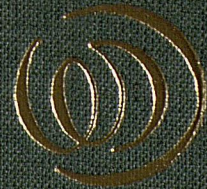
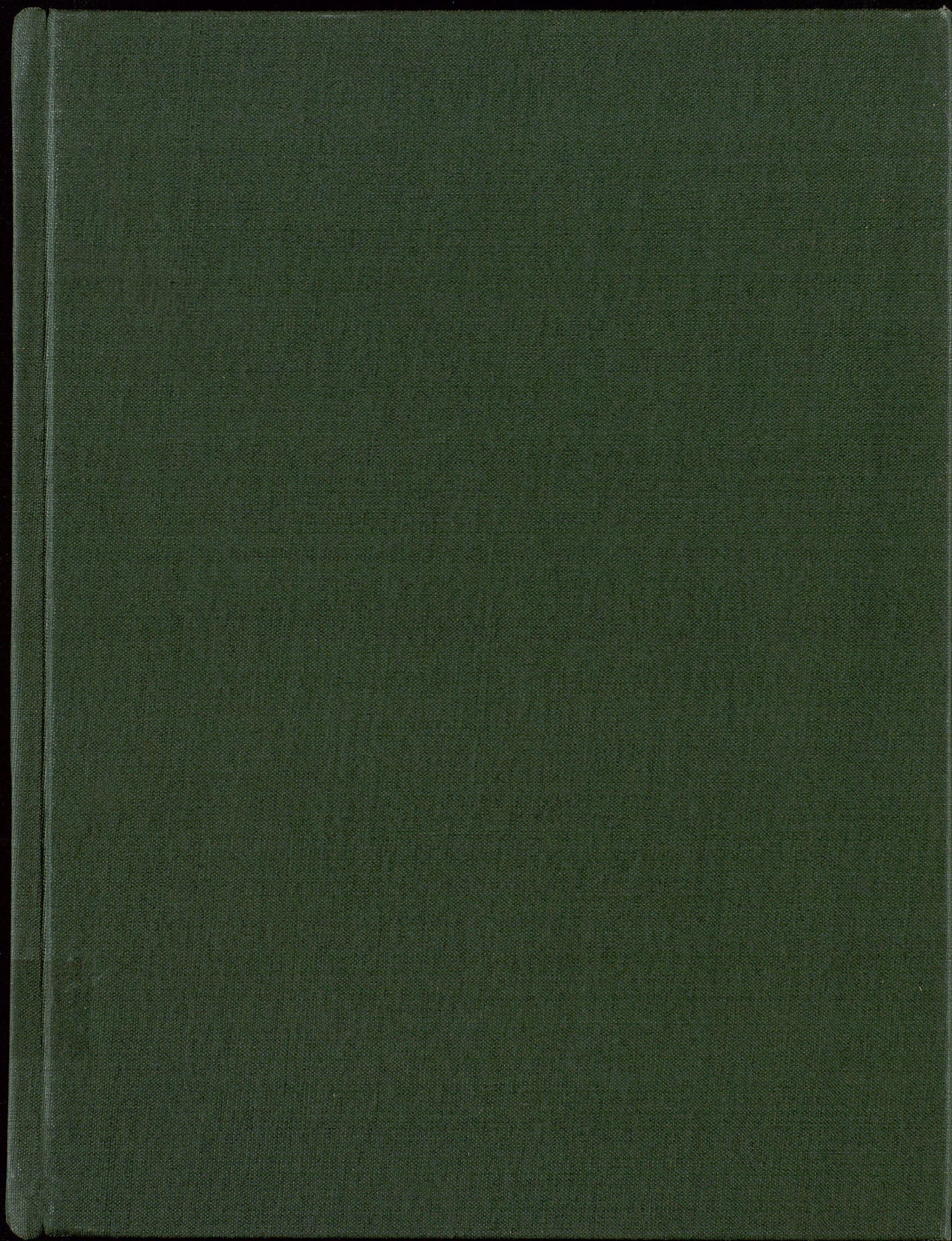


SOCIOLOGIA  
DEL ARTE 1  
Arnold Hauser







✓ Sakugawata →

### Obras de Arnold Hauser

Ediciones Guadarrama publica en español todas las obras de Hauser, el sociólogo y crítico del arte más leído del mundo, que lleva vendidos más de un millón de ejemplares de sus obras, traducidas a todos los idiomas cultos.

De todas sus obras hemos impreso ya en español múltiples ediciones y, prueba del prestigio creciente de este autor, cada una de ellas se vende con más rapidez que la anterior. Su *Historia social de la literatura y el arte* lleva impresas ya doce ediciones. Ahora publicamos la edición en español y portugués de la que Hauser considera su obra cumbre: *Sociología del arte*, a la que ha dedicado más de doce años de investigación y continuo trabajo.

Enumeramos a continuación las obras de este escritor, publicadas por Guadarrama y distribuidas por Editorial Labor, S. A.

En ediciones profusamente ilustradas:

«El manierismo, crisis del Renacimiento. Origen de la literatura y del arte modernos» (Tela)

«Historia social de la literatura y el arte» (Tela), 2 tomos

«Historia social de la literatura y el arte» (Skivertex), 2 tomos

«Sociología del arte» (Tela), 2 tomos

En ediciones de bolsillo:

«Historia social de la literatura y el arte», 12.<sup>a</sup> ed., 7.<sup>a</sup> popular.

(P.O. 19, 20 y 21)

«Teorías del arte. Tendencias y métodos de la crítica moderna», 4.<sup>a</sup> ed. (P.O. 53)

«Origen de la literatura y del arte modernos»

1. «El manierismo, crisis del Renacimiento», 3.<sup>a</sup> ed. (P.O. 130)

2. «Pintura y manierismo», 3.<sup>a</sup> ed. (P.O. 131)

3. «Literatura y manierismo», 3.<sup>a</sup> ed. (P.O. 39)

«Fundamentos de la sociología del arte» (P.O. 180)

«¿Estamos ante el fin del arte?» (P.O. 190)

# Arnold Hauser: Sociología del arte

Volumen 1º



EDICIONES GUADARRAMA

Alcalá, 144 - Madrid

Distribuidor en exclusiva: EDITORIAL LABOR, S. A.  
Barcelona - Madrid - Buenos Aires - Bogotá - Caracas  
Lisboa - México - Montevideo - Quito - Río de Janeiro

Lista de ilustraciones .....	7
Prólogo .....	9

Primera parte: CONCEPTOS FUNDAMENTALES

1. Totalidad vital y totalidad artística .....	17
1. Totalidad intensiva y extensiva .....	17
2. El «triunfo del realismo» .....	19
3. El arte como arma en la lucha por la vida .....	23
4. Partidismo del arte .....	29
5. La «pérdida de la realidad» .....	30
6. Primitiva y completa unidad cultural .....	32
2. Espontaneidad y convención .....	35
1. Espontaneidad e inspiración .....	35
2. Causalidad y correspondencia .....	40
3. Espontaneidad en el arte y en el conocimiento .....	44
4. Disposición y estímulo .....	47
5. El lenguaje del arte .....	49
6. Origen y evolución de las convenciones .....	52
7. Unidad y análisis de las vivencias .....	59
8. Rutina e improvisación .....	60

3. Sociología y psicología .....	63
1. Individuo y sociedad .....	63
2. De la imitación a la originalidad .....	66
3. Historia del individualismo .....	68
4. Motivación sociológica y psicológica .....	72
5. Psicologismo, sociologismo y esteticismo .....	80
6. Las estructuras sociales .....	83
7. Conciencia de clase, ideología y racionalización ....	88
8. Estilo y tipo ideal .....	95
4. Arte e historicidad .....	103
1. Lo actual y lo «eternamente humano» .....	103
2. La «profecía retrospectiva» .....	109
3. La «historia del arte sin nombres» y dialéctica his- tórica .....	110
4. Causalidad y casualidad .....	113
5. Libertad de la evolución artística .....	115
6. La validez en la teoría y en el arte .....	117
7. Historicidad y atemporalidad .....	120

Segunda parte: ACCIÓN RECÍPROCA ENTRE ARTE Y SOCIEDAD

Introducción: Acción recíproca y dialéctica .....	127
1. El arte como producto de la sociedad. Elementos de la creación artística .....	133
1. Factores naturales .....	137
2. Factor generacional .....	163
3. Factores culturales .....	182
Posición social. Origen. Profesionalidad, educación artística. Tradición. Organización del trabajo artís- tico. Prestigio. Intelectualidad y bohemia. Asociacio- nes de artistas.	
2. El materialismo histórico .....	243
1. Materialismo y realismo .....	243
2. Modificaciones de la concepción materialista de la historia .....	247

3. El «paralelogramo de fuerzas» .....	251
4. Salto y mediación .....	254
5. Selección y constitución .....	263
6. Correspondencia y discrepancia entre los valores so- ciales y artísticos.....	270
3. El papel del artista en la vida de la sociedad. A) Pro- paganda e ideología .....	279
1. Tendencia manifiesta e ideología latente .....	279
2. Condicionamiento ideológico del pensamiento ....	286
3. «Falsa conciencia» y «racionalización» .....	287
4. Límites de la crítica ideológica .....	290
5. El problema de la verdad en el arte y en la ciencia ..	291
6. Los «tránsfugas» .....	293
7. De nuevo «triunfo del realismo» .....	295
8. El pensamiento desenmascarador .....	297
9. Conciencia y condicionamiento consciente .....	299
10. Ideología e historia de los estilos .....	300
11. Relativismo de la historia de los estilos .....	307
4. El papel del artista en la vida de la sociedad. B) La posición del artista en el curso de la historia .....	313
1. Prehistoria .....	314
2. El antiguo Oriente .....	320
3. Antigüedad .....	325
4. Edad Media .....	343
5. Renacimiento .....	356
6. Manierismo y barroco .....	363
7. Rococó e Ilustración .....	370
8. Romanticismo .....	377
9. Naturalismo e impresionismo .....	381
5. La sociedad como producto del arte .....	391
1. El arte como crítica social .....	391
Iconoclastas y estetas. «Crítica de la vida». Valor y efecto del arte.	
2. El problema del arte por el arte .....	397
Formalización de la figura artística. La homoge- neidad de los medios. Inmanencia estética e ilusión.	

El umbral de lo estético. La «identidad forma-con-  
tenido». Arte intencional y arte «puro». La forma  
como contenido. «Tienes que cambiar tu vida».  
Humanización de las cosas y cosificación del hombre.

Ilustraciones ..... 417

## CALENDARIO POR CORREO ELECTRÓNICO

Estoy interesado en recibir información sobre las actividades de la Fundación Juan March a través de mi correo electrónico.

### E-MAIL:

NOMBRE:

APELLIDOS:

CIUDAD:

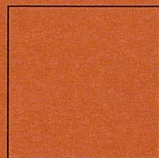
TELÉFONO:

LAS ÁREAS QUE ME INTERESAN ESPECIALMENTE SON:

- CONCIERTOS
- CONFERENCIAS
- EXPOSICIONES
  - MADRID
  - PALMA
  - CUENCA
- BIBLIOTECAS DE MÚSICA Y TEATRO
- INVESTIGACIÓN
  - CIENCIAS SOCIALES
  - BIOLOGÍA

Firma

Puede Vd. enviarnos esta tarjeta a la dirección que figura en el dorso; o bien enviar un e-mail a [info@march.es](mailto:info@march.es) incluyendo su nombre, apellidos, ciudad, teléfono y áreas de su interés. También puede solicitar esta información en [www.march.es](http://www.march.es)



Fundación Juan March  
Calendario por e-mail

Castelló, 77  
28006 Madrid



Sanguilla

### Obras de Arnold Hauser

Ediciones Guadarrama publica en español todas las obras de Hauser, el sociólogo y crítico del arte más leído del mundo, que lleva vendidos más de un millón de ejemplares de sus obras, traducidas a todos los idiomas cultos.

De todas sus obras hemos impreso ya en español múltiples ediciones y, prueba del prestigio creciente de este autor, cada una de ellas se vende con más rapidez que la anterior. Su *Historia social de la literatura y el arte* lleva impresas ya doce ediciones. Ahora publicamos la edición en español y portugués de la que Hauser considera su obra cumbre: *Sociología del arte*, a la que ha dedicado más de doce años de investigación y continuo trabajo.

Enumeramos a continuación las obras de este escritor, publicadas por Guadarrama y distribuidas por Editorial Labor, S. A.

En ediciones profusamente ilustradas:

«El manierismo, crisis del Renacimiento. Origen de la literatura y del arte modernos» (Tela)

«Historia social de la literatura y el arte» (Tela), 2 tomos

«Historia social de la literatura y el arte» (Skivertex), 2 tomos

«Sociología del arte» (Tela), 2 tomos

En ediciones de bolsillo:

«Historia social de la literatura y el arte», 12.<sup>a</sup> ed., 7.<sup>a</sup> popular.  
(P.O. 19, 20 y 21)

«Teorías del arte. Tendencias y métodos de la crítica moderna», 4.<sup>a</sup> ed. (P.O. 53)

«Origen de la literatura y del arte modernos»

1. «El manierismo, crisis del Renacimiento», 3.<sup>a</sup> ed. (P.O. 130)

2. «Pintura y manierismo», 3.<sup>a</sup> ed. (P.O. 131)

3. «Literatura y manierismo», 3.<sup>a</sup> ed. (P.O. 39)

«Fundamentos de la sociología del arte» (P.O. 180)

«¿Estamos ante el fin del arte?» (P.O. 190)

# Arnold Hauser: Sociología del arte

Volumen 2º



EDICIONES GUADARRAMA

Alcalá, 144 - Madrid

Distribuidor en exclusiva: EDITORIAL LABOR, S. A.  
Barcelona - Madrid - Buenos Aires - Bogotá - Caracas  
Lisboa - México - Montevideo - Quito - Río de Janeiro

Lista de ilustraciones .....	7
------------------------------	---

Tercera parte: DIALÉCTICA DE LO ESTÉTICO

1. Concepto de dialéctica .....	11
1. Arte y ciencia .....	11
2. Estructura de la ciencia .....	15
2. El principio de contradicción .....	19
1. La doble verdad .....	19
El límite como elemento de lo limitado. Inmanencia y transcendencia. Resistencia y contradicción. Identidad.	
2. La división del proceso dialéctico .....	29
Las tres fases. Dialéctica e historicidad.	
3. El análisis dialéctico .....	35
El elemento humano y el objetivo. El cambio de cantidad en calidad. Paradojas de la dialéctica. Automovimiento.	
4. El concepto de «reducción» .....	47
Logros históricos. Tradición. Progreso y totalidad.	
5. Análisis y síntesis .....	55
Síntesis anticipada. La «trampa de la totalidad».	
6. Dialéctica metodológica y ontológica .....	58
Dialéctica conceptual. Dialéctica real. Contenidos y formas categoriales.	

3.	Dialéctica de la historia y de la naturaleza .....	65
1.	Teoría crítica y profética de la historia .....	65
	Historicismo. El sujeto de los procesos dialécticos. Ontología y posición. Estructura e historicidad. Libertad y dependencia. Pronóstico.	
2.	La ficción de la dialéctica de la naturaleza .....	76
	Naturaleza muda. Historificación de la naturaleza. Polar, complementario, contrario, contradictorio. Hombre, naturaleza, historia.	
4.	Dialéctica de lo estético .....	85
1.	Las paradojas del arte .....	85
	Despsicologización y animación. Voluntad universal y asociación universal.	
2.	La creación artística .....	93
	Paradigma de la dialéctica. Fases de la creación artística. Lo consciente y lo inconsciente. Marx, Friedler, Lessing.	
3.	Dialéctica de la estructura de la obra .....	103
	Estructura y partitura. Forma y contenido.	
4.	El proceso histórico-artístico .....	106
	Cambio de estilo. Dualismo de los estilos. Cambio interno y externo de estilo. Forma y técnica.	
5.	Límites de la dialéctica .....	117
1.	Evolución y revolución .....	117
2.	Bifurcación de caminos .....	119
3.	Ambivalencia y dialéctica .....	120
4.	Filosofía de la identidad .....	122
5.	Movimiento dialéctico y automovimiento .....	123
6.	Fetichación de la negación .....	124
7.	Proliferación de las oposiciones .....	126
8.	Totalidad .....	127

Cuarta parte: SOCIOLOGÍA DEL PÚBLICO

1.	Alocución y pronunciación .....	133
1.	El sujeto productor y el receptor .....	133
2.	La obra ofrecida y la recibida .....	135

3.	Los mediadores entre autor y público .....	135
4.	Yo y tú .....	137
5.	La producción como producto del consumo .....	139
6.	La obra de arte como diálogo .....	142
2.	Vivencia artística .....	147
1.	Educación del artista y del experto .....	147
2.	La legitimidad de distintas pautas artísticas .....	148
3.	La recepción como malentendido o «mejor» comprensión de la obra de arte .....	151
3.	Los consumidores del arte .....	155
1.	Estructura social e intereses artísticos .....	155
2.	Estabilidad y movilidad de las capas de instrucción .....	157
3.	La dimensión de los grupos de público .....	158
4.	Tú y vosotros .....	160
5.	Tipos históricos y composición del público artístico .....	163
4.	Los mediadores .....	173
1.	Signo e interpretación .....	173
2.	Ser y significado .....	175
3.	Clases de mediación .....	176
4.	El experto y el receptor ingenuo .....	179
5.	La leyenda del artista .....	181
6.	Facilitación e impedimento .....	182
7.	El director .....	183
8.	Monopolio de la exposición .....	183
5.	La crítica de arte .....	185
1.	Interpretación y valoración .....	185
2.	Crítica y traducción .....	186
3.	El crítico como experto .....	188
4.	Sentimiento cualitativo y juicio valorativo .....	189
5.	División del trabajo en la crítica .....	190
6.	Crítica de arte subjetiva y objetiva .....	192
7.	Crítico, esteta, historiador del arte y ensayista .....	193
8.	Autocrítica .....	198
9.	La democratización de la crítica .....	201
10.	Juicios falsos .....	203

6. Instituciones de la mediación .....	207
1. Función y evolución de las instituciones .....	207
2. Cortes y salones .....	209
3. Teatro .....	211
4. Museo .....	217
5. Biblioteca .....	224
7. El comercio artístico .....	227
1. Mediación y alienación .....	227
2. Coyuntura .....	229
3. Desarrollo del mercado artístico .....	231
4. Valor ideal y valor real .....	237
5. Pérdida del aura del original .....	239
8. Comprensión y malentendido .....	243
1. Comprensión y fundamento .....	243
2. Referencia vital de la comprensión .....	248
3. El inevitable malentendido .....	250
4. La fuerza «retroactiva» del presente .....	252
5. Tipología de la comprensión musical .....	255
9. Exito y fracaso .....	263
1. Talento y éxito .....	263
2. Tensiones entre pensamiento artístico y político ..	265
3. El culto de ser ignorado .....	266
4. Derrota sin compensación .....	267
10. Motivos sociales y antisociales .....	269
1. Humanismo y egoísmo .....	269
2. El terror mágico .....	270
3. Aislamiento .....	271
4. Evasión a la inarticulación .....	272
5. Narciso y Orfeo .....	273

Quinta parte: LA DIFERENCIACIÓN DEL ARTE POR CAPAS INSTRUIDAS

1. Clase e instrucción .....	277
1. Concepto de capa instruida .....	277
2. La «intelectualidad flotante» .....	278

3. Movilidad social .....	279
4. El privilegio de la instrucción .....	282
5. Historia del arte por cortes transversales .....	283
2. El arte de la élite ilustrada .....	289
1. Historicidad de las capas instruidas .....	289
2. Tipos ideales de instrucción .....	291
3. Las obras de arte sublime .....	292
4. Tradición y vanguardia .....	294
3. El arte del pueblo .....	297
1. Teoría .....	297
Lo ingenuo y lo natural. Hipóstasis de las actitudes de grupo. Romanticismo y psicoanálisis. Arte popular y arte campesino. Cultura comunitaria. «Bien cultural disminuido». Poesía artística y poesía popular.	
2. Historia .....	314
Neolítico. La época de las invasiones nórdicas. Edad Media. Edad Moderna.	
4. El arte popular .....	321
1. Determinación conceptual .....	321
Tensión y distensión. Alivio y evasión. ¿Qué desea el público? Ideología del arte popular. Arte proletario. «Kitsch».	
2. Fases evolutivas .....	334
Finales de la Antigüedad. Edad Media. Ilustración. El Segundo Imperio.	
5. Arte de masas .....	343
1. Repetición mecánica .....	343
2. Arte administrado .....	344
3. Composición del público de masas .....	346
4. El «gran público» .....	348
5. Prehistoria .....	350
6. Una interpretación de la cultura de masas .....	361
1. El fin de la era Gutenberg .....	361
2. Continuidad visual y simultaneidad acústico-óptica ..	363
3. Reproducción técnica .....	364

4.	Formas multimediales .....	366
5.	«El medio es el mensaje» .....	367
7.	Los medios de masas .....	371
1.	El <i>bestseller</i> .....	371
	Trivialidad. Comodidad. Disminución del público lector. Seguridad amenazada.	
2.	El cine .....	375
	Comienzos del arte de masas. La clase media como exponente del equilibrio social. Montaje. Espacio y tiempo. Historia reciente del cine.	
3.	Radio y televisión .....	391
	Radio, televisión y cine. Dictado cultural e ideología. Principios formales de la televisión.	
8.	Arte «pop» .....	401
1.	Rasgos homogéneos y heterogéneos .....	401
	Nacimiento de una cuarta capa de instrucción. «Pop» y popular. Equívoco del arte «pop». Coeficientes sociales. El «paisaje» de la pintura «pop».	
2.	Música «pop» .....	407
	Música «pop» y jazz. Los Beatles. Romanticismo y antirromanticismo. Historia de la música «pop».	
3.	Pintura «pop» .....	411
	Crítica de la sociedad y de la cultura. Desvalorización de lo pictórico. Neo-dada.	

Sexta parte: ¿ESTAMOS ANTE EL FIN DEL ARTE?

1.	Conceptos de la decadencia del arte .....	419
2.	Supuestos del arte actual .....	423
1.	Condiciones ideológicas .....	423
2.	Presuposiciones estilísticas .....	439
	Modernismo. Vanguardismo. Expresionismo. Cubismo. Superrealismo.	
3.	Síntomas de crisis en el arte actual .....	471
1.	Sinceridad y veracidad .....	471
2.	La evasión obligada .....	476

3.	El principio de la negación .....	482
4.	La crisis de la novela .....	492
	La supresión de los géneros. El «nouveau roman». La autogénesis de la novela. El legado del superrealismo.	
5.	El absurdo .....	520
	El concepto del absurdo. El «homo absurdus». Comprensión de lo incomprensible.	
6.	Silencio .....	529
	Crisis del lenguaje. Categorías del silencio. Crítica del silencio.	
	Ilustraciones .....	539