

néstor garcía canclini  
**LA PRODUCCIÓN  
SIMBÓLICA**  
teoría y método  
en sociología del arte



siglo  
veintiuno  
editores



---

**siglo veintiuno editores, sa**

CERRO DEL AGUA 248, MEXICO 20, D.F

---

**siglo veintiuno de españa editores, sa**

C/PLAZA 5, MADRID 33, ESPAÑA

---

**siglo veintiuno argentina editores, sa**

---

**siglo veintiuno de colombia, ltda**

AV. 3a. 17-73 PRIMER PISO. BOGOTA, D.E. COLOMBIA

---

edición al cuidado de carmen valcarce  
portada de anhelo hernández

primera edición, 1979

© siglo xxi editores, s. a.

ISBN 968-23-0475-X

derechos reservados conforme a la ley  
impreso y hecho en méxico  
printed and made in mexico

# ÍNDICE

1. ARTE Y SOCIOLOGÍA EN LA DÉCADA DEL 70 9
  - i. La sociología del arte: introducción a sus dificultades, 9; ii. Objeto de estudio y tendencias actuales, 15; iii. El arte reformulado desde la sociología, 21; iv. La investigación sociológica sobre el arte en América Latina, 29
  
2. PROBLEMAS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN 39
  - i. Marco teórico e investigación empírica 42; ii. ¿Cómo definir el contexto social del arte? 48; iii. Historia del arte y sociología del arte: bases para un trabajo interdisciplinario, 54; iv. Conclusión, 62
  
3. TEORÍA DE LA SUPERESTRUCTURA Y ANÁLISIS DEL PROCESO ARTÍSTICO 65
  - i. La articulación de estructura y superestructura, 65; ii. La organización material del campo artístico, 70; iii. El arte como proceso ideológico, 77; iv. Conclusión: un modelo para el análisis sociológico del arte, 89
  
4. ESTRATEGIAS SIMBÓLICAS DEL DESARROLLISMO ECONÓMICO 96
  - i. Desarrollo socioeconómico y campo artístico, 100; ii. Nueva tecnología y lenguaje experimental en el arte, 108; iii. Comunicación, creación, manipulación, 116; iv. Relaciones institucionales y representación ideológica: la crisis de las vanguardias, 124
  
5. FRONTERAS DE LA SOCIOLOGÍA DEL ARTE 137
  - i. Hacia una definición sociohistórica del arte, 137; ii. El lugar del sujeto: tradición y traición, 139;

- III. ¿Quién decide el valor de las obras de arte?, 142;  
IV. De cómo las estrategias económicas crean hábitos  
estéticos, 144; v. Del poder simbólico a su transfor-  
mación: el arte como representación y como simu-  
lacro, 148

**BIBLIOGRAFÍA**

152