

A IMAGEM DA CAPA

Elaborar uma capa não é tarefa simples, falar sobre ela também não sei se facilita...

Quero, aqui, além de registrar um pouco do que pensei ao projetar esta capa, falar também e talvez, principalmente, das minhas percepções sobre o momento em que ela foi feita – dentro de um período extenso de distanciamento social, limitações de convivência física, incerteza, afetos recolhidos, abraços imaginados. Um período intenso de interiorização, reflexões em meio a tarefas aparentemente prosaicas, mas que chegam trazendo aprendizados inesperados, algumas perspectivas e, sim, esperança. Algo como fazer Fenomenologia enquanto cuidamos da casa, de nós. Criar. Imaginar. Elaborar.

Quero, aqui, também registrar a linguagem escolhida. A aquarela me permite caminhar, como costume dizer, por fronteiras aguadas. De modo que ao iniciar um trabalho tenho meu suporte – o papel –, e selecioná-lo me ocupa bastante; tenho ainda uma configuração espacial, uma paleta de cores pré-definida, mas não exatamente um tema. Geralmente, tenho uma indagação, uma associação, sensação, observação...

Pude participar, durante a quarentena, de várias exposições virtuais – o que me trouxe sentido para o como e para o com quem quero conduzir minhas realizações. Pude também me integrar a uma plataforma ligada ao Museu da Aquarela em Fabriano/Itália, cidade criativa da Unesco. Estes fatos foram, para mim, marcações importantes de pertencimento.

A imagem que elaborei especialmente para esta edição da Diálogo, e que selecionei entre outras, é também parte desse pertencimento. Diz de mim, desse momento particular e social e dos leitores desta nossa publicação tão especial. Um diálogo que chama por novas leituras, pela intertextualidade, pelo convite ao imaginar de cada um, numa visualidade que me proponho compartilhar. Espero que apreciem.

Ana Lucia G R Lupinacci

Doutor e Mestre em Educação pela USP_ Universidade de São Paulo.

Designer e artista visual.

Docente-pesquisadora do Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa (ESPM Rio) e do Mestrado Profissional em Comportamento do Consumidor (ESPM São Paulo).