

Arquivo de áudio: ruth1.wav
Tempo de gravação: 27min56s

o meu mestrado, na verdade, foi uma... foi sobre o meu próprio trabalho, eu fiquei achando muito pretensionoso, mas o... na verdade quem foi efetivamente o orientador que não foi o orientador oficial que foi um ex-diretor da FAU, o Júlio Roberto Batista ele falou faz sobre teu trabalho

eu acabei fazendo o meu mestrado também sobre o meu, mas era educação, eu trabalhava com outras... e tu fizeste aonde?

eu fiz na FAU-USP e daí o que aconteceu foi que... no fim uma das pessoas da banca que era da PUC, que é super ligada em linguagem mesmo, falou, olha, isso daí é muito lindo seu trabalho de projeto, achei muito bom, tal, mas o que você fez não é uma dissertação, é um memorial descritivo... e eu percebi também que é muito difícil você fazer uma análise do próprio trabalho... mas eu identifico na hora que eu vejo maneiras de fazer completamente diferentes das minhas eu identifico que tem sim uma assinatura, né... por outro eu acho que tem alguns designers que são tão, tão, tão autorais, que, por melhor que seja o trabalho que eles fazem o trabalho tem muito a cara deles, assim, a ponto de você olhar e identificar de cara... eu procuro não trabalhar desta forma... não é nem que eu procuro, eu acho que um trabalho de design, ele... a assinatura do designer deve ser imperceptível.. eu acho que a gente tem, sim, traços, nos resultados a gente consegue identificar elementos em comum, entre um trabalho e outro, mas eu acho que começa a ficar grave quando você identifica de cara o designer...

porque que tu achas, questões comunicacionais?

porque eu acho que... porque eu acho... que o que interessa, não é aparecer a assinatura do designer, é que ele, não é o trabalho de artista, é que ele tenha resolvido uma questão de comunicação... né... agora, é obvio que você pode resolver de várias formas, mas quando todos os trabalhos se parecem a ponto de

identificar

identificar com o designer, o que tá marcado lá é o designer, não é o cliente, né... isso eu acho muito delicado... e tem designers muuuito bons que tem este traço, pelo menos eu consigo bater o olho e falar: isso aí é do fulano... tem alguns que são ótimos, mas você... porque são muito parecidas as soluções.. não quer dizer que seja...

é, eu parto assim dum pressuposto que... é sempre autoral o desejo de ser autoral ou não, mesmo ao ser neutro, é uma decisão que a gente faz, em ser neutro... ninguém é neutro por... os grandes escritórios até despessoalizam os seus traços, fazem passar por várias, a divisão do trabalho, assim, fazem passar por várias pessoas pra ir despessoalizando, mas acho que é sempre uma intenção...

se bem que as vezes eu acho que não é, não é intenção não, quando é um grande escritório, é porque ele tem... características, ah... técnicas, muito precisas, eu vou te dar um exemplo, packaging, isso ai é muito patente... em packaging design quando você trata de alguns produtos muito muito muito comerciais, por exemplo, embalagem de cereal matinal...

sim

a liberdade criativa, ela é muito curta... você tem uma, uma atuação técnica muito forte tanto que eu não, não sei fazer isso... entao, ela é muito muito muito curta... eu tenho, e eu acho que outro... existe um, uma delicadeza muito grande, quer dizer, uma fronteira muito delicada entre o trabalho autoral e o trabalho de quem se está falando... quando você, em projetos editoriais, quando, por exemplo, livro de fotografia, eu tô exatamente neste momento fazendo livro de fotografia, e se por um lado você tem o que ressaltar de algumas fotos, o que eu tô fazendo é interessante porque eu tô fazendo um livro de fotografias de uma fotógrafa que ela não é só fotógrafa... tudo o que ela fotografa, ela já fez vários livros, e é quase que pautada, ela começou na revista, na Realidade, a Maureen Bisilliat, não sei se você conhece... é uma senhora de 78 anos por aí, e que ela é muito conhecida, porque ela começou na revista Realidade no Brasil, na verdade ela é estrangeira, ela veio em 50 e poucos pro Brasil, fez um livro do Xingu, um livro importante, dos irmãos Villas-Boas, fez muita bienal, ela fez exposição, e ela, a grande característica dela, é que todos os trabalhos fotográficos dela são pautados em algum trabalho literário, em geral é literário, então Guimarães Rosa, Jorge Amado, etcetera... então ela não trabalha só fotografia, é fotografia, texto, paginação.... ela é muito... é... de edição, de imagem, só que ela não tem, eh, qualificação pra fazer o design então em alguns momentos da vida dela ela tinha bons designers, noutros não... outros ela teve um gap aí, então o que acontece? eu tenho que fazer este livro só que é com ela, porque como é que eu posso julgar, eu designer, posso julgar que fotografia que é importante pra ser grande ou pequena

certo

ou se eu posso colar fotografias, enfim, conceito, né... tem gente que acha que não, que você tem que mostrar uma atrás da outra, ela não pode ter interferência gráfica... então o trabalho, quando você tá fazendo um trabalho que se refere a um outro trabalho artístico, aí fronteira é muito delicada...

da autoria?

é... é... em artes plásticas também..

o compartilhamento assim?

artes plásticas (***)... vou dar um exemplo, um dia eu vi na Fnac um livro sobre trio elétrico, eu falei, nossa, que bacanal, deixa eu ver esse livro, peguei o livro, ele tinha todos aqueles viciozinhos, gadgets, assim de design modernoso... sabe?... é... imagem com canto arredondado

certo

fiozinho colorido cor-de-laranja e turquesa, ele não tinha nada a ver... com o conteúdo que ele se referia, então era muito mais um deleite do designer, e um, pode ser até um certo capricho, não sei, ou uma falta de clareza... do que um livro que dizia a respeito, não... ao... trio elétrico...

claro

acho que a gente interpreta, aqui tem traços autorais...

ah...e tu terias algumas marcas pra me... ah... ceder, pra usar no trabalho?

eu vou te mostrar algumas coisas, aí não se tu achas interessante ou não... quer uma água, um café?

não, obrigada

não, nada?

não, não, obrigada

aqui eu tenho um pouco, aqui que eu... do mestrado, mas é que eu...não faço marca

essa é a tua dissertação?

é... eu não faço marca especialmente, isso é uma mas é... para aí, é esse aqui...

tá lindo isso aqui

porque ela parte dessa casa, da onde, do que a gente encontrou de pintura na parede

certo

me remeteu ao Klint, à tipografia do Macintosh, aí fui fazendo até que eu mandei finalizar, depois de alguns rabiscos

ah, que bom

baseado nisso... e depois eu apliquei

e esse aqui é o teu resultado, é a tua dissertação?

é

mas fizesse assim, uma, uma, um design só pra banca, depois tivesse que fazer uma dissertação com as regras da ABNT ou não?

não

ah que ótimo... tens essa liberdade, é?

aqui na FAU é bem... livre

que bom...

então é... mas que mostra esse processo, né

claro

e no fim a identidade é um misto, entre...

o símbolo

é, e esses elementos gráficos, que eles aparecem, posso te mostrar, os objetos mesmo depois... então esse é um exemplo, acho, bom... é... identidade móvel eu já fiz, quando eu vejo isso eu lembro que eu já fiz coisas parecidas de uma certa forma, por serem identidades móveis...

sobre o que que era, qual era o teu tema da dissertação?

olha, o percurso/

o percurso em design gráfico e comunicação visual

é, o percurso, então mostra

tem na internet a tua dissertação?

então, eu fui procurar outro dia, não tava... parece...

acho tão difícil encontrar coisa da USP...

e eu mandei, e eu mandei... pois é... porque, tá muito mal feito o... ah, olha essa frase que interessante

(***)

a partir da sua prática você consegue...

claro

é, estabelecer uma teoria da sua prática

é exatamente o oposto, que muitas pessoas...

é... e aí sobre a formação, os primeiros impactos que eu tive de, de, de imagens bem gráficas, né... e trabalhos, não sei que, trabalhos e desenhos meus, tal, trabalho de graduação... até passar depois pra esse projeto, né... e (***)

Edith Derdik

é, então, quando a gente fala por exemplo, esse trabalho da Edith Derdik é um, que apesar de ser um trabalho mostrando o trabalho dela, ele tem polaridades, assim, de ter grandes brancos, ou de mostrar as entranhas do trabalho, eu te mostro

tá, e isso, foi, ah, compartilhado com ela, tu dizes?

é, ela (***)

foi escolha também dela?

eu escolhi, e ela, e ela, acompanhou o processo, mas ela, não foram escolhas dela... isso aconteceu aí, esse é um livro (***)... você quer marca, né, vamos ver...

(***) *essa marca aqui, não?*

isso aqui não é marca

não?

isso aqui ah, me pediram um trabalho sobre fontes tipográficas, e eu não desenho fontes, eu fiz um trabalho, para, especificamente, pra exposição, então baseado numa coisa que eu vi na rua, que era uma letra digital mas totalmente feita à mão

certo

e esse daqui, que era reduzindo...

*ah, tá ótimo esse, (***)*

é, porque era coisa de pára-choque de caminhão...

é

então tá vendo, foi visto num caminhão e eu, eu, resolvi fazer... e aqui é que era, eu chamo de crime, porque é a Futura, toda cortada

ah...

e em unidades mínimas, né... aqui, como eu tenho uma variedade...

é, muito, claro

né, eu não faço especificamente identidade corporativa, eu tenho... esse aqui é uma marca minha... mas mais do que marca é identidade visual do que... de tudo, né... (***) e essa daqui, ela acabou virando

é, eu tava vendo ali no teu painel

então, ela acabou virando, vou te mostrar

que que é?

Kimini

Kimini

Kimini, ela é uma ceramista, mas tá vendo, ela não tinha marca... é que foi, depois foi se configurando

mas ela... foste fazendo outros materiais gráficos, até chegar?

é... essa é uma... essa é uma e é diferente de todas que eu já fiz... porque é um show-room e design na Holanda, pra você ver como, como cada trabalho então me pede uma solução, esse aqui era um show-room de design na Holanda, mas de design paulista, brasileiro, urbano...

quem era o cliente?

era, é uma brasileira que tem uma loja de design, que chama, uma empresa que chama Paulista, então não era pra ter essa característica verde e amarela, tropical e tal...

certo

eu mandei, escanear, o próprio, mandei montar um clichê tipográfico, escaneei o próprio clichê, retoquei e trabalhei só em cinzas e pratas, eu te mostro depois o material efetivo... e que virou esta (***), eu acho que eu vou ter que abrir mais lá, tem a Chiquita Bacana, mas a identidade em geral é ter mais do que uma marca, sabe, eu não tenho muito...

tu tens marca do teu escritório?

tenho, tenho, vou te dar uma... (***)... ó...

Estúdio Infinito, né, eu tinha esse teu cartão

O que sobrou e que eu tenho aqui, aí você pode até já ver

e tu trabalhas aqui, ah, na criação sozinha, tu tem uma equipe, como é que...

olha, agora eu tô numa fase de transição muito grande, porque eu tinha uma equipe, de 4 pessoas, em geral, que era, 2 designers, estagiária e produtor gráfico

ah

e... depois eu passei a fazer uma coisa completamente diferente, então tinha... (***) a trabalhar com uma pessoa e inchar e diminuir, o que eu fiz, por exemplo, eu tenho um trabalho imenso, que eu fiz o ano passado, muito grande, (***), que é esse daqui, que eu montei uma equipe... de 6 pessoas, só pra esse... (***)

aí tu contrata pro projeto assim?

é

aí MPower

é, MPower é

é marca tua

e foi um projeto super grande (***), ou esse livro também, só que esse aqui tá desmontando, tá desmontando... mas esse livro também, a gente teve que fazer...

que livro é esse, de cavalos?

é, Manga Larga...

ah... tem muito criador aqui?, ou é Minas Gerais?

tem, não, aqui também tem

no Rio Grande do Sul tem mas é crioulo

é, é crioulo, né

é, lá é crioulo... há poucos dias eu conversei com o médico do meu filho, é criador em Porto Alegre, ele é apaixonado por causa do trote macio do...

de qual?

do manga larga

é porque ele é... de marcha, né

é

então aí eu monto equipes especificamente

claro

pra alguns trabalhos, mas eu é o seguinte

e tu vê assim, tu vê, tu pode me dizer alguma diferença que tu sinta quando tu trabalha mais sozinha ou com essa pessoa só que tá contigo, ou quando tu trabalhas em equipe, a parte da criação, a origem da idéia, das coisas, assim?

então, aí, aí você me pegou, porque o meu trabalho (***), então sempre tive dificuldade muito grande

de dividir

é, porque a parte da... e depois, a execução, tudo bem, mas a criação, que que acontece, se você tem uma equipe grande, o que eu, o que ocorreu todas as vezes que eu tive mais trabalho e mais gente trabalhando comigo, eu fiquei muito mais na administração do que na

criação, por isso que enxuguei, enxuguei, enxuguei enxuguei enxuguei, aliás eu invisto mais em equipamento, até acabei de, tô cheia de equipamento aqui, se vem alguém, se eu preciso, eu tô agora com 2 laptops ótimos, esse muito bom, impressora colorida, impressora p&b e aquele lá não, aquele lá eu vou dispensar, porque, existe equipamentos, pra gente ter uma agilidade, fazer esse tipo de coisa não é brincadeira, claro que é muita responsabilidade, esse relatório da Organização Mundial de Saúde, ele foi traduzido depois pra árabe, chinês, pra... mas a criação mesmo, é... o trabalho, aí, aí eu acho que você foi certa porque eu acho que o meu, a característica do meu trabalho é de um trabalho autoral mesmo...

tu achas que tu pode dizer que tu tenha, ah, que tu atua mais frequentemente num segmento ou noutro?, ou tu achas que é bem assim, espalhado, a tua...

eu acho que é espalhado mas eu acho que a minha, é, eu acho que eu tenho mais vocação, mais afinidade com projeto editorial, apesar de que eu dou aula de identidade corporativa...

ah é, onde que tu lecionas?

no SENAC, na pós do SENAC

ah, no SENAC

é... mas eu acho que eu sou muito melhor para um projeto gráfico, eu penso que pressupõe páginas

mas isso assim, em relação à relação com o cliente, quando tu, nesse grupo por exemplo de clientes similares, de editoria, tu acha que isso facilita, a relação?, sabendo que tu vai tratar talvez de novo, com alguém que venha com um projeto editorial?, a tua relação com o cliente, é facilitada pela especialização ou isso pode te causar um... ah, um lugar-comum, assim, uma falta de curiosidade, que o segmento é o mesmo...

olha, como é, o meu tratamento com os clientes é muito pessoal, né, porque como eu te disse, cada vez mais, que você enxuga mais, você... é, não tem um atendimento, o atendimento sou eu, tá certo, então o que ocorre é que... é... eu não acho que seja um problema, acho que é natural, porque eu tenho mais afinidade com projeto editorial e também porque eu quero fazer mais projeto editorial e eu/

*e porque a tua relação com eles talvez seja melhor mesmo, a origem de tudo assim?, nas primeiras relações (***)*

não, isso eu não vejo muita diferença...

não?... e... e... acompanhar um projeto desde o início, claro, um editorial é um pouco diferente, mas se fosse assim, uma criação de marca, acompanhar um projeto desde o início, que a empresa tá abrindo, ah, muda? tu achas, o projeto em si, do que quando, só no final, quando o designer é chamado, tá tudo resolvido, o arquiteto já fez o projeto?

muda, agora, tem, aliás é um site maravilhoso, IC+C que chama, ponto, procura aí, IC+C, não sei se é ponto.ar, ponto.com, que é o seguinte, hoje em dia, cada vez mais é importante a figura de quem faz a gestão de marca, porque que isso acontece, muitas vezes o cliente não tem, não existe uma interface boa, entre o cliente e todas as especialidades... você precisa de

alguém

que faça isso

pra fazer, é, pra administrar tudo isso... pra gerenciar na verdade

e isso não afeta lá o cara que vai começar a criar depois?, ou tu acha que isso aí seria um... intermezzo, assim?, entre o... o cliente e o criador?

então, eu acho, você, muitas vezes o cliente, ele não sabe, é, identificar, e não sabe, gerenciar a marca dele, de modo... fazer a gestão de marca na verdade, é você entender, os principais atributos da sua marca, e saber, é... administrar e saber gerenciar todo uma série de serviços, que são a publicidade, a arquitetura, o design gráfico e ainda as outras que pode ter, muitas vezes, o cliente é tão incapaz de ver isso tudo como uma unidade, que até o design gráfico, ele é recortado, quem faz a parte impressa, quem faz web, e aí ele perde a identidade dele, a identidade corporativa, ela precisa, de um trabalho de gestão de marca, e a gestão de marca, em geral, ela é feita por um especialista, é que aqui no Brasil existe poucos, esse IC+C é um site, de um cara que chama Norberto Chaves

ah, eu conheço o Norberto Chaves

é

o argentino?

é, que mora em Barcelona

é, eu tive no, às vezes eu vou naquele evento do Palermo...

ah, então eu fui também convidada (***) do Palermo

ah é?

e eu fui junto com ele, e a gente deu palestra lá e aí, depois também encontrei ele em outros eventos, que a gente tava...

o site é ele que... é dele?

é dele, ele tem uma empresa... então nesse site, eu até extraio umas partes, umas imagens, pra mostrar pros meus alunos, pra explicar melhor o que que é branding e o que que é gestão de marca, e a gestão dessa marca na verdade é você, é a interface, entre o cliente e as especialidades... né, e isso, a gente não tem muito bem compreendido, então às vezes o, o designer faz um pouco o papel, de abrir o cliente a respeito do que que é identidade corporativa, que ela se manifesta na identidade visual, ela se manifesta na publicidade, ela se manifesta no... no... na arquitetura, ela se manifesta em toda, toda, todo o trabalho de assessoria de imprensa...

e esse profissional taria ligado ao escritório de design ou seria um profissional independente?

um profissional independente contratado... e o Norberto faz exatamente isso... o trabalho dele é isso, e ele escreve sobre isso, e o site dele é... eles são consultores, consultores de marca, é muito interessante...

ah...

então eu acho que a gente assim, muitas vezes a gente faz esse papel, tem que abrir o olho do cliente, eu já fiquei muito chateada, de fazer, de trabalhar a identidade visual dum cliente, e ele pegar e chamar outra pessoa pra fazer web

claro... quando eu trabalhava também, acabava comigo...

porque não entende que identidade visual é uma coisa só... e está dentro de um, algumas especialidades da identidade corporativa, que é, que envolve outras... (***)

outras instâncias... tu achas por exemplo assim, quando tu fazes alguma marca, vamos falar em marca, mesmo que tu pense em outros projetos também, ah, que seja pra ti, como esse escritório, tu vê assim, alguma alteração no teu processo criativo, quando tem alguém junto?, quando tem, em relação a marcas com o cliente, claro, que essa deve ter sido uma das poucas que tu fizesse...

(***) quando tem alguém envolvido no que?

quando tem um cliente, um projeto desses aqui, muda muito?

ah tá

a tua, quando tu vai fazer um material gráfico pro teu escritório

se é pra mim ou se é pro cliente, se tem diferença?

é

eu acho pra mim muito mais difícil

quando não tem esse... tu preferes então uma relação, manter uma relação?

eu acho mais (***)

é mais enriquecedor ou fácil?

não, é mais limitado, quando é pra você (***)

o leque é...

é muito difícil de você focar

interessante... e em relação assim a, a trabalhos gráficos pra, pra empresas, ou pra instituições culturais?, como é que tu, tu tinhas me comentado no início, que até o compartilhamento de autoria então é mais complicado nessa parte institucional... que tu divide mais... não tô dizendo que complicado seja negativo... quando tu vai

fazer o livro de fotografias da Maureen, a tua autoria é muito mais dividida, tu partilhas muito mais, página a página com ela, que se fosse um trabalho pro MPower, o teu campo de liberdade é muito maior aqui?

ah... sim...

o que não quer dizer que/

mas não, acho que de liberdade não... eu não acho que tem mais liberdade, não... eu acho que o que me dá ou me tira a liberdade, é muito mais o tema, as restrições que eu tenho, em relação a, ao tema, por exemplo, isso daqui tem outra característica, é trabalho técnico, precisa ser muito bem entendido, ele tinha um pré-layout já...

ele já tinha?

todas as tabelas têm que tá em cima e toda a imagem tem que tá embaixo, tinha que ter o buraco do (**), uma caixinha... o briefing, eu acho que ele às vezes limita muito mais do que o tipo de trabalho, sabe do que... do que o conteúdo...

certo... e... e quanto assim, os atributos visuais dos teus projetos, das tuas marcas, ah, tipografias, nomes, slogans, símbolos, ou só marcas tipográficas, ah, cor, quantidade de cores, ah, o teu campo de liberdade, ele varia em que sentido assim, existem, ah, no teu processo criativo, se o cliente já sabe a tipografia que ele quer usar, que é mais difícil, mas a cor, porque já foi estabelecida por ele e pelo arquiteto, ou a quantidade de cores, porque ele tem um recurso financeiro X, isso aí tudo, ah, ah, pode configurar um... pode não configurar o teu estilo?, pode atrapalhar?

ah sim, a limitação pela falta de recursos não

pelas questões técnicas...

isso aí não tem problema... mas ele ter me escolhido a priori significa que ele já analisou por si só o trabalho, e eu pressuponho que eu vou ter que analisar e achar uma solução visual, e não ele me dar uma

como especialista assim em comunicação tu acha que ele já te trouxe um...

é

e isso é restritivo, já te incomoda no início assim numa criação, que tu já venha com tantos...?

muito, muito... agora, as limitações de custo, técnicas, não, eu acho até um desafio interessante, sabe...

e... assim pensando comparativamente assim, fazendo, tendo um feedback assim da tua carreira, tu acha que, tu pode dizer que existem elementos que se repetem nos teus trabalhos?

tem

quais?

principalmente cor

cor?

cor, bastante...

porque?

eu acho que a, isso é uma impressão pessoal, eu acho que cor... é... o uso da cor, ele passa muito mais pela intuição do que pelo lado racional, sabe... então obviamente às vezes você escolhe uma cor porque ela simboliza alguma coisa muito forte, e nesse sentido, pra mim foi muuuito interessante uma exposição que teve do Josef Albers, aqui em São Paulo, no Instituto Tomie Ohtake... que era só, era... como chamava, um quadrado dentro do outro, um quadrado dentro do outro, só isso, exaustivamente (***) (toca telefone) desculpa, tá?

claro, imagina

Arquivo de áudio: ruth2.wav
Tempo de gravação: 40min52s

cor?

a cor

da exposição do Josef Albers

então, o *Josef Albers* fala o seguinte, que é um vício da gente, achar que... o que que é correto, o que que é incorreto, então nesse sentido ele... ele...

abriu

é, completamente, a gente tem... o... a gente tem vícios e hábitos de usar cor de determinadas maneiras, e pessoalmente também, eu vejo que se repetem (***)

mas assim... ab... por exemplo em relação à também, à percepção visual, e de fazer ligações emotivas, psicológicas que... uma cor representa... paz e serenidade, outra angústia...

não, eu não penso nisso não

não?

na hora que eu tô fazendo...

mas essas cores então que tu tens um a priori assim dessas cores, são cores, ab, ab... uma paleta de cores que vem há muitos anos te acompanhando?

não, vira e mexe eu vejo que eu repito uma coisa que eu já usei, tem uma cor que eu uso muito, muito muito muito, eu não me visto com ela, mas eu uso muito/

no projeto

verde com azul eu uso muito muito, quando eu vou ver eu já usei... e... tem a ver com essa cor aí do Estúdio Infinito

é

e isso se repete, sabe... então eu acho que são coisas que têm... que não têm muita explicação

e tu tem tendência de fazer assim, quando tu vai fazer um projeto de identidade visual, tu tem tendência de criar símbolos ou tu acha que tu trabalha mais com marca tipográfica?

eu... eu acho que...

ou isso já vem do cliente, ele já pede símbolo?

muitos gostam, né, mas eu... eu não tenho tendencia... aqui por exemplo... pra mim é muito difícil, esse daqui, ele era chapado, na verdade são 6 elementos porque são 6 itens, que é 1, 2, 3, 4, 5, 6, cada letra dessas significa uma ação pra combater

ah que bacana

e também tem a ver com difusão, só que eles pediram que fosse tridimensional, que não me agrada

não querias

até o fim a gente lutou, lutou, lutou e teve que colocar assim... então... ó que interessante (***)... então ele... mas, mas, eu não tenho... eu acho que eu não tenho um raciocínio sintético... pra fazer símbolos... não por isso que eu digo, eu acho que eu funciono muito melhor em projetos editoriais, que têm páginas, que têm um seqüenciamento de idéias, e não em uma síntese

então tu definiria assim marca?

o que?

como uma síntese?

ah é

se perguntasse assim, me dá uma definição de marca

é... é uma síntese, de uma certa forma sim, é uma síntese...

ah... dentro assim das discussões de autoria, até um tempo atrás se pensava assim, mais na modernidade, a figura do autor enquanto protagonista assim, do seu projeto... tu vê o teu projeto como da Ruth, tu te acha protagonista disso, ou tu vê como da equipe ou... anos depois, olhando o teu portfólio de longe, com distanciamento...

eu vejo como meu, eu vejo como meu... é... isso que eu tô falando, eu...

tu acha que o pessoal que vem trabalhar contigo aqui acaba... ah... colaborativamente, trabalhando em cima de uma autoria da Ruth, de um estilo?

eu acho que sim, é o que eu te falei, em geral, tu pega esse livro eu fiz página a página eu mesma

mesmo que/

tive gente pra fazer tabela...

*este livro, este aqui, (***)*

isso daqui até a cor eu fiz, mas aí tive uma pessoa que me montou, a tipografia, página a página, essa, a diagramação, eu fiz página a página...

página a página, não fizesse uma meta assim e...

eu que fiz, página a página... aqui não... esse, esse, os gráficos e tudo, essa árvore genealógica, eu desenhei, como eu queria, e uma pessoa fez

aham

eu acho chato, eu não tenho o hábito de delegar muito, acho chato, trabalho mais com gente (***), apesar de ter designers bons, eu acho que eu acabo precisando, às vezes até fico encabulada, porque eu preciso muito mais do trabalho braçal das pessoas

aham, claro

eu fico encabulada, mas é... a cor, toda a paleta de cores sou eu que... eu que fiz... aqui... escolher a imagem e colocar, eu fiz página a página aqui... a diagramação é minha, mesmo de coluna de texto, pra cima e pra baixo... é por isso, isso é um pouco problema, porque... é um trabalho que tem um custo muito alto, né, se for pensar, porque eu faço página a página

claro

mas eu não faço aquele livro de textos, tudo igual tudo igual

não?

não é o tipo de trabalho que eu faço...

Ruth, como é que tu vêes como pro... já que tu é professora também, como é que tu vêes a questão da auto-expressão, no design gráfico, no ensino, no ensino de design gráfico... tu acha que as hipotéticas relações de alteridade, por exemplo, na, na academia, na universidade, a gente trabalha com cliente hipotético, ah... como é que tu acha que tem que ser feita essa abordagem do cliente na academia, já que o aluno vai, geralmente o aluno vai querer escolher clientes super interessantes, que ele vá ter um, uma troca intensa, eles adoram fazer

projetos assim institucionais, pra museus e... galerias de arte, enfim... relações com o seu próprio processo criativo... como é que tu acha que a universidade devia trabalhar isso?, tu acha que ah... manter, esse nível abstrato, teórico assim, é o ideal, ou eles deviam tá mais no mercado, fazendo projetos pra empresas que efetivamente existem?

é, isso é interessante... isso não é um... na verdade eu acho interessante fazer, mas você tem que ter uma estrutura muito bem montada pra que não seja um trabalho amador, e pra que tenha... que são as empresas júnior por exemplo, né, eu acho interessante que isso exista... por outro lado eu acho que o que mais conta, não é exatamente você ter o cliente real, mas é você saber abordar o problema, então, por exemplo, quando eu dou um projeto pros meus alunos, um projeto de identidade, eu peço pra eles, é, muitas vezes, uma parte, eu descrevo o cliente, e quanto o que falta de definição do cliente, eles têm que especificar, ou seja/

eles têm que inventar?

é, mas tem que... é, exatamente... por exemplo, eu dou uma aula de identidade corporativa, e eu não queria fazer uma coisa muito complexa, no que diz respeito a mercado por exemplo, eu não queria pensar numa confecção, porque aí você tem que pensar em nichos de mercado, etcetera, eu também eu pego identidade visual de empresas de serviços... então arquitetos, é, salão de beleza e tal...

tá

assim mesmo ainda tem que desenhar um perfil

aí a turma inteira trabalha com isso?

é, eu na verdade dou opções, não é um só, tema, são cinco seis, dou opções

mas tu não notas assim, que o aluno se forma, eu fiz umas entrevistas preliminares antes de, no inicio do doutorado, e assim, lá em Porto Alegre, todos assim, salvo um rapaz que foi mais equilibrado, nos comentários, todos assim falando mal do cliente, o cliente nunca faz o que ele quer, o cliente escolhe o que não gosta... tu não acha que isso é um ranço que vem da faculdade, que ele tem um campo de liberdade muito grande numa área que não é, que a gente não se regula tanto assim?

pode ser, por um lado eu acho que isso pode ser, eu acho que as pessoas só adquirem isso no trabalho

com experiência

seja sendo estagiário, pode ser que uma empresa júnior funcione, dentro duma, duma escola, eu nunca tive essa experiência, de aluno trabalhando, a não ser estagiários, isso foi muito interessante

no escritório?

no escritório, tinha uma estagiária ótima, ótima, ótima, e em geral, como eu tô em escritório pequeno, e elas vêm eu fazer tudo, vêm como é que o processo de orçamento, como é que... todas, elas vêm toda etapa, é diferente do que você trabalhar num escritório grande,

você trabalha...

em nichos

é... então, é... ficam impressionados, ou como você elabora orçamentos... eu mesma, não/

ficam impressionados em que sentido?

ah... a estagiária que ficou mais tempo comigo e depois se formou e continuou e tal, os meus colegas são muito ingênuos, eles não sabem que que é uma empresa, eles acham que eles vão se formar e abrir uma empresa, porque ela via o que eu fazia... ela via a dificuldade de administrar, ela via como era fazer orçamento

gestão a gente não tem, né... pelo menos no meu curso não tem, que ele nasceu da Belas Artes, ali, da antiga Escola de Belas Artes

olha, gestão não tem, e eu acho que é um dos grandes problemas, e é do Brasil vai, não é nem de alunos, e a outra coisa que eu acho muito curiosa é que... isso falta em todas, todas, as faculdades que eu trabalho, na verdade eu trabalhei na FAAP, dei 8 anos de aula na FAAP e no SENAC na graduação e pós graduação... ninguém sabe se relacionar com o cliente... ou seja, como se comportar, como fazer um orçamento..

lá na nossa cidade a tendência é o aluno se formar e trabalhar na agência de publicidade... ele não, salvo raras exceções que tentaram ter escritório que também, acho que não deu certo, tô meio por fora... e aí eles acabam continuando não tratando com o cliente, porque eles vão trabalhar como diretores de arte da agência X, e quem vai tratar com o cliente é o publicitário...

e tem outra coisa, o publicitário, acho que tem outro problema, é... muito designer tem formação em, como principal formação o trabalho em agência de publicidade, no final das contas, né, porque no Brasil ainda é uma coisa... em São Paulo pode ser, mas fora de São Paulo, e Rio e enfim... Porto Alegre, talvez, pouca gente ainda entende o que é o design... então são as agências que ainda fazem...

a que tinha lá em Porto Alegre grande, tu conheces, a Gad, agora já abriu um setor pra, pra publicidade

é, é, a Gad separou

abriram vários braços

então o que eu vejo é o seguinte, eu trabalhei em agência de publicidade, eu fui diretora de arte uma época, foi curto, mas fui... é muito fragmentado, cada função, tão fragmentado que você não tem noção de tudo... além de que é (***)

não é como num escritório de design grande?, essa fragmentação das agencias?

olha, cada vez menos, eu vejo por exemplo, a OZ Design, você conhece a Oz?

conheço

é meu amigo, né, e/

como é o nome dele, Ronald Capaz?

é, eu sou mais amiga do Giovani, tem o Ronald, o André, o Giovani

Giovani do que?

Giovani Vannuchi

Vannuchi, eu conheci numa festa, aquela

então, ao contrário, eles estavam num prédio na Berrini (***) e não sei que, também muito grande, mas tudo separado, agora, tudo é muito mais aberto... apesar deles terem muita gente, acho que 30, 40 pessoas, e é setorizado mesmo, eu acho que a tendência é ter uma... um fluxo maior entre... as áreas e os espaços também, as pessoas tarem mais interadas de... eu acho que sim...

ah... tu achas que existem peças gráficas que podem ser mais ou menos autorais?, que tu possa... porque eu me lembro que no início da nossa conversa tu disseste assim, não, tem, eu vejo, no trabalho de muitos designers, são muito bons, mas eu vejo ali assinaturas, a gente tem que evitar que isso seja tão forte que oprima assim o... o que ela tá vendendo, o que ela tá representando... tu achas que tem peças gráficas que essa evidência é mais forte, esses vestígios do autor?

eu acho que peças gráficas que envolvem mais.... ilustração talvez... eu tô falando assim no chute, porque por exemplo, cartazes... eu acho que tem muitos cartazes/

tu acha que é porque o cartaz é ligado assim a atributos da arte, ele nasceu na arte ali e tudo, ou tu achas que ele é uma peça que não é pra durar muito mesmo... às vezes eu penso assim, não é pra durar muito, então pode ser autoral, pode ter a cara do sujeito, não é como o livro aqui da Amy Power, que...

é, mas eu não acho que é por isso não, eu acho que é porque é... o cartaz talvez permita, não são todos os cartazes, mas o cartaz permite uma abordagem um pouco menos racional, mais... mais subjetiva, também

porque que tu acha que ele permite?

porque... ele.. apesar do cartaz também ter que ser uma síntese, como a marca, ele... ele... permite leituras diferentes, então de perto você tem, pode ter detalhes, você pode ter uma série de informações, que você não tem numa situação que você tem que ter um uso mais sintético da imagem, como é uma marca, e... e eu acho que no cartaz você pode entrar com, ilustração, tipografia, fotografia, é muita coisa, pode entrar ao mesmo tempo

te amplia a liberdade

e... posso tá enganada, é uma coisa que me veio, me veio porque é muito comum você ver, ver cartazes aonde você identifica o autor, enquanto que... em trabalhos que têm uma racionalidade maior, quando você faz uma marca, é muito mais objetivo, apesar de você lidar com o elemento subjetivo, as cores, a forma, ele é muito objetivo enquanto abordagem

certo

a marca, né... o cartaz não...

ah, assim, ao longo da tua carreira, tu começasse trabalhando de que maneira, quais os recursos tecnológicos assim?

ah... no dia-a-dia, paste-up total...

e tu vêes assim, diferença, no que se refere ao nosso tema aqui da discussão, ah, o teu estilo, tu acha que mudou, depois da, do implemento de tecnologias assim eletrônicas?

eu acho que até não muito... eu acho até que eu não me utilizo de tantos recursos, acho que o design tem incorporado, é, procedimentos, dessa nova tecnologia, que antes era impossível, transparência, sobreposições, meios-tons, que também... nos processos de reprodução modificados, hoje em dia se tem mais, por exemplo você não tinha marcas 3D antigamente, mas justamente não só pela, pelo processo de construção de uma marca visual, o processo de projeto gráfico, mas principalmente pelas restrições na, na reprodução, né, hoje em dia, você tem inúmeros, ao contrário, é sinônimo, de modernidade, entre aspas

claro

esse tipo de coisa, que fizeram eu fazer, de transformar tudo em 3D, em meios-tons, porque vai pra mídia digital, vai pra televisão, vai pra...internet, então aí sim, só que eu não acho que eu tenha incorporado muito, não... no resultado visual

claro... ah... algum, os teus trabalhos assim, eles são, de alguma maneira, eles divulgam o teu nome?...

eu não sei, eu sei que/

é mencionado em alguma mídia o teu nome?, que as pessoas possam fazer por causa disso também relação?

não, eu/

foi a Ruth quem fez

eu acho que... eu comecei a reparar que as pessoas me conhecem mais do que conhecem o meu trabalho, talvez porque eu tive uma atuação em entidade de classe, eu fui do Icoagrada, fui da ADG

aí dizem assim, ah, foi tu que fez

é, faz palestra, viajei bastante, então talvez por isso, eu não me dava conta que me conheciam, aí eu me dei conta, a partir dum momento eu me dei conta que pessoas que não me conheciam conheciam o meu nome, mas talvez não conheçam o meu trabalho, não sei... inclusive porque eu fui muito incompetente de não por o meu site no ar (rs)

(rs)

até agora eu (***)

e o... assim o público-alvo dos teus clientes, é mais massivo ou mais segmentado, em geral?

como assim?

a quem atinge as tuas marcas, os teus livros?

eu não acho que seja muito massivo, como eu te falei, eu não faço embalagem de Omo, Kellogs, assim, é diferente de você pegar uma Gad que faz Claro, por exemplo... eu acho que eu trabalho muito mais no setor cultural

e já teve esse resultado, já houve, houveram pesquisas, pra saber mais ou menos assim o nível de, força do teu trabalho?, é difícil né, esse... esse feedback assim de, de avaliação dos resultados, em termos de, de comunicação, de vendagem...

mas é engraçado, porque isso que você tá colocando, não é tao típico de trabalho autoral

não, né?

não é tao típico de trabalho autoral... se você pegar mesmo um designer muito mais conhecido que eu, o Rafic Farah por exemplo, você conhece o livro dele?, aquele livrão, eu acredito que ele também não tem a menor noção disso... e hoje em dia, ele até deixou de fazer design gráfico pra fazer arquitetura... trabalho autoral, ele, talvez não se paute tanto por esses indicadores, de mercado, sabe...

não, também acho que não... mas é que poderias ter daqui a pouco... ah... respostas...

meu único termômetro é a quantidade de entradas no Google (rs)

ah, claro

é o único, eu não tenho mesmo essa medida, e cada vez menos... eu vou enxugando enxugando

bom, Ruth, acho que era isso... eu vou te pedir, além disso, se eu pudesse coletar algumas, algum material... se tu pudesse me mandar por internet

eu mando, mas eu queria saber o que você quer...

Arquivo de áudio: ruth2.wav
Tempo de gravação: 26min1s

mas tu conseguirias esse efeito, ou não?

que?

tu não conseguirias esse efeito aqui, se tivesse feito essa marca?, toda no computador, não?

olha, (***)

*o que, da onde?, essa letra da (***)?*

não, partiu daí

sim, daí

partiu numa coisa da década de 50... que ó, tá vendo?

aham

o desenho...

e daonde era isso aí, que tu tinhas?

ah... nem sei mais, numa revista, antiga... acho que foi... que mais...

*amei esse (***)*

tem muita coisa, ó, tem a sinalização... (***) tem umas fotos que tem sinalização interna, ó (***)

isso aqui, ó que ela é recortada, é marca né?

é, é, não é/

não é, porque a marca na realidade ela não existe, né, existe a tipografia... e mesmo assim, ela/

não não, a tipografia, aí dentro... não tem nada a ver, né... (***) se você olhar no mestrado, eu já tratei sobre isso... só tem poucas coisas, mas isso foi o mote, a chita e a silhueta da chita foi o mote pra tudo, entende... essas flores, por exemplo, lá atrás, tá vendo?

o recorte da flor?

é... ou ter tirado da chita... bom, já tá aqui... ó, o que que eu tô te mostrando

que que tu pegou, Paulista/

olha, da chita você tem... da (***)... (***), pus isso e tal

ótimo

olha aí, viu...

é

e nem todas são (***)

não, a letra não é

não, eu tô dizendo a silhueta

são silhuetas diferentes

diferentes também... ó da onde veio, tá vendo, que aqui tem várias silhuetas?... esses são os caras que estão na, no...

e isso daqui... ah que liindo, que que é isso?

são flores pra sinalizar o...

o que que é, é um eucatex?, um pvc, um adesivo?

e eu mandei um pro MAM, eles não conseguiram colocar lá por causa de falta de espaço, mas ela é imeensa assim

porque pro MAM, teve uma exposição?

não, essa exposição, tem um painel da Chiquita, tem o meu trabalho lá

e esse painel é adesivo, é pvc?

olha aqui... são, são

ou é pintura?

não, são adesivos... eu vou copiar esse daqui também, que (***) como é que isso... não, mas essa é muito pequeninha

ah, que bem esse material aqui!... esse Paulista, hein?

esse daqui, pronto, olha só

esse cara é do papel aquele, né?

é... Nildo, ele faz o trabalho gráfico também... ó como é que era... esse que você viu, ou você viu o grandão?

eu vi esse, o grandão não vi...

ah meu Deus, agora me perdi... ah não, tá faltando você ver a outra foto (***)

*ah, a (***) também foi... ai, que coisa mais linda o trabalho dela aqui!*

(***) e ela é minha amiga...

design... o que que é design móvel?

não lembro

*é de móvel, acho que é uma bancada... (***)*

aqui, pronto

oi?

aqui você tem, a dimensão do que é

isso aonde foi?

na (***), era o galpão inteiro de flores

tá, mas aonde que é esse local?

SESC Belemzinho

aham

que não existe mais... é imeenso... cada flor dessa tinha um metro e meio, tinha 28 metros de flores

ah que bom...

em vez, então, eu quis, em vez de por uma placa, aqui começa a exposição, eu identifiquei o galpão, com um monte de flores... (***) acho que já tá, os 3 aqui, que mais?

que que tinha lá no Belemzinho?, Paulista já tá, né?

tá, Paulista, (***)

tá, e a, a, os cartõezinhos ali?... olha aqui... por exemplo... de advogados...

ah, os advogados, deixa eu ver..

*(***) Métier...*

xiii, não sei se eu tenho...

ten, do Estúdio Infinito, eu preciso

Métier... você sabe que eu não tô achando Métier, mas eu tenho Métier... estúdio...

que tu desse a referência da cor, né, no Métier?

Métier, Estúdio Infinito, (***)

*o teu... ah, é Estúdio Infinito, tá... Métier, os advogados... apesar que eu tirei fotos... (***) e a Letícia (***), a polonesa (***)*

Lucila

oi?

Lucila (***)

Lucila

sim... o que que tem da Lucila?

não tem marca, né?

ah...

tô preocupada, tô achando que eu já tô muito tempo aqui te...

ó, logo Estúdio

isso

que mais você falou, Lucila não tem marca... Métier, L, M, N, Métier... (***) não sei se eu tenho... acho que eu não tenho ele... posso até uma outra hora mandar... (***)... que mais, era Métier, Estúdio Infinito, que mais você falou?

os advogados, mas na realidade é mais material gráfico do que... que marca, né, é uma... uma papelaria ali...

olha aqui..

ah, assim eu queria, a marca

só que eu não tenho como marca, eu tenho (***)

não, mas é a marca aplicada...

(***) é que tem tanta coisa, né... (***) não, esse daqui é... (***)

tá muito bom esse cinza, né... é um cinza meio rosado?

é... é pra ser uma coisa chique, (***)

fugir do estereótipo, né

é, não ser aquele verde e amarelinho

tá muito bom... e é São Paulo, né, São Paulo não é verde e amarelo...

você não conhece essa raça aí?, não tem muito dessa raça...

qual é, que raça é essa?

chama Rodésia

não

Rodésia Weedback (?) que é o... você olha e fala assim, isso aí é um vira-lata

não, não acho

ela é, ela é... uma... tô brincando não, é caçadora de leão...

(***)

[outra pessoa: como é que é o nome dela?]

(***)

[outra pessoa: não, e o nome dela?]

é ridículo o nome dela, ela veio com o nome de Lindinha

Lindinha?

é... então ficou...

e os meus, né, eu me mudei de apartamento, eu tinha um apartamento pequenininho, e eu tenho gêmeos, aí 3 anos atrás quando a gente se mudou pra um apartamento grande eu disse tá, agora eu posso ter um cachorro, vocês vão ter, eles queriam um labrador... aí o nome do edifício é Olympus, e eu tenho uma vó Olímpia, e eu sempre disse que se tu tivesse uma menina ia ser Olímpia, não tive, tive guri, eles botaram o nome do cachorro de Olympus, só que não tinha chegado em casa, quando eu descobri que o labrador quebrava tudo, quando é filhote estraga tudo, eu disse não, não vou ter... e ganharam da vizinha um poodle com bichon (rs)... e se apaixonaram e o nome é Olympus... então ninguém acredita, né, aquele cachorrinho desse tamanhinho possa ter um nome tão... com tanta magnitude...

eu (***) tem um que dá uma choradinha de vez em quando aí embaixo e tal, que é o cachorro do meu irmão, (***), o cachorro do meu irmão, tá aqui em casa comigo, ele é um... ah, meu Deus... (***)... ele é um... Golden, imenso

(***) *labrador, né, o Golden*

é, mas ele não tem coragem de subir

ele é mais focinhudo assim

não tem coragem de subir

e ele é muito bagunceiro?

ah, um pouco

que que o teu outro irmão faz em Pelotas?

ah, ele é mais jovem, tá estudando, tá... deixa eu achar o cartão de... ah, eu tenho um cartão chinês, ó que engraçado... (***)

ah, eles têm?

eles têm cartão chinês, ó que engraçado, cartão de visita... (***)... ai meu Deus do céu, viu... ó, esse aqui, ó... não sei se isso vai também ou não?... aqui é logo de advogado... mas na verdade eu precisava ter a papelaria...

eu tirei fotos da papelaria, não te preocupa

então é isso, que mais?

é isso...

Empório Ravioli, esse aqui era muito, esse aqui foi uma marca (***)...

*olha aí, (***)*

e eu fiz do Melão que é um outro também, o (***), tem várias marcas... restaurante tem esse... é que eu já sou velhinha, então tem tanta... tem tanta coisa que eu não lembro... (***), ó, esse aqui (***)

ah, eu quero... coloca junto com o teu ali do Estúdio Infinito...

só que isso é um pdf... o resto é jpeg...

bota uma página dessas

o que, (***)?

é

isso aqui não chega a ser página

*não, que que é?, um (***) técnico?*

ó, aqui tem o relatório, tem foto do relatório, não sei se interessa...

coloca pra eu ter a marca aplicada também

(***)

aí, ó

quer essa capa?

quero

(***)

depois eu vejo

(***) tem um monte de formulários, um mooonte... acho que é isso...

*aquele, conseguisse, conseguisse salvar pra mim aquele, um dos primeiros que tu fizeste, aquele laranja?, que era mesmo, há pouco tu mostraste assim, (***)?*

ah, não, não pus, foi, chama... (***)

*ah que bom isso aí... (***)*

isso é uma marca fora do comum pra arquiteto... pra arquiteto, pra advogado...

ah, que bom, e toparam?

é, toparam, toparam

muito interessante...

ah, tem uma série de.. aqui já tá em (***) antiga, (***)... mas é isso daqui, ó, que é interessante

tá

mas é que isso tá em muito baixa, né, muito baixa resolução, mas é isso daqui

(***) *na internet, não?*

olha, sabe que você faz, leva o que você quiser

qualquer coisa que eu precisar...

de melhor, você me escreve

isso, na ocasião da, da...

(***)

isso, de imprimir e tal

aí você tem a referência, e se for necessário você me pede e eu te preparo... aonde que tá

(***)

isso, esse eu amei também...

esse daqui é... (***) eu tinha um que chamava (***)... (***) tem coisa que antes dessa... coisa digital...

*não fizesse (***)... que que é Oficina de Mosaicos?, lá em Pelotas eu fiz Fábrica de Mosaicos, uma empresa de ladrilho hidráulico*

ah, é uma oficina, só que eu não fiz a marca deles, então (***)... esse foi um que eu só dei um tapinha, nem considero minha marca, na verdade eu que fiz, no final das conta... mas veio já de uma coisa pré-formatada (***)... a Lucila são os cartões dela, mas não tem, (***), é diferente das outras coisas que eu fiz... é bem diferente... eu vou por só pra você ter a referência...

que que ela é, fotógrafa?

é... Lucila (***)

(***) não tem?

o (***) não é marca minha, (***) eu só fiz pra ele... não fiz muita coisa, não tem marca...

como é, e quando vem uma marca que tu não simpatiza de jeito nenhum?...

esse por exemplo eu não simpatizei de jeito nenhum

qual?

essa, (***)

e aí como é que tu resolve isso?

tem que aplicar, só... essa é uma marca que eu fiz, essa é uma marca, mas é que nunca mais eu fiz as embalagens... puxa vida (***)...

porque que tu não tá conseguindo abrir aí?

isso daqui é (***)... porque são programas antigos, tem que saber... isso aí, eu não tenho imagens, eu tenho em Free Hand, por exemplo, Pagemaker, é uma coisa muito velha...

tá

isso é uma marca que eu fiz mas que não, não foi pra frente

aham

porque era um concurso, eu não ganhei, mas eu gosto dessa marca

tá

aí acho que é isso (***)... essa é interessante também... (***)

(rs)

é porque era, era uma

mas tá bem organizado, as tuas pastas, viu?

ah tá... não, isso aí tá bem organizado... (***)... esse é o (***), é aquele alemão, que a gente fez na Alemanha, a feira

tá, a feira

é

ah, podia colocar pra mim, né, porque ele tem uma marca ali do Brasil, não tem?

como assim?

aqui, não tem uma tipografia, não foi tu quem fez?

foi

Brazil com Z aqui?

foi

isso tu deve ter, né?

tem os posters, iiiih, ai ai... é, preciso pegar ele em outro lugar então, peraí... estúdio... portfólio... (***), só o que eu tenho, se você quiser eu tenho um arquivo com os 8 posters... são esses, é, (***) posters... isso aqui, eu tenho... é... (***) ah, eu tenho foto

ah, que bom

não sei o que que você quer daqui

ah, umas 2 ou 3 fotos, pode ser?

tá... (***)

porque, tu acha que os cartazes tão muito pesados?

não

aí, essa sinalização aí?

é, isso aqui são os cartazes, (***) , só que isso aqui eu vou ter que organizar aqui... pronto...

aí, ó...

(***)... esse daqui é... (***) e esse daqui também (***)

é

e aí tem uns logos, umas coisinhas soltas

tá, isso mesmo

aí você faz assim, se você, tá aqui, ó, (***) , se você...

215 mega, nossa

se você precisar de alguma outra coisa você me fala

eu posso ir te pedindo, né?

pode

agora no mês de maio eu vou... eu vou fazer gravações...

você tá vendo como a gente, como é meio viciado, as pessoas, por exemplo, tá falando da OZ, e o Giovanni...eu tava mandando um email pra ela, é assim

uma sinergia

não, é que eu tô falando, eu tô cada vez mais com relações muito mais próximas e pessoais, trabalhando pra pessoas que eu tenho alguma (***)... isso aqui, você vê, isso aqui era convite, mas ele vinha lacrado aqui, ó, ele vinha lacrado, e aqui tem um papel de seda finiiiiinho, com (***)

*isso foi tudo (***)*

lá, é

(***)

isso daqui, a papelaria deles é papel (***)... e aqui, ó, a gente mandou fazer com papel reciclado daqui, os envelopes, faça special, e a papelaria trabalha toda (***) disso, com aplicação de (***) , eu acho que eu te mostrei o cartão de visita dela também, né?

mostrou

então... na verdade (***)

queres guardar aí?

(***) quero

*tá, mas acontece que o logo foi feito, foi feito um, (***) né?*

(***) é um clichê tipográfico

que depois tu/

que eu coloquei/

(***)

não, eu coloquei ele direto... (***), eu coloquei ele direto, no... no escâner, entendeu?, ó... eu mandei, eu fui lá na gráfica, que ainda tinha (***), aí coloquei direto no escâner, escaneei, eu só dei uma limpadinha na imagem, claro, né, mas isso tudo é (***), algumas coisas eu limpei... e o Ítala tá aqui, é um caso muito mais de identidade geral meu, que eu faço deesde o começo, a marca e todas as aplicações... todo o material deles

mas a marca foi tua?

também, é...

*que que é o (***)?*

(***), o site deles eu fiz também, o site deles também tem a mesma cara... e o Paulista também, tem (***) site, viu?

tá, no Paulista e no Ítala tem o site

(***) tem site, se você olhar aqui, ó

tô falando ali pro gravador ouvir, pra não ter que escrever tudo

ó, Paulista, só que é NL de Netherlands, ó, ó o site deles, tem tudo a ver com o material

e quem é que fez o site?

eu fiz a parte visual

ah tá

e uma outra pessoa programou

Ruth, vou te deixar, Ruth, já tô constrangida, que eu já tô há 2 horas aqui contigo...

ah, eu sou assim, eu, eu dedico (***) depois eu trabalho à noite...

e São Paulo é tudo tããã rápido

ah, não, eu não sou, eu não...

pra gente é... o meu ritmo é que nem o teu

eu optei por um, (***) , mas enfim, pra poder, ter qualidade... (***)

bom, não sei se alguém ainda te traz uns docinhos de Pelotas, mas te trouxe uma goiabada

oba!

*(***) do nosso departamento, que ele gostava da, era uma senhora, a senhora que faz a doceira, tinha um material gráfico horrível, assim, cada peça, cada caixinha era de um jeito, aí ele propôs pra ela pra fazer, isso enquanto era aluno, ela não, não tenho condições e tal, não, eu desenho, eu não posso ter fotos, eu gasto tanto em rótulo por ano, aí ele desenhou... figada, pessegada, goiabada, fez o logo pra ela, (***) e o cara do Banco do Brasil, das micro-empresas, curtiu tanto que deu um financiamento pra ela... tu vê, só na embalagem...*

(***)

*aquilo mudou a vida dela... (***) essa senhora, e ela diz, e o Luciano?, e ele foi embora, tá super bem*

pra onde ele foi?

ele foi pra, saiu de Pelotas, foi pra Caxias, depois pra Porto Alegre, tava em Portugal agora... muito competente... então partiu dele toda a iniciativa... ela fazia uma goiabada, onde é que foi, eu tava hospitalizada, aquela bomba em Madrid, faz uns 5 anos

como é que é?

é, não, eu me lembrei agora, que a exposição dele foi no dia que eu tava no hospital, o dia que jogaram a bomba no... mas eu não tinha nada a ver...

ah, (***) hospitalizada

não, nada uma apendicite, e aí ele, faz 5 anos, e até hoje, agora eu fui comprar, e eu disse que bom, ela continua respeitando, né... porque ele foi embora e ela continua fazendo tudo direitinho... então...

e outra coisa que eu acho legal é que (***)

*ela não fazia de madeira, e ela achava brega de madeira... porque claro, era as origens dela, lá de alemã (***) , era madeira, e ela não, eu quero de plástico, eu quero de isopor*

(***)

até tem porque lá a vigilância sanitária não permite algumas coisas em madeira mais... mas esse aqui com filmezinho dentro...

ah é... olha, deixa eu te falar

Ruth, tu gravou o pen drive?

ah, gravei, esse aqui, né, (***)... escuta, você vai de táxi?

vou, queria/

posso chamar um táxi

é, isso que eu queria te pedir, porque a tua rua é super tranquilinha assim, né