

SONHOS E PESADELOS DA ARTE POP

Nada mais apropriado para falar de insônia do que Nietzsche. De forma implícita o pensador alemão arremete sobre esta ambígua experiência onírica, relacionando-a com a natureza da realidade, à crença no transcendente e à busca pelo sentido da vida. Sonhos são a expressão da nossa vontade de poder, isto é, da necessidade de criar, superar e reafirmar a vida. No entanto, eles também podem ser formas de fugir da realidade, de imaginar um mundo melhor ou de experimentar emoções intensas, porém, da mesma forma, podem expressar nossa própria fragilidade e vulnerabilidade.

Nesta edição, o fluxo da insônia nos conduz ao conceito de «super-homem» abraçado por Nietzsche. No entanto, a tradução do «Übermensch» seria alguém que está por cima do humano. Assim, o artigo que propõe adentrar nas profecias de Zaratrasta, bem como nas vertentes estéticas do apolíneo e dionisíaco; na origem do trágico e da tragédia; e no ambivalente fluxo da consciência do bem e do mal no que diz respeito ao deciframento das tendências artísticas.

O artigo na sequência cria a plataforma estética Ibá, usando como modelo de negócios da mídia o marketplace. Voltado para mulheres da Paraíba que apostam na economia compartilhada, impulsionadora de um negócio de muitas visibilidades e oportunidades, valorizando, sobretudo, a marca pessoal. Nesta mesma direção, as rupturas latinas de descolonização das décadas de cinquenta e sessenta despertam para a produção artística de mulheres dos anos setenta; destacando a consciência social e política, assim como a precariedade da existência humana. Isto fica demonstrado nas três obras, objeto de análise: «Me gritaron negra» (1977), de Victoria Santa Cruz; «Brasil Nativo», «Brasil Alienígena» (1976-1977), de Anna Bella Geiger, e «Arroz e feijão» (1979), de Anna Maria Maiolino.

«Recortes em movimento» incursiona na arte da animação e no papel que desenvolvem as narrativas do videoclipe musical, destacando seu caráter experimental em produções da primeira década do nosso século, tais como «Babulina's trip» e «Puro disfarce». Por isso, *Design Thinking* para redes sociais é também um exemplo de como tais redes, associadas às técnicas de marketing digital e de conteúdos, tornam relevante este tipo de experiência pop. É o caso da Martins & Malvezi que, submetida a esta metodologia estratégica, apresentou melhora nos seus conteúdos, alinhamento com seu público-alvo e um aumento significativo do engajamento dos seus seguidores.

Este número fecha com «A cultura por trás da arte Pop» e o «Vodu haitiano e descolonização cultural ao discurso colonialista, pelo viés da produção audiovisual». O primeiro artigo assinala a Arte Pop de Andy Warhol, Roy Lichteinstein e Jasper Johns, que lutaram por democratizar o acesso à arte, rejeitando a sua mercantilização. O

segundo, trata sobre a demonização da produção audiovisual que apresenta o Haiti num estado selvagem na prática sincrética do mito e do rito, fazendo-se necessária uma abordagem decolonial que exorcise o próprio preconceito da indústria cinematográfica.