

Prólogo / 9

Introducción / 15

**PRIMERA PARTE: Identidades y consumos culturales,**  
por ANA WORTMAN / 23

CAPÍTULO 1. Las clases medias y los consumos culturales,  
una aproximación / 25

CAPÍTULO 2. Cultura y subjetividad en Buenos Aires / 35

CAPÍTULO 3. Representaciones massmediáticas  
de los consumos culturales / 53

CAPÍTULO 4. Aproximaciones conceptuales y empíricas  
para abordar identidades sociales juveniles  
y consumos culturales / 65

CAPÍTULO 5. Viejas y nuevas significaciones del cine / 111

**SEGUNDA PARTE: El consumo en la ciudad, la ciudad  
como consumo / 129**

CAPÍTULO 6. Barrios cerrados y countries: microclima  
de consumo, por CECILIA ARIZAGA / 131

CAPÍTULO 7. Ciudad y usos del espacio en los jóvenes: el consumo  
juvenil desde dos escenarios urbanos,  
por CECILIA ARIZAGA / 141

CAPÍTULO 8. Un barrio a la carta. Un ensayo sobre estilos de vida y ciudad en un caso, por MARIANO OROPEZA / 157

**TERCERA PARTE: Políticas, espacios y productos culturales en la sociedad de consumo / 181**

CAPÍTULO 9. *Raves*: las fiestas del fin del milenio, por LAURA LEFF, MILENA LEIVI y ALEJANDRA GARCÍA / 183

CAPÍTULO 10. Identidades juveniles, Una mirada sobre el rock nacional de fin de siglo... Cuerpos, música y discursos, por VIVIANA MOLINARI / 205

CAPÍTULO 11. Y todo a media luz... misteriosa Buenos Aires. Los sinuosos caminos del arte, por TERESA MELCER / 217

CAPÍTULO 12. Las guías del ocio y los jóvenes artistas visuales: publicidad de actividades y estetización de vida cotidiana, por MARTÍN E. TESSI / 231

CAPÍTULO 13. Políticas culturales en Buenos Aires: el caso de *Buenos Aires no duerme*, por V. MOLINARI / 249

Bibliografía General / 265