reconhecer estes novos cenários de constituição do público e mostrar que, para se viver em sociedades democráticas, é indispensável admitir que o mercado de opiniões cidadãs inclui tanta variedade e dissonância quanto o mercado da moda e o do entretenimento. Lembrar que nós cidadãos também somos consumidores leva a descobrir na diversificação dos gostos uma das bases estéticas que justificam a concepção democrática da cidadania.

### **A reinvenção das políticas**

Se reconhecemos este deslocamento dos cenários em que se exerce a cidadania (do povo à sociedade civil) e esta reestruturação do peso do local, do nacional e do global, algo terá de acontecer à forma pela qual as políticas representavam as identidades. Outro modo cultural de fazer política e outros tipos de políticas culturais deverão surgir.

O processo de globalização que começamos a descrever pode ser resumido como uma passagem das identidades modernas a outras que poderíamos chamar, embora o termo seja cada vez mais incômodo, de pós-modernas. *As identidades modernas eram territoriais e quase sempre monolíngüísticas.* Consolidaram-se subordinando regiões e etnias dentro de um espaço mais ou menos arbitrariamente definido, chamado nação, opondo-o – sob a forma dada pela sua organização estatal – a outras nações. Ainda em zonas multilingüísticas, como são as regiões andina e centro-americana, as políticas de homogeneização modernizadora ocultaram a diversidade cultural

sob o domínio do espanhol e enquadraram a variedade de formas de produção e consumo em formatos nacionais.

Ao contrário, *as identidades pós-modernas são transterritoriais e multilingüísticas*. Estruturaram-se menos pela lógica dos Estados do que pela dos mercados; em vez de se basearem nas comunicações orais e escritas que cobriam espaços personalizados e se efetuavam mediante interações próximas, operam por meio da produção industrial de cultura, de sua comunicação tecnológica e do consumo diferido e segmentado dos bens. A clássica definição *socioespacial* de identidade referida a um território particular precisa ser complementada com uma definição *sociocomunicacional*. Tal reformulação teórica deveria significar, no nível das políticas “identitárias” (ou culturais), que estas, além de se ocuparem do patrimônio histórico, desenvolvam estratégias relativas aos cenários informacionais e comunicacionais nas quais também se configuram e renovam as identidades.<sup>15</sup>

Que cidadania pode expressar este novo tipo de identidade? Na primeira parte tentamos pensar o cidadão atual mais como habitante da cidade do que da nação. Ele se sente enraizado em sua cultura local (e não tanto na nacional de que lhe falam o Estado e os partidos), mas essa cultura da cidade é ponto de interseção de múltiplas tradições nacionais – as dos migrantes reunidos em qualquer metrópole –, as quais por sua vez são reorganizadas pelo fluxo transnacional de bens e mensagens.

Perdem força, pois, os referentes jurídico-políticos da nação, formados na época em que a identidade se vinculava exclusivamente a territórios próprios. Esvaem-se as identidades concebidas como expressão de um ser coletivo – uma idiossincrasia e uma comunidade imaginadas, de uma vez para sempre, a partir da terra e do sangue. A cultura nacional não se extingue, mas se converte em uma fórmula para designar a continuidade de uma memória histórica instável, que se reconstrói em interação com referentes culturais transnacionais. Por isso, os passaportes e os documentos de identidade passam a

ser multinacionais (como no Mercado Comum Europeu) ou coexistem com outros: milhões de habitantes hoje têm passaportes de diferentes nacionalidades, ou usam mais o documento que os identifica como migrantes do que aquele que os vincula ao seu território natal, ou simplesmente não têm documentos. Como podem julgar-se cidadãos de um só país? Em contraste com a noção jurídica de cidadania, que os Estados tentam delimitar sobre a base de uma “mesmice”, desenvolvem-se formas heterogêneas de pertencimento, cujas redes se entrelaçam com as do consumo: “um espaço de lutas, um terreno de memórias diferentes e um encontro de vozes desiguais”.<sup>16</sup>

Os acordos de livre comércio e integração supranacional (União Européia, Tratado de Livre Comércio da América do Norte, Mercosul), a que me refiro na segunda parte deste livro, estão dando *configurações institucionais*<sup>17</sup> específicas a esta passagem do nacional para o global e do público para o privado. Ao estudar diferencialmente as mudanças que os referidos acordos comerciais provocam em distintas áreas socioculturais, estamos tentando superar a preocupação metafísica pela “perda da identidade”, que, prisioneira quase sempre de uma visão fundamentalista das culturas étnicas e nacionais, é incapaz de discernir os diversos efeitos da globalização. A análise empírica destes processos permite distinguir quatro circuitos socioculturais em que a transnacionalização e as integrações regionais operam de maneiras diferentes:

. o *histórico-territorial*, ou seja, o conjunto de saberes, costumes e experiências organizado ao longo de várias épocas relacionado com territórios étnicos, regionais e nacionais, e que se manifesta sobretudo no patrimônio histórico e na cultura popular tradicional.

. o da *cultura de elites*, constituído pela produção simbólica escrita e visual (literatura, artes plásticas). Historicamente, este setor faz parte do patrimônio pelo qual se define e elabora o próprio de cada nação, mas convém distingui-lo do circuito anterior, por abranger as obras representativas das classes altas e médias com maior

nível educacional, por não ser conhecido nem dominado pelo conjunto de cada sociedade, e que, nas últimas décadas, se integrou aos mercados e processos de valorização internacionais.

. o da *comunicação de massa*, dedicado aos grandes espetáculos de entretenimento (rádio, cinema, televisão, vídeo).

. o dos *sistemas restritos de informação e comunicação*, destinados a quem toma decisões (satélite, fax, telefones celulares e computadores).

Distinguiremos ao longo do livro estes quatro circuitos de desenvolvimento cultural para apontar os diversos níveis de integração ao desenvolvimento supranacional. A reestruturação das culturas nacionais não ocorreu da mesma maneira, nem com idêntica profundidade, em todos estes cenários; portanto, a recomposição das identidades também varia de acordo com seu envolvimento com cada um desses.

A competência dos Estados nacionais e de suas políticas culturais diminui à medida que transitamos do primeiro para o último circuito. Inversamente, os estudos sobre consumo cultural mostram que quanto mais jovens são os habitantes mais seus comportamentos dependem antes dos últimos circuitos do que dos primeiros. Nas novas gerações as identidades se organizam menos em torno dos símbolos histórico-territoriais, os da memória pátria, do que em torno dos de Hollywood, Televisa ou Benetton. Ao mesmo tempo em que nas grandes cidades os centros históricos perdem peso, as populações se disseminam: os jovens encontram nas cidades, em vez de núcleos organizadores, “margens que se inventam para si”. A identidade passa a ser concebida como “o foco de um repertório fragmentado de minipapéis mais do que como o núcleo de uma hipotética interioridade”<sup>18</sup> contida e definida pela família, pelo bairro, pela cidade, pela nação ou por qualquer um desses enquadramentos em declínio. Podem as identidades, nestas condições, ser objeto de políticas?

Existem formas de solidariedade política nacional e transnacional, como as de movimentos ecológicos e organizações não governamentais, apropriadas ao exercício da cidadania em um mundo globalizado. Mas as massas e até os setores politizados sentem pouca atração por estas estruturas internacionais. É o que revela a baixa participação nas eleições para o parlamento europeu em 1994 e a escassa repercussão que têm nas agendas de movimentos sociais e partidos políticos nacionais os projetos de integração latino-americana.

Ao analisar mais adiante o lugar da cultura nestes acordos de integração supranacional e de livre comércio na Europa, entre EUA, México e Canadá, e entre alguns países latino-americanos, suspeitamos de que se trate apenas de arranjos entre empresários. Que eficácia podem alcançar as políticas culturais de integração se continuam limitadas à preservação de monumentos e do patrimônio folclórico, às artes cultas que estão perdendo espectadores? Não é menos importante, entre as questões que cabe fazer à globalização, a que indaga se os acordos de livre comércio serão úteis ao desenvolvimento endógeno das indústrias culturais (cinema, televisão, vídeo), com base nas quais hoje se formam os gostos de massa e a cidadania, ou se ficaremos aprofundando apenas nossa vocação de subúrbios norte-americanos. É conveniente saber que se esta tendência se consolida não é somente devido à unilateralidade das políticas culturais. Por meio do estudo sobre a crescente americanização do gosto dos consumidores de cinema e vídeo, verificamos que se trata também de uma inclinação da “sociedade civil”.

Não sei se a fórmula “americanização” (seria mais correto falar de norte-americanização) é adequada, mas não acho outra melhor. Convém esclarecer desde já que não me refiro apenas à hegemonia dos capitais e empresas de origem norte-americana, sem dúvida um fator-chave para o estreitamento da globalização, a ponto de confundir-se com a exportação para todo o planeta do cinema, da televisão e da culinária de um único país. As mudanças na oferta e no gosto dos espectadores que analisamos indicam que o controle

econômico dos EUA se associa ao apogeu de certos traços estéticos e culturais que não são exclusivos desse país, mas que encontram nele um representante exemplar: o predomínio da ação espetacular sobre formas mais reflexivas e íntimas de narração, o fascínio por um presente sem memória e a redução das diferenças entre sociedades a um multiculturalismo padronizado no qual os conflitos, quando são admitidos, se resolvem de maneira por demais ocidental e pragmática.

Queremos pensar qual é o significado da imposição de uma estética de ação na mídia em uma época que considera encerrada a fase heróica dos movimentos políticos. Aonde conduz o enclausuramento no presente e na cultura da estréia quando coexiste com a reanimação de certas tradições pré-modernas? Qual é a função das indústrias culturais que se ocupam não apenas em homogeneizar as diferenças mas também em trabalhar simplificadaamente com elas, enquanto as comunicações eletrônicas, as migrações e a globalização dos mercados complicam mais do que em qualquer outro tempo a coexistência entre os povos? São suficientes estas perguntas para perceber que as conexões múltiplas entre consumo e cidadania não são nada mecânicas nem facilmente redutíveis à coerência dos paradigmas econômicos ou da sociologia política.

### **A investigação como ensaio**

Este livro está a meio caminho entre um trabalho de investigação e um conjunto de ensaios. Os três primeiros capítulos nasceram de estudos empíricos sobre o consumo cultural realizados na Cidade do México. Essas pesquisas<sup>19</sup> forneceram as bases para desenvolver a reflexão acerca das transformações da cultura na capital mexicana e em outras cidades da América Latina.

São textos que representam minha posição pessoal sobre algumas polêmicas vigentes nos estudos da cultura urbana: por exemplo, a necessidade de se transcender a disjunção entre uma antropologia voltada para a "autonomia" dos bairros e uma sociologia

ou os estudos comunicacionais capazes apenas de fazer afirmações genéricas sobre a cidade e as indústrias culturais. Ter trabalhado com antropólogos, sociólogos, comunicólogos e historiadores da arte deu-me a possibilidade de obter informações novas e multifocais sobre as interações microsociais na vida cotidiana e sobre as macro-tendências de que falam os censos e as enquetes. Coordenar as contribuições de uns e outros foi, mais do que uma tarefa administrativa ou de rotina acadêmica, experimentar o estimulante desafio de suas discrepâncias. Quero que as citações sobre as suas contribuições sejam lidas como agradecimentos neste sentido amplo. Também espero que o trabalho em relação à escrita nos ensaios aqui publicados mostre que a cidade e as indústrias culturais me atraem não só como objetos de conhecimento, mas também como lugares onde se imagina e se narra.

Os quatro capítulos da segunda parte, que falam de como se reestruturaram as questões da identidade nesta época de industrialização da cultura, de integração supranacional e de livre comércio, se apóiam tanto em levantamentos bibliográficos pessoais quanto na pesquisa coletiva que coordenei sobre as mudanças de hábitos e gostos dos espectadores de cinema, televisão e vídeo em quatro cidades mexicanas.<sup>20</sup>

Procurei tomar das pesquisas citadas apenas os dados indispensáveis para sustentar a argumentação teórico-metodológica e sobre políticas culturais em que este volume se concentra. Quem desejar maiores informações sobre as mudanças na Cidade do México ou sobre as indústrias audiovisuais e seu público, pode recorrer aos livros citados, que expõem detalhadamente tais investigações. Quero sublinhar que os estudos sobre consumo foram reavaliados aqui com base na preocupação com as transformações da cidadania, mas a investigação empírica sobre esta última questão carece ainda de explorações especiais. Faltam, sobretudo, análises mais detalhadas sobre os movimentos sociais; ocupo-me deles com maior demora apenas no capítulo que trata da negociação nas classes populares.



Gostaria que este livro fosse lido como uma conversa com antropólogos, sociólogos e especialistas em comunicação, com artistas, escritores e críticos de arte e literatura sobre o que significa ser cidadãos e consumidores em meio às mudanças culturais que alteram a relação entre o público e o privado. Pelo mesmo motivo, é também continuação de diálogos com responsáveis por políticas culturais e participantes de movimentos de consumidores e cidadãos, com quem discuti muito do que é dito nestas páginas. A apresentação em forma de ensaios corresponde ao caráter aberto destas conversações e às abordagens fragmentárias com que ainda nos debatemos nestes territórios.

Quero agradecer aqui a vários leitores deste volume – Juan Flores, Jean Franco, Aníbal Ford, Sandra Lorenzano, Jesús Martín-Barbero, Eduardo Nivón, Renato Rosaldo, Ana Rosas Mantecón e George Yúdice – pela discussão global dos trabalhos reunidos aqui. A lista daqueles que me fizeram observações valiosas em simpósios ou após a publicação em revistas de alguns destes textos seria interminável. Em vários casos, as citações de seus trabalhos publicados faz-lhes parcialmente justiça. Devo mencionar especialmente o apoio financeiro de várias instituições mexicanas: o Conselho Nacional para a Cultura e as Artes, o Departamento do Distrito Federal e o Instituto Mexicano de Cinematografia. Como eles, a OEA e a Fundação Rockefeller também contribuíram para que estes ensaios se apoiassem em investigações empíricas sobre a Cidade do México e as indústrias culturais. À Universidade Autônoma Metropolitana, especialmente ao Departamento de Antropologia, devo facilidades materiais, um frutífero intercâmbio acadêmico com colegas e estudantes, e, sobretudo, o fato de os membros do Programa de Estudos sobre Cultura Urbana me terem acompanhado em trabalhos de investigação antropológica abertos ao enriquecimento e às incertezas do diálogo com outras ciências sociais.

## Notas

- 1 HABERMAS, Jürgen. L'Espace public, 30 ans après. *Quaderni*, Paris, n. 18, automne 1992.
- 2 Ver FLORES, Richard et al. *Concept Paper on Cultural Citizenship*. Mimeografado do Grupo de Trabalho sobre Estudos Culturais de IUP; ROSALDO, Renato. *Cultural Citizenship in San Jose-California*. In: CITIZENSHIP CONTESTED. American Anthropological Association: Washington, D.C., Nov. 1993.
- 3 TELLES, Vera da Silva. Sociedade civil e a construção de espaços públicos. In: DAGNINO, Evelina (org.). *Anos 90: política e sociedade no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1994. p. 91-92.
- 4 DAGNINO, Evelina. Os movimentos sociais e a emergência de uma nova noção de cidadania. In: \_\_\_\_\_ (org.). *Anos 90: política e sociedade no Brasil*, op. cit., p. 103-115.
- 5 Esta perspectiva disseminada sobre a cidadania é percebida em livros recentes, como o de STEENBERGEN, Bart van (ed.). *The Condition of Citizenship* (Londres: Thousand Oaks/Nueva Delhi: Sage Publications, 1994), no qual diferentes autores abordam cada uma das modalidades mencionadas.
- 6 LOHES, Günther. *Politische Aufklärung und Plebejisches Publileum*. Munich, 1979, p. 110, apud HABERMAS, Jürgen. L'Espace public, 30 ans après, op. cit.
- 7 Alguns exemplos de textos que inauguram este trabalho: MARTÍN-BARBERO, JESÚS. *De los medios a las mediaciones*. México: G. Gili, 1987 [ed. bras.: *Dos meios às mediações*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003]; SARLO, Beatriz. *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires: Ariel, 1994 [ed. bras.: *Cenas da vida pós-moderna*. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004]; FORD, Aníbal. *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Buenos Aires: Amorrortu, 1994 [ed. bras.: *Navegações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999]; ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- 8 SARLO, Beatriz, op. cit., p. 83.

- 9 MARTÍN-BARBERO, Jesús, op. cit., 2ª parte.
- 10 Informação do World Communications Report, publicado pela Unesco em 1990, citada por RONCAGLIOLO, Rafael. *La integración audiovisual en América Latina: Estados, empresas y productores independientes*. In: SIMPOSIO POLÍTICAS CULTURALES EN PROCESOS DE INTEGRACIÓN SUPRANACIONAL. 1994. México. Palestra.
- 11 FERRY, Jean-Marc. Las transformaciones de la publicidad política. In: FERRY, J. M., WOLTON, Dominique et al. *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa, 1992. p. 19.
- 12 ANDERSON, Benedict. *Imagined Communities Reflection on the Origin and Spread of Nationalism*. Londres: Verso, 1983.
- 13 LOAIZA, Soledad. La sociedad civil me da miedo. *Cuadernos de Nexos*, v. 69, p. 5-6, mar. 1994.
- 14 COHEN, Jean L. & ARATO, Andrew. *Civil and Political Theory*. Cambridge (Massachusetts): MIT Press, 1994. p. 9.
- 15 Como em parte ficou dito em páginas precedentes, não entendo esta diferenciação analítica entre identidades modernas e pós-modernas como uma separação absoluta. Concebo a pós-modernidade não como uma etapa totalmente distinta nem substitutiva da modernidade, mas como um desenvolvimento de tendências modernas que se reelaboram nos conflitos multiculturais da globalização. Desenvolvi esta posição em meu livro *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo, 1990.
- 16 ALEJANDRO, Roberto. *Hermeneutics, Citizenship, and the Public Sphere*. Nova York: State University of New York Press, 1993. p. 6-7.
- 17 Tomo esta expressão de Peter Dahlgren na introdução ao livro de DAHLGREN, P. & SPARKS, Colin (eds.). *Communication and Citizenship*. Londres—Nova York: Routledge, 1993.
- 18 PÉTILLON, Pierre-Yves. O! Chicago: images de la ville en chantier. In: BAUDRIILLARD, Jean et al. *Citoyenneté et urbanité*. Paris: Esprit, 1991. p. 144.
- 19 As obras que expõem os resultados são CANCLINI, Néstor García (coord.). *El consumo cultural en México*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1993; e CANCLINI, Néstor García et al.

*Públicos de arte y política cultural.* México: DDF-Inah-UAM, 1991.

- 20 Ver o livro de CANCLINI, Néstor García (coord.). *Los nuevos espectadores: cine, televisión y video en México.* México: Imcine-CNCA, 1994.