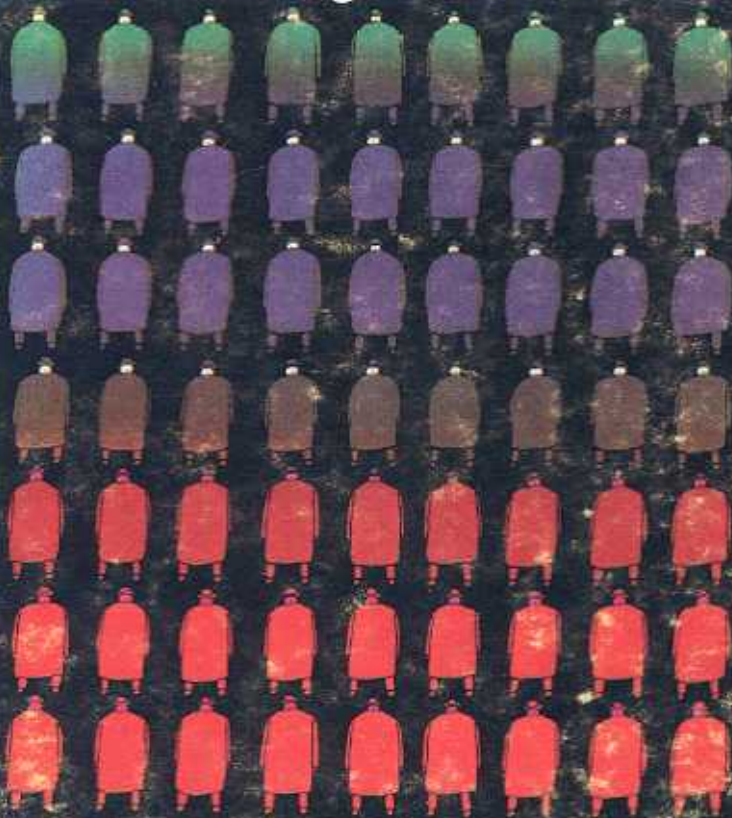


néstor garcía canclini
**LA PRODUCCIÓN
SIMBÓLICA**
teoría y método
en sociología del arte



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 transformación: el arte como representación y como simulacro, 148

BIBLIOGRAFÍA

152