



ESTÉTICA, MERCADO, ARTE

Sérgio de Sá

Entre as indústrias culturais e as indústrias criativas, entre a ficção e a realidade, entre o entretenimento e a experimentação, entre a cultura de mídia e o seu outro. Nesse meio de campo, este dossiê discute literatura, arte, cinema, ensaio, televisão, cibercultura. Para isso, pensa no que separa e une, grita e silencia, impressiona e estrutura. Preocupa-se com o que permanece mas também com o que se vai.

No elenco de objetos, temos o cinema de dois dos mais destacados diretores da atualidade: o mexicano Alejandro González Iñárritu e o norte-americano Terrence Malick. No primeiro, a renovação possível de uma linguagem sempre em vias de desgaste. No segundo, o gesto coreográfico em direção ao divino. A realidade dura das cidades globalizadas encontra a poesia teológica das imagens impossíveis.

Na literatura, o embate entre divertimento e seriedade está dado antes pelo italiano Italo Calvino e hoje pelo brasileiro Rodrigo Lacerda. A mesma seriedade divertida que os romances policiais querem manter viva, ainda que para isso um corpo se faça necessário. A literatura sobrevive nas fronteiras que apagam as marcas da cena do crime de uma canonização cada vez menos culpada.

A arte não tem medo da cultura mercantil de massas, não mais. O debate contemporâneo sabe que a estética incorpora-se ao mercado. Da mesma forma como o ensaio procura o seu lócus no Brasil, entre a obrigatoriedade de comunicar e a necessidade de satisfazer o intelectualismo de um país ainda deslocado, ainda em dúvida sobre a primeira pessoa.

O dossiê abre-se, assim, ao exercício teórico e analítico de imagens, letras e sons no espaço e no tempo da lógica do mercado. A busca de critérios e categorias pauta os textos aqui apresentados, assim como a comparação de noções e conceitos para compreender a narrativa contemporânea, aqui manifesta em obras e projetos artísticos, nas telas e nas páginas.

E em dois contos inéditos de Adriana Armony que pensam o lugar do escritor brasileiro contemporâneo. E nas ficções e não-ficções do norte-americano David Foster Wallace, que tentou compreender tudo que estava dado pelo domínio da televisão, hoje relativamente menor quando decidimos pensar a cibercultura, a estetização *online* do mundo.

Poderia ser Z de Zorro, esse aristocrata que se disfarça, com muito estilo, para combater as mazelas da humanidade. Uma marca. Poderia ser Z de *zany*, a palavra inglesa de difícil tradução (bobo?) que virou entrada estética extremamente atual. Uma categoria. Poderia ser Z de zen, para dizer da tranquilidade com que nossos autores lidam com seus temas de apreço. Uma atmosfera.

É isso e mais: uma reunião de textos com ambição ambígua. Deseja fechar e abrir um alfabeto de ideias.

Divirtam-se.

Sérgio de Sá
Organizador
Outubro de 2016