

NARRATIVAS CONTEMPORÂNEAS NO MARCO CULTURAL DA ARTE

Narrativas contemporâneas se desenvolvem no período histórico da atualidade, marcadas pela experimentação formal que examina temas complexos, críticos e desafiadores para sociedade hodierna. Em termos gerais, considera-se uma sociedade de consumo aquela na qual esta ação massiva de bens e serviços tem se convertido numa norma social e cultural.

Isto implica que a aquisição e posse de produtos, assim como a busca de experiências, são vistas como fontes importantes de felicidade, identidade e bem-estar, inclusive indo além das necessidades básicas que garantem a sobrevivência. Esta edição abre com o artigo: «Edemur Casanova e a desconstrução estética». Traz o legado artístico e educativo do professor de Penápolis, SP (1946), cujas atividades exemplares permitiram a abertura do Ateliê Livre de Artes e Letras da Universidade Federal de Santa Maria, no Rio Grande do Sul.

«Ensaio visual reflexos, sal e montanha na paisagem boliviana» é um trabalho fotográfico do Salar do Uyuni que captura montanhas, desertos, vulcões que ampliam. O artigo «Imagens cinematográficas: frames narrativos linguagens e espaços» analisa como a linguagem audiovisual se relaciona com a História da Arte, o contexto histórico e, principalmente, com as suas representações plásticas de figural e figuração.

Em seguida, relaciona-se a arte pública com o poder público e a decolonização, propondo uma contextualização histórica a partir da Europa. Em primeiro lugar considerando-a um instrumento de poder, espaço de contestação social e política, inicialmente para o reconhecimento do nacionalismo dos seus heróis e, em segundo lugar, para denunciar às desigualdades e aderir à diversidade cultural.

Ação educativa em projetos culturais educativos ligados ao Programa de Ação Cultural (ProAC) promove manifestações artísticas como: música, dança e exposições. Estruturados em curadorias, artistas, produtores e educadores, empenham-se em montar exposições fora do museu, contribuindo de forma qualitativa à formação da comunidade.

Marcas de destino e comunicação digital incursiona a marca Tutismo Centro Portugal – TCP – e, de como esta informa e se comunica com as Comunidades Intermunicipais, usando estrategicamente as redes sociais no sentido de promover a exploração destes novos dispositivos no mercado.

«Discurso poético e apropriação estética» sugere um trabalho de pesquisa experimental: a audição de distintos repertórios, colocando no repertório o do decafonsimo – sistema de organização de culturas musicais criado na década de 1920. Sendo o próprio Arnold Schönberg que o aproxima a gêneros da música popular latino-americana, como a salsa, tango e samba.

Em «Afeto, inspiração e paradoxos» a ênfase é dada ao capitalismo das instituições financeiras, valendo-se de três filmes publicitários dos Bancos Itaú, Bradesco e Nubank. Capitalismo efetivo, formação de mundos possíveis e cultura de inspiração referendam a intenção comunicativa da publicidade. Apontando por meio da análise do discurso para o empreendedorismo e os futuros desejados em campanhas de final de ano. Já «Pelado, NU com a mão no bolso» remete à estratégia narrativa do Nubank, uma startup destinada ao entendimento da complexidade da comunicação mercadológica.

O marco cultural da Arte configuram-se em múltiplas narrativas que perpassam ateliês, solares, figuras, diversidades, exposições, paisagens, músicas e discursos.