



**SOCIEDADE
CRISE E RECONFIGURAÇÕES**

VII CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA

19 a 22 Junho 2012

Universidade do Porto - Faculdade de Letras - Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação

ÁREA TEMÁTICA: Arte e comunicação

A ARTE “SOCIAL”. NOTAS SOBRE OS QUADROS SOCIAIS DA CRIATIVIDADE ARTISTICA.

PIERFRANCO MALIZIA

Professor de Sociologia

Universidade LUMSA, Roma (IT)

pfmalizia@yahoo.it

Resumo

Este trabalho parte de um tema de base e de uma hipótese; o tema consiste na idéia segundo a qual – sem aliás nada tirar ao sistema “competências-capacidades-genialidades” *que fazem de um artista um artista*, ou seja, a individualidade, a subjetividade do artista e da sua criatividade etc. – o mesmo artista pensa-age-cria em uma sociedade na qual sofre um processo de socialização, da qual vive as instituições, a economia, a política etc., na qual estabelece relações duradouras. A hipótese consiste então no fato que seja possível individuar os quadros sociais que, tanto *a priori* quanto *a posteriori*, orientam e influenciam a criatividade artística e a arte em geral. No âmbito de tal hipótese, os quadros sociais aqui propostos são: a) fatores estruturais; b) fatores ligados aos “círculos sociais” (artísticos, nesse caso) e relativos sistemas de relação e interação sociais como os *mundos artísticos*; c) os condicionamentos provenientes das *tradições*; d) fatores ligados ao *sistema da indústria cultural*.

Abstract

This paper starts from a basic theme and from an hypothesis: the theme is the idea that – without anything against the system “competencies – capacities – geniality” that makes an artist, that means, the individuality, subjectivity of the artist and his creativity etc. – the same artist thinks – acts – creates in a society that suffers a process of socialization, where he lives the Institutions, the economy, politics etc., where he establishes strong and durables relationships. The hypothesis consists in the fact that is possible to individuate social frames that, *apriori* and *aposteriori*, orientate and influence the artistic creativity and the art in general. In the framework of the hypothesis, social frames here proposed are: a) structural factors; b) factors linked with “social circles” (in this case, artistic), and related systems of relationships and social interactions such as the “artistic worlds”; c) the conditionings from *traditions*; d) factors linked to the system of cultural industry.

Palavras-chave: arte, cultura, sociedade, produção cultural, mídia.

Keywords: art, culture, society, cultural production, media.

[PAP 0009]

A arte “social”.

Notas sobre os quadros sociais da criatividade artística.

Premissa

“A criatividade é uma qualidade de definição não simples, que tem a ver com a energia, a inteligência, a agressividade, a ambição, a capacidade de pensar novos problemas e encontrar novas soluções para problemas antigos, de mudar mentalmente de forma inovadora elementos já dados, de simular rapidamente o resultado de cursos complexos de acção, de alcançar razoavelmente e coerentemente objectivos estabelecidos, de sintetizar novas formas com base em elementos (informações) dados, etc. ” (Strassoldo, 2001; p. 94)

Provavelmente, a característica mais significativa dos “criativos” consiste no ser capaz de assimilar estímulos que frequentemente não concordam entre eles, e com base nisto, produzir “a novidade”. Esta capacidade combina-se com a tendência a modificar profundamente o existente, esperando de poder, antes ou depois, obter alguma coisa útil, que leve vantagem: tudo isto, de fato, comporta coragem e esforço não indiferentes.

A criatividade é alguma coisa dificilmente descritível de forma completa, tanto para quem cria quanto para quem quiser estudar as dinâmicas e as formas; é claro que isto vale também para um discurso como aquilo que vamos tentar desenvolver nas (poucas) páginas seguintes, isto é, como o “ser – em - sociedade” dos artistas não pode não entrar (provavelmente de forma mais substancial de quanto normalmente pensamos) no processo criativo, e influencia-lo de várias formas.

Vamos tentar, então, de delinear algumas pré-condições estruturais que podem fortemente influenciar (em alguns casos, talvez determinar) a criatividade artística, porém, sem diminuir as capacidades individuais dos artistas, isto é, o que podemos romanticamente definir o “génio” artístico, uma lógica absolutamente significativa e que outras ciências (por exemplo, a psicologia cognitiva, cfr. Gardner, 1991) deverão tentar de compreender e explicar, talvez parcialmente, pela complexidade acima mencionada.

Este trabalho quer simplesmente descrever alguns quadros sociais da criatividade artística, sem ter pretensas de exaustividade, com o único intento de reflectir ulteriormente sobre a relação “sociedade - actor social”.

1. Arte e sociedade

“A arte não está percebida (definida) como um problema social, como por exemplo o “desconforto juvenil”, as relações industriais, a estratificação, a assistência sanitária, ou as dezenas de outros campos de investigação dos sociólogos. Sobre as razões desta atitude podemos formular outras hipóteses – corolários. Primeiro, a arte, apesar da sua evidente ubiquidade, é considerada pertencer à esfera do marginal, do supérfluo, do luxo, dos estratos mais elevados, e portanto evanescentes, da “sobra - estrutura”. Segundo, considera-se que os problemas eventuais da esfera artística não precisam ser compreendidos e explicados, e portanto solucionados, por meio das ferramentas da sociologia. Esta atitude parece ser muito difusa entre os operadores de arte (Strassoldo, cit. P. 16)”.

Esta citação, como a antecedente (proveniente por um volume que enfrenta exaustivamente as problemáticas arte/sociedade), enfrenta uma longa serie de dificuldades conceituais e temáticas que esta oportunidade encontra no debate sociológico. Provavelmente, hoje podemos enxergar uma inversão de tendência (testemunhada por uma recente produção neste sentido), em particular no âmbito musical; esta inversão de tendência é devida, talvez, ao desabrochar da sociologia da cultura em todos seus componentes temáticos e processuais, em particular, por quanto concerne os grandes meios de comunicação como “difusores” e/ou “produtores” de objectos culturais (Griswold, 1997) em diferentes âmbitos, a partir da escola de Birmingham

até as mais recentes pesquisas italianas (Morcellini, 2000), por fim, tentativas sistemáticas de grande interesse (Strassoldo, cit.; Zolberg, 1994; Crane, 1997).

Porém, quais dificuldades podem continuar obstaculizando uma sociologia da arte? O problema de fundo está provavelmente na substancial pluri – dimensionalidade da mesma arte (Gallino, 1993; pp. 38-41), e na consequente concentração sobre uma ou outra dimensão: por um lado, a perspectiva “genética”, centrada na produção artística (tanto material quanto económica) e os factores determinantes no processo produtivo; pelo outro, a dimensão sintáctica que privilegia a estrutura do discurso artístico e a determinação da apreciação social; ou, além disto, a dimensão semântica que leva de forma semi – unívoca para a reflexão sobre a correspondência “formas de arte – tipologia de sociedade”, correspondência frequentemente extrema, e que de qualquer forma auto explica-se, por fim, a dimensão pragmática que desenvolve principalmente o conceito de arte como “ferramenta ideológica” (idem, p. 40), para hipostasiar uma tal ordem social ou para discuti-lo.

Isto pertence à pluri – dimensionalidade, que pode de fato assumir-se como complexidade substancial para uma sociologia da arte; mas a arte não é exclusivamente um fenómeno complexo “difícil” de ser interpretado, assim, talvez o problema de uma sociologia da arte está também no que König escrevia há alguns anos atrás: “embora a maioria dos contributos e das pesquisas de sociologia da arte assumam o fato social “experiencia artística” como ponto de partida ou centro da própria análise, isto acontece, digamos assim, intuitivamente: isto é, considera-se óbvio o fato social, sem se preocupar de circunscrevê-lo com precisão, de clarifica-lo ou especifica-lo. É claro que por um tal caminho ingênuo nascem umas dificuldades, e que para superá-las acaba se por explorar todos os sectores marginais de pesquisa.” (König, 1967; pg 31).

2. A produção artística

Para “arte” entendemos aqui os processos de produção e os produtos reconhecidos como tais (isto é, artísticos) pela sociedade. O significado destes “produtos” deve ser compreendido no seu contexto de geração, bem como no contexto da fruição; esta definição portanto compreende âmbitos artísticos fortemente diferenciados, tais como:

- as artes figurativas;
- a literatura;
- a musica;
- o cinema, o teatro, a dança etc.

Como evidencia Zolberg (cit.; cap. I), podemos constantemente encontrar duas concepções de arte que sempre são fundamentais para a constituição do discurso “arte/sociedade” e que podemos sintetizar assim:

CONCEPÇÕES	SIGNIFICADO	PERTINÊNCIA
ENDÓGENA	Arte como produto de uma genialidade criativa, unicidade do acto artístico.	Estética História da arte
EXÓGENA	Arte como processo de criatividade "social" e de "reconhecimento social".	Sociologia

É claro que o posicionamento sobre uma ou a outra concepção possibilita ou não a configuração de qualquer discurso social ao redor da arte; aceitando a concepção “exógena” muitos tractos de interesse sociológico podem ser delineados, tais como:

a) a abordagem funcionalista, que sugere varias funções sociais da arte, a partir da função de “idealização” (sublimar os sentimentos) até aquela de “diversão” (ou *loisir*); além disso “quando considera-se a relação arte/sociedade, é preciso ter em mente que a arte pode ter, ao mesmo tempo, uma função de re – envio para uma dimensão diferente, *outra*, daquela social, como fonte constante de criatividade, inovação expressiva e contestação das ordens constituídos, e uma função celebrativa que também confirma os valores e as representações socialmente partilhadas” (Crespi, 1996; pg. 184).

b) a abordagem estrutural, que considera todos os componentes da produção – fruição artística, o que mostra uma notável possibilidade de diferentes momentos de estudo, por exemplo:

- os “artistas” (rol e status, subsistemas culturais, etc.);
- o “mercado” (sistema pergunta/oferta, sistemas de produção, comercialização, venda etc.)
- o “publico” (consumo artístico, composição sócio – cultural, modalidades/lugares de fruição etc.);
- as “políticas publicas” (intervenções estaduais na arte, arte e escola, etc.);
- o “status social” da arte (bipartição “artes maiores/artes menores”, valores sociais de reconhecimento/apreciação, etc.);
- a “indústria cultural”.

3. A “criatividade”

A “criatividade” pode ser definida como um valor cultural, e as culturas não podem não considerar a necessidade de estruturar-se com modalidades e filosofias “que encorajem” a criatividade, a inovação; porém, a criatividade, quando favorecida, constitui uma dinâmica específica que, para ser completamente realizada, deverá excluir comportamentos “ante - criativos” como as formas de controlo social, as especializações vivenciadas rigidamente e elevadas a barreiras sociais, o favorecer formalmente as novas ideias sem realiza-las efectivamente, o seguir “sempre e de qualquer forma” as regras e tradições.

Esta dinâmica da criatividade pode assim ser evidenciada:

- **Estímulos para a criatividade**
- **Desenvolvimento de ideias**
- **Aceitação e colectivização das ideias**
- **Adopção organizada das ideias e dos relativos processos de mudança**

Portanto, cada fase desta dinâmica processual deve ser adequadamente acompanhada e suportada em todos os níveis, não sendo isto com certeza de fácil realização; pensamos, por exemplo, nas dificuldades e obstáculos não exclusivamente conservadores, mas também de interesse de *status*, de interesses particulares que podem se interpor nas fases de “desenvolvimento” e “aceitação” das ideias criativas – inovadoras. Pensamos também nas resistências (psicológicas, estruturais, de interesse) à mudança, individuais ou colectivas, reais ou instrumentais, que de fato irão obstaculizar as fases de “colectivização” e “adopção” das mesmas ideias; além disso, em termos de cultura organizacional, podemos afirmar que as ideias criativas – inovadoras (a não ser quer exista um habito tradicionalmente consolidado e que a criatividade seja colectivamente vivenciada como um valor) encontram-se frequentemente “culturalmente recusadas”,

enquanto “ameaçadoras” (realmente ou não) da ordem cultural existente, embora não representem um risco para a sociedade.

A implantação e o desenvolvimento da “criatividade como valor e prática” nos sistemas sociais de forma difusa representa assim uma dinâmica processual complexa, que diz respeito ao “sistema em si” (que refere-se globalmente ao sistema organizacional como sistema, onde cada alteração individual e/ou parcial produz uma cadeia de alterações globais), à “cultura” (que refere-se à uma potencial alteração de valores, hábitos, tradições, etc., existentes, que, especialmente onde as culturas são fortes quanto ao seu “vivenciado” e compartilhamento, irá precisar de um adequado processo de inculturação, ao menos temporalmente, para realizar-se de forma completa), ao “sistema de decisão” (que comporta uma lógica intencional na actividade de decisão de criar continuamente e incondicionadamente suporte para a criatividade, que com certeza não falta de obstáculos e que sempre precisa de recursos, também, como já consideramos, com certeza não é a – conflitual).

4. Sobre a criatividade artística

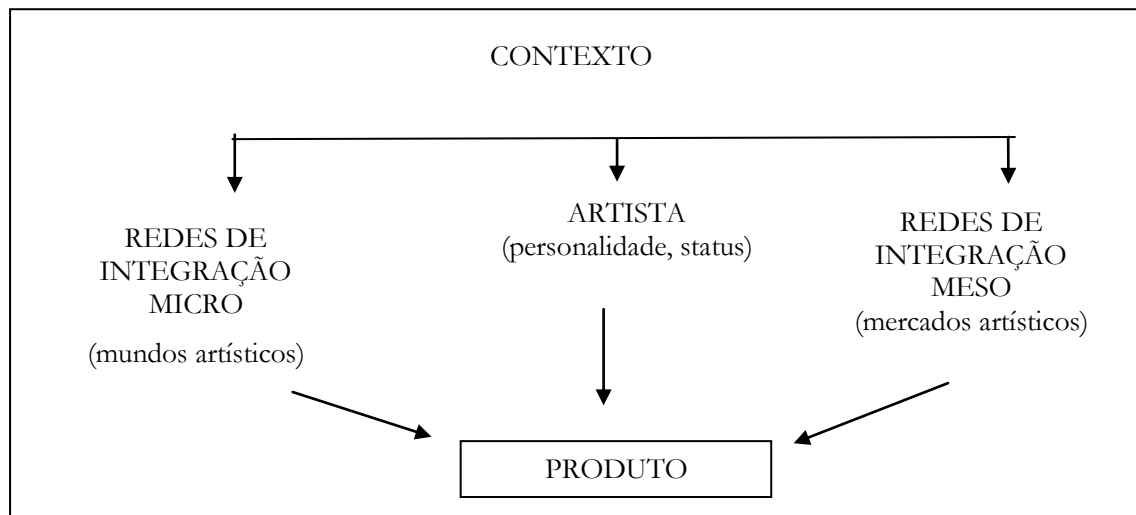
A criatividade não pode ser reduzida apenas ao “flash” do génio, mas consiste, também, na resultante de vários factores:

- a) factores de contexto sócio – cultural;
- b) factores ligados aos “círculos sociais – artísticos”;
- c) condicionamentos pelas tradições artísticas;
- d) Influência da assim chamada “indústria cultural”.

Antes de desenvolver brevemente estes pontos, devemos lembrar que esta teorização não diminui de alguma forma a “capacidade individual” do génio, porém, acrescenta algumas conotações que derivam pelo simples fato de cada génio nascer e actuar em uma sociedade, em uma cultura, em uma altura histórica etc.; vamos então examinar os pontos acima elencados.

- a) **Factores de contexto sócio – cultural.** No desenvolvimento das teorias sociológicas, embora em diferentes momentos históricos – sociais e em “escolas de pensamento” distantes, podemos evidenciar dois momentos de elaboração teórica da assim chamada por Durkheim “efervescência social” (1972), isto é, situações de contexto que, mais que outras, facilitam processos de inovação, como a “anomia” de Merton (1992) e a “morfogenese” de Archer (1997). Segundo Merton “a anomia depende pela falta de integração entre a estrutura social, que define os *status* e os papéis dos sujeitos que agem, e a estrutura cultural, que define os objectivos a ser alcançados pelos membros da sociedade, bem como as regras a ser respeitadas para alcançar os objectivos. Acontece que as posições dos sujeitos que agem impeçam – lhe de alcançar os objectivos indicados pela cultura como as melhores (por exemplo, segundo Merton, o objectivo da riqueza e do sucesso na sociedade norte-americana) através dos meios indicados pelas normas institucionais. Porém, quando as primeiras resultam mais importantes que as segundas, temos um comportamento de *inovação*.” (Izzo, 1991; p. 291). Segundo Archer (1997) o conceito de “morfogenese” refere-se “aos processos que tendem a elaborar ou mudar a forma, o estágio do sistema ... ao contrário, o termo “morfofasi” refere-se aos processos das trocas complexas entre o sistema e o ambiente, que tendem a conservar, a manter uma forma ... de um sistema” (cit., p.190). “Morfogenese” significa, então, uma situação social complexa que produz transformações e inovações, e que, por consequência, com um assim chamado “efeito domino”, cria uma realidade complexa onde o acto criativo possui, potencialmente, muitas possibilidades de se originar e desenvolver de forma completa.
- b) **Factores ligados aos “círculos sociais – artísticos”.** Além da noção de contexto em geral, devemos considerar a especifica influencia dos “mundos artísticos” e dos “mercados artísticos” sobre o

mesmo artista; na verdade, na nossa opinião não pode-se negar que as relações “artistas - artista” (especialmente em subsistemas fechados, com uma forte interação e com sistemas normativos – valorais partilhados, isto é, verdadeiras sub – culturas) condicionem as escolhas e os percursos de cada actor, bem como as pressões do mercado, e mais em geral, as lógicas de atribuição socioeconómicas de valor (*latu sensu*), nunca irão deixar indiferente o artista. Sintetizando, o processo de criação artística pode ser assim descrito.



Becker (2004) insiste muito sobre a recíproca influência entre os artistas (independente pela específica arte praticada individualmente), enquanto participantes de um “círculo artístico”: “ele começa pela interação microscópica entre os participantes (submundos artísticos, n.d.r.), mudando-se gradualmente para modelos de associação sempre mais amplos, que compreendem uma variedade de mundos artísticos ... os mundos onde os artistas trabalham existem como culturas mais ou menos institucionalizadas, que normalmente tem pouco a ver as umas com as outras ... Esta análise de subcultura apresenta as artes como elas próprias.” (Zolberg, cit.: p. 138). Em outras palavras, Becker vê a criação artística como:

- resultante por praticas colectivas geradas nos submundos da arte, claramente sem excluir as qualidades individuais;
- processo influenciado por formas constantes e “íntime” de interacção social, cultural em geral e artística no específico, entre os artistas que reconhecem-se no mesmo submundo.

c) Condicionamentos pelas tradições artísticas. As tradições, cuja interessante etimologia oscila entre “entrega” e “ensino”, assim chamadas “memoria colectiva canonizada” (Jedlovski – Rampazi, 1991), podem ser definidas como “os modelos de crenças, costumes, valores, comportamentos, conhecimentos e competências que são transmitidas de geração em geração, por meio do processo de socialização” (Seymour-Smith, 1991, p. 411). Esta palavra vem depois ser utilizada para indicar tanto o *produto* quanto o *processo* (Cinese, 1996, p. 96) da produção cultural de *transmissão/ensino* típico das mesmas tradições. As tradições constituem uma parte fundamental e um elemento distintivo da identidade cultural (Di Cristofaro Longo, 1996, p. 96), do pertencimento, e constituem também um ponto de referência importante para a acção social em geral, em particular, suportando uma específica tipologia weberiana de “acção”, aquela “conforme hábitos adquiridos e que viraram constitutivos do costume; a reacção aos estímulos habituais em parte absolutamente limitativos; a maioria das acções da vida quotidiana é ditada pelo sentido das tradições.” (Morra, 1994, p. 96). Sendo *elementos distintivos* da cultura, as tradições tomam valores endógenos (de auto reconhecimento) e também exógenos (de identificação) para os grupos sociais que referem-se à estes valores.

O sistema das tradições pode ser interpretado como uma verdadeira *instituição social*, no sentido de “forma de crença de acção e de conduta reconhecida, estabelecida e praticada estavelmente” bem como no sentido de “práticas consolidadas, formas estabelecidas de proceder, características de uma actividade de grupo” (Gallino, cit., p. 388).

O sistema total das tradições, respeito à uma ideia de *continuum* cultura – subculturas (locais, profissionais, de género etc.) pode depois ser dividido em *grandes* e *pequenas* tradições (Seymour-Smith, cit., p. 203), isto é, a complementaridade, a coexistência, entre

a) traços ligados com específicas comunidades, participantes de um sistema social mais amplo, traços mais difundidos, gerais ou comuns;

b) divisões existentes entre culturas oficiais e culturas *folk* (*idem*, p. 189); coexistência e complementaridade que viram substanciais em uma continuidade de reinterpretações, frequentemente constituídas por descobertas, reavaliações, esquecimentos.

As tradições podem ter um valor mais conservador ou de conservação (Parsons, 1965), isto é, podem ser um veículo para as inovações e as mudanças, bem como fornecer um suporte para processos de mudança social não alienados/alienantes: a assim chamada “referência às tradições” pode ter o duplo significado de:

a) entrenchamento ao passado, de forma total e absolutamente não elástica, preliminar e dominante, contra tudo que apareça (o seja percebido) novo

b) conservar uma especificidade cultural que facilite, em lugar de contrastar, cada input interno/externo de mudança e consiga homogeneizar seus efeitos com os próprios específicos traços culturais.

Portanto, onde as tradições artísticas resultam “pesadas”, isto é, influenciam uma criatividade principalmente “problem solver”, a criatividade artística em geral será certamente e discretamente condicionada, e as formas “problem finder” que poderão manifestar-se serão limitadamente praticadas pelos *outsiders* (Becker, 1991).

Ainda Zolberg (cit.; cap. IV), reflectindo sobre diferentes pesquisas no âmbito da produção artística, faz uma hipótese de dois ideal tipos weberianos de artistas, diferentes quanto à abordagem ao problema. Segundo esta hipótese, podemos distinguir artistas “problem solver” e “problem finder”: os primeiros prestam atenção à produção artística existente, individuando diferentes modalidades de expressão; os segundos, investigam principalmente novas problemáticas e/ou necessidades artísticas. Ambas as tipologias podem, de qualquer forma, trabalhar segundo lógicas mais tradicionais ou inovadoras. Estes “ideal-tipos” podem ser assim representados, por exemplo, no âmbito das artes visuais:

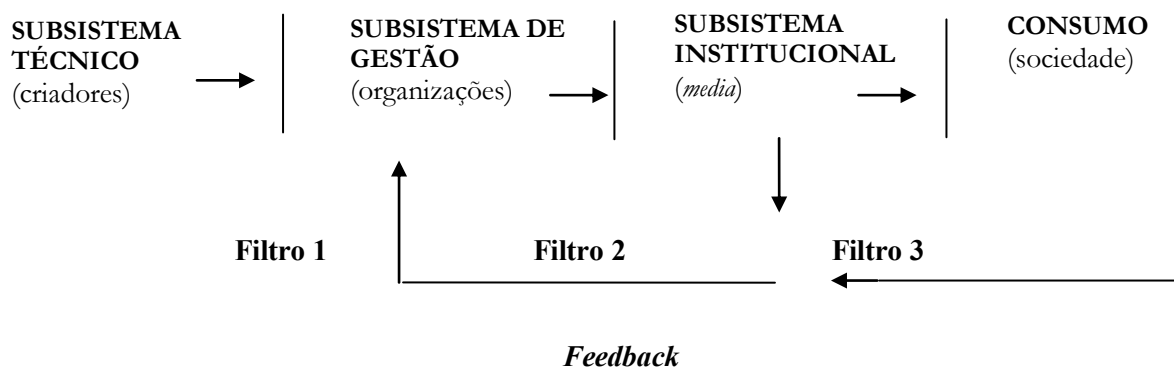
ABORDAGEM	“INOVAÇÃO”	“TRADIÇÃO”
PROBLEM FINDER	Criação de “arte nova” (es: Duchamp)	Re – descoberta criativa com novos significados (es: Picasso)
PROBLEM SOLVER	Variantes de “arte nova” (es: Wharol)	Seguidores da tradição (es: os artistas figurativos)

Ou ainda, falando de *MPB*:

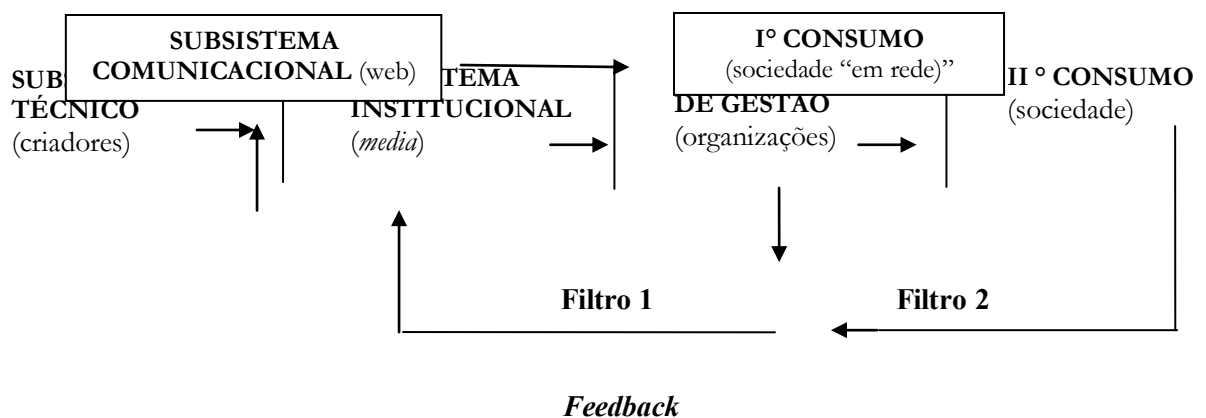
ABORDAGEM	“INOVAÇÃO”	“TRADIÇÃO”
PROBLEM FINDER	Criação de “arte nova” (es: Duchamp)	Re – descoberta criativa com novos significados (es: Moacyr Luz)
PROBLEM SOLVER	Variantes de “arte nova” (es: Seu Jorge)	Seguidores da tradição (es: Paulinho da Viola)

d) Influencia da assim chamada “indústria cultural”. Quais são as lógicas, os mecanismos, os actores da indústria cultural? Podemos fazer uma hipótese de modelo explicativo (embora bastante geral) sobre o que acontece hoje, em uma situação caracterizada por fenomenologias incertas, onde alguns “objectos” (Griswold, 1997, pp. 26-29) fazem carreira e, sendo “funcionais”, viram “culturais” nas suas esferas de referência, ou, em uma geral “concepção do mundo”. O assim chamado “modelo de Hirsch” (Griswold, 1997, pp. 102-108; Sciolla, 2002, pp. 216,217, e obviamente Hirsch, 1972) parece colectar muito consenso. “Hirsch realizou um esquema das relações entre os diferentes subsistemas existentes no sistema, por ele mesmo definido **sistema da indústria cultural**, que descreve o conjunto de organizações que produzem artigos culturais de massa, como discos, livros, programas da televisão e da rádio. Neste esquema, os *media* representem um subsistema entre os outros. A organização “de gestão”, por exemplo, para alcançar os *mass media* fornece informações sobre o produto (filtro 2). Estas notícias são utilizadas pelo sistema institucional nos *media* (*gatekeepers* mediais, como *disc-jockey*, apresentadores de *talk-show*, revisores de livros e filmes, etc.). Neste espaço de intermediação surgem possibilidades de relações pouco transparentes quando não de corrupção. O público conhece o novo produto através dos *media*. Temos, por fim, dois tipos de *feedback*: o primeiro vem dos medias, o segundo dos consumidores, mensurado pelas vendas de bilhetes, discos, livros, etc.” (Sciolla, 2002, p. 216).

O modelo pode ser assim configurado:



A figura representa a configuração tradicional do modelo; porém, sendo um “modelo”, não deve ser utilizado de forma rígida, mas sim como principalmente indicador de um processo complexo. Assistimos hoje por meio e causa das redes, a já conhecidas alterações deste andamento processual; os clássicos exemplos são aqueles criativos (em particular, das artes visuais, literatura e musica) que entram directamente, através da Web, no sistema dos media, propondo suas criações e quase “impondo-a” para o publico sem os tradicionais filtros de subsistema; nos casos de sucesso, estes criativos fazem parte do percurso na hipótese de Hirsch, embora com um andamento parcialmente diferenciado que pode ser assim configurado:



Este modelo, como nos lembra Griswold, nasceu para os “produtos culturais de massa tangíveis” e pode ser aplicado, com as necessárias/oportunas modificações, para qualquer sector da indústria cultural.

Uma reflexão sobre o sistema da indústria cultural e da sua influência sobre os artistas e/ou aspirantes a virar artistas, pode ser útil, quando enquadrada no complexo discurso de Bourdieu (1980) segundo o qual “a macroestrutura nas formas cristalizadas do Estado, do sistema de domínio social e do diferente acesso dos membros aos bens de valor, material ou simbólico, constitui uma presença incumbente” (Zolberg, cit.; p. 138); para compreender de forma completa a produção artística, não pode-se não considerar “a totalidade das relações (as objectivas e as determinadas na forma de relação) entre o artista e os artistas, e, além destes, a totalidade dos actores comprometidos na produção do trabalho artístico, ou, ao menos, do valor social do trabalho ... o que as pessoas chamam de criação é o conjunto de um hábito e de uma tal posição (status) que pode ser já construído ou possível na divisão do trabalho da produção cultural” (Bourdieu, cit.; pp. 208-212).

Conclusões

Podemos concluir como tínhamos começado, esperando que quanto argumentado sinteticamente neste trabalho possa ter fornecido uma base para a tese de fundo, isto é, que também a criatividade artística (alguma coisa pensada como o “agir na sociedade”) não possa identificar-se somente na capacidade e/ou performance individuais (o “génio artístico”), que de qualquer forma não devem ser excluídas ou subavaliadas, mas possa ser pesquisada também nos quadros sociais “ocultados” ou “evidentes” que orientam e influenciam os artistas, aços sociais “imersos” (como todos) na sociedade, e portanto, que pertencem aos sistemas de interacção bem como de relação.

Referências

- Archer M. (1997), *La morfologenesi della società*, Milano, Franco Angeli
- Becker H. (1991), *Outsiders*, Torino, Abele
- Becker H. (2004), *I mondi dell'arte*, Bologna, Il Mulino
- Bourdieu P. (1980), *Questions de sociologie*, Paris, Minuit
- Cirese A.M. (1996), *Cultura egemonica e culture subalterne*, Palermo, Palumba
- Crane D. (1997), *La produzione culturale*, Bologna, Il Mulino
- Crespi F. (1996), *Manuale di sociologia della cultura*, Bari, Laterza
- Di Cristofaro Longo G. (1996), *Identità e cultura*, Roma, Studium
- Durkheim E. (1972), *La scienza sociale e l'azione*, Milano, Il Saggiatore
- Gallino L. (1993), *Dizionario di sociologia*, Torino, UTET
- Gardiner H. (1991), *Formae Mentis*, Milano, Feltrinelli
- Hirsch P.M. (1972), *Processing fods and fashion*, in Annual Journal of Sociology, 77
- Izzo A. (1991), *Storia del pensiero sociologico*, Bologna, Il Mulino
- Jedlowski P. – Ramazzi M. (1991), (a cura di), *Il senso del passato*, Milano, Franco Angeli
- König R. (1967) (a cura di), *Sociologia*, Milano, Feltrinelli
- Malizia P. (2007), *Configurazioni*, Milano, Franco Angeli
- Merton R.K. (1992), *Teoria e struttura sociale*, Bologna, Il Mulino
- Morcellini M. (2000) (a cura di), *Il Medioevo*, Roma, Carocci
- Morra G. (1994), *Propedeutica sociologica*, Bologna, Monduzi
- Parsone T. (1965), *Il sistema sociale*, Milano, Comunità

Sciolla L. (2002), *Sociologia dei processi culturali*, Bologna, Il Mulino

Seymour-Smith C. (1991), *Dizionario di antropologia*, Firenze, Sansoni

Strassoldo R. (2001), *Forma e funzione*, Udine, Forum

Zolberg V. (1994), *Sociologia dell'arte*, Bologna, Il Mulino