

CALÇADOS

A solução gráfica do Romão Magazine, no Tatuapé, é bastante original e de grande efeito visual. Funciona ao mesmo tempo como imagem/suporte/objeto. Fora da loja transforma-se em floreira e, num raio de ação bem distante, essa marca é encontrada em bancas de jornal e out-doors. Além disso, passeia pela cidade como adesivo de automóveis e em camisetas. Dessa maneira, consegue uma ampla difusão.

Num exemplo oposto, Calçados Joby, com diversas filiais pela cidade, não consegue visualmente impressionar, pois suas imagens, inexpressivas e redundantes, são também mal realizadas tecnicamente.

A sofisticação está presente na placa de Calçados Pérola Negra, no Itaim; a solução letra/imagem, embora tecnicamente bem executada (cada letra representa uma pérola), não estabelece relação de significação com o produto oferecido.



CABELEIREIROS

Em Guaianazes, foram encontrados exemplos muito originais de fachadas de cabeleireiros. Nessa zona periférica, numa gráfica que se realiza através de soluções individualizadas, onde não existem processos atualizados de produção, nota-se a ausência de uma padronização, comum à maioria de outros cabeleireiros existentes na cidade; isso permite o aparecimento de imagens curiosas e diferenciadas, pintadas na fachada, desenhadas no próprio muro.

No caso do salão Chick Cabeleireiros, um simples recurso — o emprego de letras onduladas — conferiu-lhe o significado apropriado. Outro exemplo de solução inventiva é a do Cabeleireiros Blaker que, somente com o acréscimo de uma forma curva às duas letras E, que iniciam as palavras ele e ela, transmitiu a idéia desejada. O New Jambert, junto ao Itaim, procura impressionar sua clientela de classe alta pela sua fachada exótica, pela sofisticação das letras douradas, pelo emprego de vocabulário estrangeiro, muito comum nesses bairros.

