

GUSTAVO PIQUEIRA

PARA CADA CASA,

REX LIVROS

1ª edição: 2007

GUSTAVO PIQUEIRA



Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Piqueira, Gustavo
São Paulo, cidade limpa / Gustavo Piqueira;
(tradução inglês Richard Laver). -- São Paulo :
Rex Livros, 2007.

Edição bilingüe: português/inglês.

1. Poluição urbana - São Paulo (SP)
2. Publicidade I. Título

07-5407

CDD-363.7320981611

Índices para catálogo sistemático:

1. São Paulo : Cidade : Poluição visual :
Problemas sociais 363.7320981611

REX LIVROS

ALTO ALTO ALTO ALTO ALTO ALTO

mas não custa relembrar:

Em 26 de setembro de 2006, a Câmara Municipal de São Paulo aprovou a Lei Cidade Limpa, com o propósito de regulamentar o uso do espaço urbano como mídia de comunicação. O banimento de publicidade exterior — outdoors, banners, cartazes e faixas — começou a valer logo que entrou 2007. Na sequência, em 1º de abril, foi a vez de os “anúncios indicativos em estabelecimentos comerciais” tomarem jeito.

No que tange a esse último, todo comerciante deve respeitar uma rigorosa normatização referente ao uso de sua fachada como veículo promocional. Acho que você também já sabe, mas eis aqui os principais pontos da lei:

- Em fachadas de até dez metros quadrados, o anúncio não pode ultrapassar um metro e meio.
- Entre dez e cem metros, deve ter no máximo quatro.

Para os infratores, multa de dez mil reais por anúncio irregular. Com acréscimo de mil reais a cada metro quadrado a mais.

O relato a seguir não busca, contudo, entrar no mérito da questão. Analisar se a cidade ficou mais bonita ou se a lei gerou desemprego. Também não quer sugerir ajustes nem discutir seu uso político por parte do prefeito. Muito menos comemorar, através de clichês supostamente poéticos, a descoberta de um “diálogo harmonioso da arquitetura com a população”. Não. Mesmo porque, imagino, você já deve estar cheio disso tudo. Pois é, eu também.

Então o que, afinal, busca o relato a seguir? Simples. Tornar pública a história de alguns pequenos comerciantes e sua adequação à Lei Cidade Limpa. Sim, vamos falar de trabalhadores que cumprem as leis. De cidadãos conscientes que contribuem para embelezar São Paulo. Mas você, por acaso, faz idéia de quanto custa uma placa nova?



Ser luthier é ocupação das mais nobres. Era o que concluía Murilo toda manhã quando, ao chegar para o trabalho, admirava sua fachada. Murilo, luthier. Guitar, Bass. "Sou eu", sorria. "Murilo." E como ele caprichara no letreiro, hein? De primeira. Preocupado em denotar profissionalismo, decidiu não se restringir à mera aplicação da informação. Não, não. Telefonou para o Serginho, amigo que, além de baixista amador, mexia com computação gráfica. "Serginho, estou precisando de uma marca." Propôs uma permuta, o amigo topou. Semanas depois, lá estava Murilo na calçada, orgulhoso com o resultado. Murilo, luthier. Guitar, Bass. "Sou eu."

Ser luthier é ocupação das mais nobres. Mas o dinheiro é curto, curto. Murilo que o diga. Quando soube que seu letreiro excedia em muito o dimensional permitido pela nova lei, tentou outra permuta. Desta vez, Serginho recusou. "O que vou fazer com dois baixos?" E passou um orçamento. "Preço de amigo." Murilo achou caríssimo, fora de cogitação. Preço de amigo? Sei, sei... "Droga. E agora? O que faço?" Pensou, pensou e pensou. No dia seguinte, veio a solução: "Basta remover alguma das informações da fachada e pronto, estarei dentro da metragem permitida." Genial. Mas o que retirar? Outras tantas horas e horas de reflexão. "Não dá para eliminar 'Luthier' e 'Guitar, Bass', mantendo apenas 'Murilo'. Não dá. Como atrair clientes assim? 'Murilo' não quer dizer nada. Ninguém vai encomendar um serviço só porque leu 'Murilo'. O cara nem vai saber que tipo de serviço presta o tal Murilo", concluiu. Seguiu até a garagem, pegou a escada e, em poucos minutos, enquadrou-se na Lei Cidade Limpa.

Desde então, ainda que o ritmo de encomendas de "Guitars" e "Bass" tenha se mantido inalterado, os vizinhos repararam que, ao chegar pela manhã, Murilo já não pára por alguns segundos defronte a sua fachada. Cabisbaixo, limita-se a destrancar os cadeados e iniciar mais um dia de trabalho.



Já Enzo não quis nem saber. “Ninguém vai entender o que eu vendo? Dane-se.” Dane-se? “É, dane-se. Trabalhei feito um desgraçado para abrir esta loja. O mínimo que mereço é, todo dia, ver meu nome bem grande estampado nela. O mínimo.” Seus dois funcionários mostravam-se apreensivos. Mas e a freguesia, seu Enzo? “A freguesia? Dane-se a freguesia. Eu construí esta loja. Eu, Enzo. Não quero nem saber. Ninguém tira meu nome daqui.” E, enfurecido, encerrou a discussão.



Gonçalves sempre se gabou de possuir tino para os negócios. Sempre.

Desta vez, encostado no balcão, aproveita a Lei Cidade Limpa para exibir sua mais nova (e brilhante) sacada comercial. “Me responda, Tião: o que é mais importante para o freguês?” Tião faz cara de nada, Gonçalves prossegue. “O nome da loja?” Tião só olha. “Não, Tião, o nome da loja não é o mais importante.” Tião balança a cabeça. “Então o que é, Tião? O tipo de mercadoria?” Nada de o Tião abrir a boca. “Não, Tião. Também não é.” Tião, mais uma vez, concorda. “Quer saber o que é mais importante, Tião? Quer saber?” Tião faz cara de quem quer. “O telefone, Tião. O telefone! O freguês precisa lembrar do telefone! Pense comigo: você decora um telefone, certo?” Tião faz cara de certo. “É isso o que importa! É isso! Porque, se você tem um telefone na cabeça mas não sabe de onde é, o que você faz, Tião?” Tião não sabe. “Você telefona e pergunta, Tião! Entendeu? Telefona e pergunta! Aí o comerciante esperto, do outro lado da linha, aproveita e conta o nome da loja, o tipo de mercadoria, as promoções...”



Nair não se conformava. “Casei com um idiota.” Do outro lado da mesa, Toshio jantava em silêncio. “Idiota.” Tudo porque, na noite anterior, quando os dois já se preparavam para dormir, o farmacêutico narrara à esposa sua idéia para se adequar à nova lei. Retiraria o nome e o símbolo da farmácia, mantendo apenas o “estacione aqui”. É quase impossível encontrar vaga em São Paulo, explicava. Logo, quando o motorista topar com um convidativo “estacione aqui”, vai embicar o carro na hora. Na hora. E aí, tchã-rã: já estará dentro da minha farmácia. Legal, não? “Toshio, essa é a idéia mais estúpida que já ouvi! Jesus do céu, como você é idiota! Estacione aqui? Ai, Toshio! O que tem dentro dessa cabeça, Toshio? O quê?” Assustado com a reação da mulher, o farmacêutico preferiu não contra-argumentar. Limitou-se a ajeitar o travesseiro e dormir. No dia seguinte, ainda tentou fazer um agrado à esposa, e decidiu não remover da placa o “Drogaria”. Está pequeno, mas está aí. Basta olhar com atenção. Drogaria. Não adiantou. Quando chegou para o jantar, encontrou em Nair o mesmo ar carrancudo. “Casei com um idiota. Um idiota.”



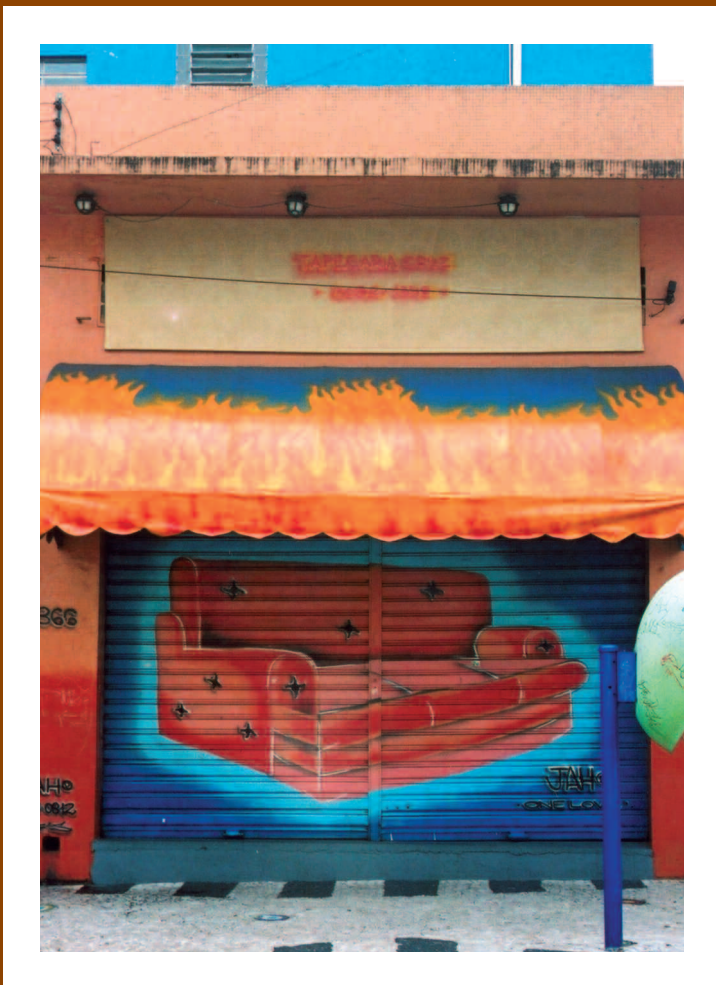
Soraya tinha horror a ser vista como uma simples comerciante.

Horror. “Sou uma mulher sofisticada. Classe média alta. Não preciso da loja para sobreviver, trabalho porque gosto. Gosto sim, claro. Olhe bem para mim. Tenho cara de dona de casa? De quem vive em função de marido? Eu não. Sou independente. Independente e sofisticada. E não preciso da loja para sobreviver. Porque, graças a Deus, o Felipe está superbem na empresa em que trabalha. Gerente de vendas.”

Mas, mesmo superbem, Felipe encerrou com um lacônico “este mês não dá” a proposta apresentada pela esposa para reformular a fachada de sua loja. A sábia Soraya imediatamente concluiu que, se este mês não dava para o novo layout, também não daria para a multa de dez mil reais, caso fosse autuada. E pôs-se a buscar alguma solução criativa. “Que tal manter só ‘Soraya Fashion’? Argh, não! Que horror! Coisa de pobre. E ‘Moda Feminina’? Nossa, mais suburbano ainda. O telefone, então, nem pensar. Muito menos o ‘sorayafashion@hotmail.com’. Ai, gente, o que faço com essa fachada? O Felipe podia ser menos mão-de-vaca. Um gerente de vendas não consegue bancar uma simples placa? Ah, conta outra... Deve estar com amante, isso sim. Aquela vagabunda da Milene, aposto.” Com o tempo, acalmou-se e, passado o ataque de ciúmes, decidiu. Removeria todas as informações, mantendo apenas o desenho de espirais que uma amiga artista plástica (“a Lucinha”) criara como símbolo da Soraya Fashion. “Ficou tudo de bom, não? Chique, artístico. Mesmo porque, não preciso da loja para sobreviver.”



Giba ficou com medo. “Dez paus de multa? Não tenho tanta grana. Aliás, se tivesse, já tinha tunado meu Monzinha faz tempo. Não pago dez paus de multa nem morto.” Em pouco mais de meia hora, limpou tudo. Saiu o “Giba Motors”, o “carros e motos”, telefone, endereço e o completo detalhamento de seus serviços. Para não deixar sem nada, contudo, readesivou o número da oficina — 554A — bem no meio de uma das faixas. “Pelo menos, é alguma coisa.” Serviço concluído, atravessou a rua para contemplar o resultado. “Droga. Sem placa, ninguém vai imaginar que aqui é uma oficina. Mas dez paus de multa? Sai fora. Com dez paus, deixo meu Monzinha irado.”



Cruz sorriu empolgado. Finalmente São Paulo se tornaria uma bela cidade. “Vou fazer minha parte. Ah, se vou.” E investiu forte. Não bastava apenas redimensionar a placa de sua tapeçaria. Era preciso mais. “Vou fazer minha parte.” Falou com Jair, grafiteiro que trabalha na imobiliária da esquina como boy, e encomendou um projeto completo de decoração da fachada. “É arte. Grafite é arte. Não lê jornal? Todo mundo comenta. Grafite é arte.”

Jair (ou “JaHo”, como assina seus projetos) caprichou. Na porta de metal, um belo sofá estofado vermelho. No toldo, grandes labaredas de fogo e, para a placa, “Tapeçaria Cruz” também grafado em meio às chamas. “Fogo?” Cruz estranhou. “Não é meio estranho, Jair? Uma tapeçaria pegando fogo? Não assusta o cliente?” JaHo, ar blasé, respondeu que era pegar ou largar. Aquela era sua linguagem, sua assinatura. Um lance apocalíptico. Cruz, apesar de ouvir com atenção, não entendeu nada. Mas deixou prá lá. “Tudo bem, Jair. Vá em frente.” Aos amigos, explicou: “Coisa de artista. Grafite é arte. Não lê jornal?”



“**Não tem muito** o que inventar, não.” afirmou Sandrão, munido de escada e estilete. Cinco minutos depois, já estava de volta, orgulhoso. “Vem cá ver, pai. Vem cá e me diz se não ficou bom.” O pai foi. “Não falei, pai? Que placa nova ou multa, que nada! A turma só fala bobagem. Não tem muito o que inventar, não.”



Emerson até com Sandrão. Não tinha muito o que **concordava** inventar. Mas, após horas de fita métrica e cálculos complicadíssimos, mudou de opinião. “Não tem muito o que inventar? O cacete! Preciso eliminar treze letras. Treze.” Coçava a cabeça. Que tal “ARTESANATO DE — 88735618”? Não. Artesanato de? Artesanato de quê? Vai parecer que vendo vasos de barro. E “ARTESA D EMPAL — 88735618”? Pior ainda. Artesadempal? Pensarão que fiquei louco. E “EMPALHAMENTO — 88735618”? Não, não. Sou um artesão. Finalmente, concluiu que o telefone não era tão importante. Mas ainda faltavam cinco letras. Peraí! É isso! “Artesanato de Empalha”! É isso! Pensa comigo, tá tudo aí: o artesanato, a palha, o “em”. O “em”? “É, o ‘em’”. Empalha, em palha. Sacou? Sei que não é perfeito. Mas, dos males, o menor.”



“Agilize, Rubinho, agilize! Compre uma lata de tinta vermelha para tampar o letreiro da parede. E voe, pois não quero tomar multa.” Uma lata não é pouco, seu Jaime? A parede é grande... “Ô, moleque! Sabe quanto custa uma lata de tinta? Uma lata dá e sobra, é só você não desperdiçar. Vai, vai. Tome aqui o dinheiro.” Rubinho obedeceu. Durante a execução da pintura, também esforçou-se ao máximo para agradar o patrão, e diluiu o conteúdo daquela mísera latinha em água, a fim de aumentar seu rendimento. A artimanha fez com que conseguisse preencher todo o espaço. Mas, ao final da tarefa, observou o resultado um tanto descontente. Seu Jaime, o senhor não acha que precisava de uma segunda demão? O chefe aproximou-se com ar paternal. “Nada, Rubinho, nada. Está ótimo. Uma beleza. O fiscal vai passar batido. Está ótimo.”



Dona Neide foi firme com o rapaz da manutenção. “Orçamento de tudo, Edson! De tudo. E não me apareça com um preço só. Três. Três cotações para cada serviço. Quero ver tudo amanhã, bem aqui, na minha mesa.” Ela listara, num minucioso processo, seis opções para a adequação de sua fachada à nova lei. Desde uma reforma geral até a simples remoção do letreiro que informava funcionar, naquele sobrado antigo, o colégio que dirigia. O colégio ao qual batizara com o nome de seu falecido pai, o doutor Alfredo.

No dia seguinte, Edson entregou, esbaforido, o bolo de papéis de fax. “Mas está caríssimo, Edson! Caríssimo! Até o serviço mais simples, apenas tirar o letreiro atual, saiu uma fortuna!” Já ciente do temperamento explosivo da patroa, Edson explicou não ser possível apenas remover o dito-cujo. Era necessário dar acabamento ao muro. E nisso vai massa, vai tinta... “Mesmo assim! Mesmo assim está caríssimo! Você acha que meu dinheiro nasce em árvore? Acha? Não nasce, não! Muito pelo contrário! Sabe o que você vai fazer? Vai pintar o letreiro de branco. E só.” Só? “É, só. Não ouviu o que acabei de dizer? É surdo? Pegue a tinta branca no depósito e pinte aquele maldito letreiro.” Mas... dona Neide... e a lei? “Dai-me paciência, meu Deus. Dai-me paciência! Edson, de que cor é o muro?” Branco, dona Neide. “De que cor você vai pintar o letreiro?” Branco, dona Neide. “Então, meu filho! Branco em cima de branco é o quê? Invisível! In, vi, sí, vel. Olha, vou lhe dizer uma coisa: você é burrinho, viu? Bem burrinho. Também, se não fosse, não trabalharia na manutenção, né? Agora vai, meu filho. Vai lá e faz o que eu mandei.”



O correto Esteves nunca se envolveu em falcaturas. “Se essa é a lei, devemos cumpri-la.” Imediatamente, tomou as providências necessárias e, em poucos dias, seu colégio já substituíra a antiga placa. Redigiu, então, um comunicado aos pais. “O Colégio Heitor Garcia, sempre pautado pela responsabilidade social, orgulha-se de contribuir para o fim da poluição visual na cidade de São Paulo, e abraça com entusiasmo a nova Lei Cidade Limpa. Esperamos que todos os paulistanos tomem nossa atitude como exemplo de civilidade e encontrem, em nossa fachada, um modelo de consciência arquitetônica. À vossa inteira disposição, Antonio Carlos Esteves, diretor.”



Rodney não perdeu tempo. Nunca foi mão-de-vaca como o Sandrão. “Stacio. Só o Sandrão para achar aquilo legal. Também, vive bêbado. Precisa estar muito mamado para achar aquilo legal. Stacio. Só o Sandrão.” Rodney — ou Rod, como Sandrão e os outros amigos o chamam — era diferente. “Vou incrementar isso aqui. Sem pão-durismo.” Em vez de cair na lábria de um grafiteiro qualquer, projetou ele próprio a nova fachada. “Só o Cruz mesmo, para deixar aquele moleque transformar sua tapeçaria num incêndio ambulante. Só o Cruz.” Ele não. Não era trouxa. Além da placa RodCar, desenhou a decoração completa. Um grande muro de pedras. “Para dar um ar campestre. São Paulo precisa disso. Natureza.” Incluiu também, sobre o pilar, uma placa de proibido estacionar. “Assim a prefeitura economiza em mobiliário urbano, e pode investir em outra coisas.”

O pessoal curtiu. Um ou outro sempre implica, claro. “Gente chata é como piranha: dá em todo lugar.” Murilo, por exemplo, ao deixar seu Uno para um martelinho, classificou o resultado como meio over. “Over? O que é over? Só o Murilinho mesmo. Também, sempre foi meio afrescalhado. Aquele papinho de Guitar, Bass... Nunca me enganou... Over. Ele vai ver onde enfio esse over. Tinha que ser aquela bichinha, para falar uma idiotice dessas.”



“Que dó.” Monalisa não se conformava. “O pessoal da Nestlé foi tão bacana.” Meses antes, a multinacional bancara a pintura completa de sua padaria. “Complezinha.” Em troca, um Sorvetes Nestlé destacado, no topo da fachada. “E agora? O que eu faço? Simplesmente apago e dou uma de mal-agradecida?” Tentou ligar para o Avelino em busca de alguma solução. Mas o representante de vendas da Nestlé nunca retornava. “E agora? O que eu faço?” Os dias se passavam, e nada do Avelino. “Não sou mal-agradecida. Não mesmo. Pode perguntar para o pessoal daqui. Mas não tenho o dinheiro da multa. Não tenho, não.”

Aconselhou-se então com o primo Gonçalves. Enfático, ele garantiu que bastava a simples retirada dos dizeres escritos. “Problema resolvido, Mona. Em primeiro lugar, está dentro da lei. Depois, a turma vê aquele redondo azul e já sabe que é da Nestlé. A turma conhece a Nestlé.” Aliviada, Monalisa seguiu o conselho. “O Gonçalves tem tino para os negócios.” Para completar, transferiu a plaquinha “Aqui tem sorvete Nestlé” da porta do freezer até a frente do estabelecimento. “Diz pra mim: quando o Avelino contar para o seu Nestlé, ele não vai ficar contente? Ô, se vai. Ô, se vai. Não sou mal-agradecida, não.”



“Não existem empecilhos. Existem oportunidades de negócios. É o que sempre digo.” Era o que Gugui sempre dizia. Assim, logo que soube da Lei Cidade Limpa, apressou-se em decorar sua Kombi. “De dia, divulgo a Gugui Festas pela cidade. À noite, estaciono em frente ao escritório e ela funciona como se fosse a placa. Isso é marketing, velhinho. Marketing. É o que sempre digo.”



“Putaquepariu! Putaquepariu! Só me faltava essa!” Os negócios iam de mal a pior. A filha Jessica engravidara aos quinze anos. Daquele inútil do Jair, ainda por cima. “Pichador. Putaquepariu! Engravidou de marginal!” Marlene, a esposa, não podia ver uma prestação que logo sacava o cartão de crédito da bolsa. E, como desgraça pouca é bobagem, agora uma lei imbecil surgia do nada e o obrigava a tirar toda a propaganda da loja. É... Wecsley já viveu dias melhores. “Não vai dar! Se com propaganda já não vendo porra nenhuma, imagine sem. Políticos filhos de uma puta!” Enfurecido, despejou tinta preta sobre o toldo da Papelaria Jessica. “Ah, chega. Chega! Não vai dar. Se com placa já estava uma merda, imagine sem. Vou fechar esta merda de papelaria. Fechar. Alugo esta porra e foda-se!” Mas, Wecs, e as prestações do meu cartão? É, papai, e seu neto que vai nascer? “Querem mesmo saber? Fodam-se vocês! Fodam-se!”

SÃO PAULO, CLEAN CITY.

04,05 I think you already know, but it's worthwhile to remember.

On September 26, 2006, the São Paulo City Hall approved the Clean City Law, with the purpose of regulating the use of urban space as a communication medium. The ban on outdoor publicity – billboards, posters and banners – began on the first minute of year 2007. Next, on April 1, all “signs on commercial establishments” had to be fixed.

Regarding the latter, all businesses had to abide to strict standards on using the façade as a promotional vehicle. I think you already know this too, but these are the main aspects of the law:

- For façades up to ten square meters, the sign cannot be greater than one and a half meter.
- Between ten and one hundred meters, it cannot be greater than four.

All transgressors shall be fined ten thousand reais (approximately US\$ 5,000) per irregular sign. With an additional one thousand reais per exceeding square meter.

The story that follows, however, does not intend to discuss the merit of this issue. Or even to analyze if the city looks nicer or if the law promoted unemployment. Likewise, it will not suggest adjustments or discuss the mayor's political use of the law. Not even will it use supposedly poetic clichés to celebrate the discovery of a “harmonious dialogue between architecture and the population”. No. Especially, because I suppose you must be fed up of that. That's right, so am I.

So then, what is the purpose of the story that follows? Simple. To publicize the accounts of some small businesses and their adjustments to the Clean City Law. Yes, we will talk about law-abiding businesspersons. Conscious citizens who contribute to make São Paulo more beautiful. But do you, by chance, have any idea what a new sign costs?



06, 07 Being a luthier is one of the most noble of occupations. That's what Murilo thought every morning when he arrived at work and admired his façade. Murilo, Luthier. Guitar, Bass. “That's me”, he'd smile.

“Murilo.” What elaborate lettering, wasn't it? First class. His concern in showing his professional expertise, did not relate only to exhibiting information. No, no. He called Serginho, a friend, who was not only an amateur bass player, but also worked with graphic design. “Serginho, I need a brand.” He suggested a barter, and his friend agreed. Weeks later, while standing on the sidewalk and feeling proud with the outcome, Murilo, Luthier. Guitar, Bass. “That's me.”

Being a luthier is one of the most noble of occupations. But cash is short, extremely short. Murilo is well aware of this. Discovering that the size of the letters exceeded the limits established by the new law, he attempted another barter. This time, Serginho refused. “What can I do with two basses?” And forwarded a counterproposal. “A friendly price.” Which Murilo thought was exorbitant. Out of the question. Friendly price? Yeah right ... Damn it. What can I do now? Seeking a solution for a long time, it hit him next day: “If I remove some of the information on the façade, I will meet the requirements.” Brilliant. But what should I remove? He spent more unending hours thinking. “Luthier” and “Guitar, Bass”, cannot be removed. “Murilo” by itself? No good. That will not attract clients. “Murilo” remained silent. No one will choose a service just because they read “Murilo”. They will ignore what Murilo does”, he concluded. He went to the garage, got the ladder and, a few minutes later, he complied with the Clean City Law.

Since then, although the orders for “Guitars” and “Bass” have not changed, the neighbors have noticed that he no longer arrives in the morning and stops a few seconds to look at the façade. Downcast, he merely unlocks the padlocks and starts yet another working day.

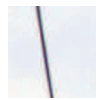


08, 09 *Calçados (Shoes); Calçados feminino e masculino (Women's and men's shoes)*. Enzo, on the other hand, did not care. “No one will understand what I sell? The hell with it.” The hell with it? “Yes, the hell with it. I worked like mad to open this store. The least I deserve is to see my name in big letters across the front. The least I deserve.” His two employees were apprehensive. But what about the clients Mr. Enzo? “The clients? The hell with the clients. I built this store. I, Enzo. I don't care. No one will remove my name.” Deeply upset, he cut off the discussion.



10, 11 Gonçalves always bragged about his business insight. Unendingly. Leaning on the counter, he now used the Clean City Law to boast his newest (and brilliant) business knack. “Tell me, Tião: what does the customer value the most?” Tião looks at him with a blank look. Gonçalves continues. “The name of the store?” Tião stares. “No, Tião, the name of the store is not the most important.” Tião shakes his head. “So what is it Tião? The type of merchandise?” Tião just keeps his mouth shut. “No, Tião. It's not that.” Tião, once again, agrees. “Do you want to know what is most important, Tião? Do you?” Tião puts on a “want to know” face. “The

phone number, Tião. The number! Customers need to remember the phone number! Let's think together: you learn a number by heart, right? Tião seems to agree. "That is what matters! That's it! What do you do, Tião, if you remember a number but ignore who it belongs to? Tião?" Tião doesn't know. "You call and ask, Tião! Get it? Call and ask! On the other end of the line, the businessperson answers giving you the name of the store, type of merchandise sold, what's on sale..."



12, 13 *Drogaria FarMais (FarMais Drugstore); Estacione aqui (Parking available).* Nair just couldn't get over it. "I married an idiot." On the other side of the table, Toshiro dined in silence. "Idiot." All this, because the previous night, when both were getting into bed, the pharmacist shared his idea with his wife of how to comply with the new law. He would remove the drugstore's name and logo, and leave only the words "parking available". It is nearly impossible to find parking space in São Paulo, he explained. So, when drivers see a welcoming "parking available" sign, they will drive straight in. And then, tchã-rã: they are in my drugstore. Cool, isn't it? "Toshiro that is the dumbest idea I have ever heard! Jesus Christ, how stupid can you be! Parking available? Toshiro! What do you have between your ears, Toshiro? What?"

Surprised with his wife's outburst, the pharmacist decided not to reply. He merely pressed the pillow and went to sleep. Next day, interested in pleasing her, he decided not to remove the word "Drugstore". Although small, it is there. You just have to look carefully. Drugstore. It wasn't enough. When he got home for dinner, Nair was still in the same cranky mood. "I married a fool. A fool."



14, 15 Soraya was terrified of being considered a simple storekeeper. Terrified. "I am sophisticated. Upper-middle class. I do not need the store to survive, I work because I like doing so. I do like it, no doubt I do. Look at me. Do I look like a housewife? Someone who lives for her husband? Not I. I'm independent. Independent and sophisticated. And I don't need the store to survive. Thank God, Felipe is doing well at the company he works for. He's the Sales Manager."

But even "doing well" Felipe just answered "can't this month" the proposal made by his wife to refurbish the storefront. Wisely, Soraya immediately knew that if a new layout couldn't be done this month, neither could they get a ten thousand real fine. So, she started looking for an innovative solution. "What about leaving only 'Soraya Fashion'? Argh, no! Horrible! Sounds wishy-washy. How about 'women's apparel'? Wow, that's even worse. The phone number, no way. Even worse is 'sorayafashion@hotmail.com'. Oh, what can I do with this façade? I wish Felipe were less stingy. A Sales Manager can't afford a simple sign? Ah, go tell that to someone else... He must be having an affair, that's it. I bet it's Milene. That slut." She calmed down after a while, when her jealous attack was over, and made up her mind. She would remove all the information leaving only the spiral drawings a friend ("Lucinha"), a plastic artist, had created as the Soraya Fashion symbol. "It looks great, doesn't it? Cool, artistic. Especially because I do not need the store to survive."



16, 17 Giba was scared. "A ten grand fine? I don't have that much money. By the way, if I did, I would have tuned my sweet car ages ago. A ten grand fine - over my dead body." Just a bit more than half an hour, and it was all clean. He removed "Giba Motors", the "cars and bikes", telephone, address and the list of services offered. To avoid leaving it blank, he placed a sticker with the shop's street number — 554A — right in the middle of one of the banners. "At least that's something." Done deal, he crossed the street to examine the result. "Dammit. Without a sign, no one will know a mechanic works here. But a ten grand fine? Get lost. With ten grand my car will look hot."



18, 19 Cruz smiled, highly excited. At last São Paulo was going to become a beautiful city. "I'm going to make my contribution. Yes I will." So, he made a sizable investment, not just resizing the sign of his upholstery store. No. A lot more needs to be done. "I will make my contribution." He spoke with Jair, a graf artist who works for the realtor on the corner as an office boy, and ordered a complete project to decorate the façade. "It's art. Graffiti is art. Don't you read the paper? Everyone says that. Graffiti is art."

Jair (or "JaHo", the name he uses to tag his projects) excelled. On the metal door, a great red sofa. On the awning, a large fire, many flames, and the sign, "Tapeçaria Cruz" also in graffiti amidst the flames. "Fire?" asked Cruz, puzzled. "Isn't that somewhat strange Jair? Upholstery on fire? Won't that scare the customers?" JaHo answered, with a blasé face, that Cruz had to take it or leave it. That was his language, his tag. An apocalyptic scheme. Cruz listened carefully, but understood nothing. He just forgot about it. "OK, Jair. Go ahead." To his friends, he explained: "Artists. Graffiti is art. Don't you read the papers?"



20, 21 *Before: estacionamento (parking); After: stacio ("arki").* "There's not much to invent, nope." Stated Sandrão, armed with the ladder and the stiletto. Five minutes later, he was back, feeling proud. "Come, Dad, look at this. Come tell me if it doesn't look great." Dad got closer. "Didn't I tell you Dad? No new sign, no fine, nothing! People say crap. There isn't much to invent, nope."



22, 23 *Before: artesanato de empalhamento (stuffing handicraft); After: artesanato de empalha ("stuff handicraft").* Emerson did agree with Sandrão. There isn't much to invent. But hours after using his measuring tape and extremely complex calculations, he changed his mind. "There isn't much to invent? Screw that! I need to eliminate thirteen letters. Thirteen." He scratched his head. What about "HANDICRAFT — 88735618"? No. Handicraft? What handicraft? It will seem I sell clay vases. And "HANDI STUFF — 88735618"? Even worse. Handistuff? They will think I'm going bonkers. And "STUFFING — 88735618"? No, no. I am an artisan. Finally, he concluded that the phone number was not that important. "But I still have five letters to eliminate. Wait! That's it! 'Handicraft stuff'! That's it! Think with me, that says it all: handicraft, 'stuff'". Stuff? 'Yeah, 'stuff'! Stuffing, stuff. Get it? I know it is not perfect. But it's the lesser of two evils."



24, 25 *(Here you find good quality sound with low prices).* "Hurry, Rubinho, hurry up! Buy a bucket of red paint to cover the wall lettering. And fly, because I don't want to be fined." Won't a bucket be short, Mr. Jaime? It's a large wall... "Hey, kid! Do you know what a bucket of paint costs? One bucket is more than enough, just don't waste it. Run as fast as you can. Here's the money." Rubinho runs out. While painting the wall, doing his utmost to please his boss, he diluted the paint in water to cover a bigger extension. This trick allowed him to cover the entire wall. However, once it was ready, the result did not look very pleasing. Mr. Jaime, don't you think we need a second coat? The boss came closer with a paternal look. "Not at all, Rubinho, not at all. It's great. A beauty. The inspector will walk straight by. It's great."



26, 27 *(Dr. Alfredo Castro School).* Ms. Neide was firm with the janitor. "A proposal for everything, Edson! Everything. And don't you dare show up with only one bid. Three. Three budgets for each service. I want them all by tomorrow, right here on my desk." She had made a thorough list, six options to make the façade comply with the new law. From a full refurbishing job to a simple removal of the lettering announcing that the old two story house sheltered the school she managed. The school she had named after her deceased father, doctor Alfredo.

The next day, Edson arrived panting, a bunch of faxes in his hand. "But this is outrageous, Edson! Too expensive! Even the simplest service, only removing the letters, costs a fortune!" already used to his boss's explosive mood, Edson explained they couldn't just be removed. The walling needed a finishing job, with plaster and paint. "Even then! Even then it's outrageous! Do you think my money grows on trees? Do you? No, it doesn't! Quite the contrary! Do you know what you are going to do? You will paint the letters white. Just that." Just that? "Yes, just that. Didn't you hear me? Are you deaf? Get white paint from the storage and paint those damn letters." But... Ms. Neide... what about the law? "Give me a break. Give me a break! Edson, what color is the wall?" White, Ms. Neide. "And what color are you going to paint the lettering?" White, Ms. Neide. "So, son! White on white, what are you left with? Invisible! In-vi-si-ble. Listen, let me tell you one thing: you are quite stupid. But then, if you weren't you wouldn't be the janitor would you? Get going, son. Go and do what I told you to."



28, 29 *(Heitor Garcia School - Elementary and High school).* Righteous Esteves never got involved with wrongdoing. "If that's the law, it must be obeyed." He immediately took all necessary steps, and a few days later his school had already replaced the old sign. He then wrote a letter to the parents. "Heitor Garcia School, always guided by social responsibility, is proud to make a contribution to end visual pollution in the city of São Paulo, enthusiastically embracing the new Clean City Law. We hope all São Paulo citizens follow our example of citizenship, and use our façade as a model of architectural awareness. Please feel free to contact me, Antonio Carlos Esteves, Director."



30, 31 Rodney lost no time. He wasn't as stingy as Sandrão. "Stacio. Only Sandrão can find that cool. But then, he is always drunk. One has to be smashed to think that it's cool. Stacio. Only Sandrão." Rodney — or Rod, as he was called by Sandrão and his other friends — was different. "I will grow with this. Not being stingy." Instead of letting any graf artist convince him, he designed the new storefront. "It had to be Cruz to let that kid transform his upholstery store into a ball of fire. It had to be Cruz." Not him. He wasn't a fool. In addition to the sign RodCar, he

also designed the decoration. A big rock wall. "To make it look rustic. São Paulo needs that. Nature." He also included a "no parking" sign on the column. "This will allow the city government to save money on urban furniture that can be invested in other areas."

The guys liked it. But, obviously, there is always someone who complains. "Boring people are like hookers and leeches, they suck everywhere." Murilo, for example, when he left his car at the dent wizard, said the job was kind of over. "Over? What is over? It had to be Murilinho. But then, he was always kind of fussy. That cheap talk about Guitar, Bass... He never tricked me... Over. Let me show him where I am going to shove that over. It had to be that fag, to say something that stupid."



32, 33 *Aqui tem sorvetes Nestlé (Nestlé ice cream sold here).* "What a pity." Monalisa couldn't get over it. "The guys from Nestlé were so nice." Months ago, the multinational paid for a new paint job of her bakery. "The whole thing." In exchange, Nestlé Ice Cream had to stand out on the façade. "And now what? What do I do? I just paint over it and be considered ungrateful?" She tried to call Avelino to find a solution. But the Nestlé sales rep never returned her calls. "And now what? What do I do?" Days went by and Avelino didn't show up. "I'm not ungrateful. I'm not. You can ask everyone here. I just can't afford a fine. Just can't."

She went to her cousin Gonçalves for advice. Emphatically, he said that all she had to do was remove the writing. "Problem solved, Mona. First of all, you are sticking to the law. Second, people see that blue round figure and know it's Nestlé. People recognize Nestlé." Relieved, Monalisa followed his advice. "Gonçalves has a business eye." Furthermore, she moved the sign "Nestlé ice cream sold here" from the freezer door to the front of the store. "Tell me: when Avelino lets Mr. Nestle know, won't he be pleased? Sure he will. Sure. I'm not ungrateful. No, I'm not."



34, 35 *Gugui Festas (Gugui Parties, Buffet kit for parties, Toys – decoration, Entertainers - stalls).* No hassle. Everything is a business opportunity. That is what I always say." That is what Gugui always said. As soon as he heard of the Clean City Law, he quickly painted his VW bus. "During the day, I promote Gugui Parties around town. At night, I park in front of the office and it works like a sign. That is good marketing, pal. Good marketing. That's what I always say."



36, 37 *Aluga-se (For rent).* "Holy shit! Holy shit! That's all I needed!" Business was on a downfall. Jessica, his fifteen-year-old daughter, got pregnant. From that loser Jair, just to make things worse. "A tagger. Holy shit! A crook got her pregnant!" Marlene, his wife, couldn't see anything for sale that she would immediately pull out her credit card. And as hardship seldom comes single, now there is this silly law "It won't work! I already sell almost nothing with advertising, imagine how much less I'll sell without it!. All politicians are sons of bitches!" Enraged, he tossed black paint on the awning of Jessica Supplies. "Ah, that's enough. I'm done! It won't work."

Things were going downhill already with the sign, imagine without it. I'll end up closing this shitty store. Close. I'll rent the damn store and the fuck with it!" But, Wecs, what about the credit card bill? Yes, Dad, soon your grandson will be born... "Do you really want to know? Go fuck yourselves! Fuck off!"

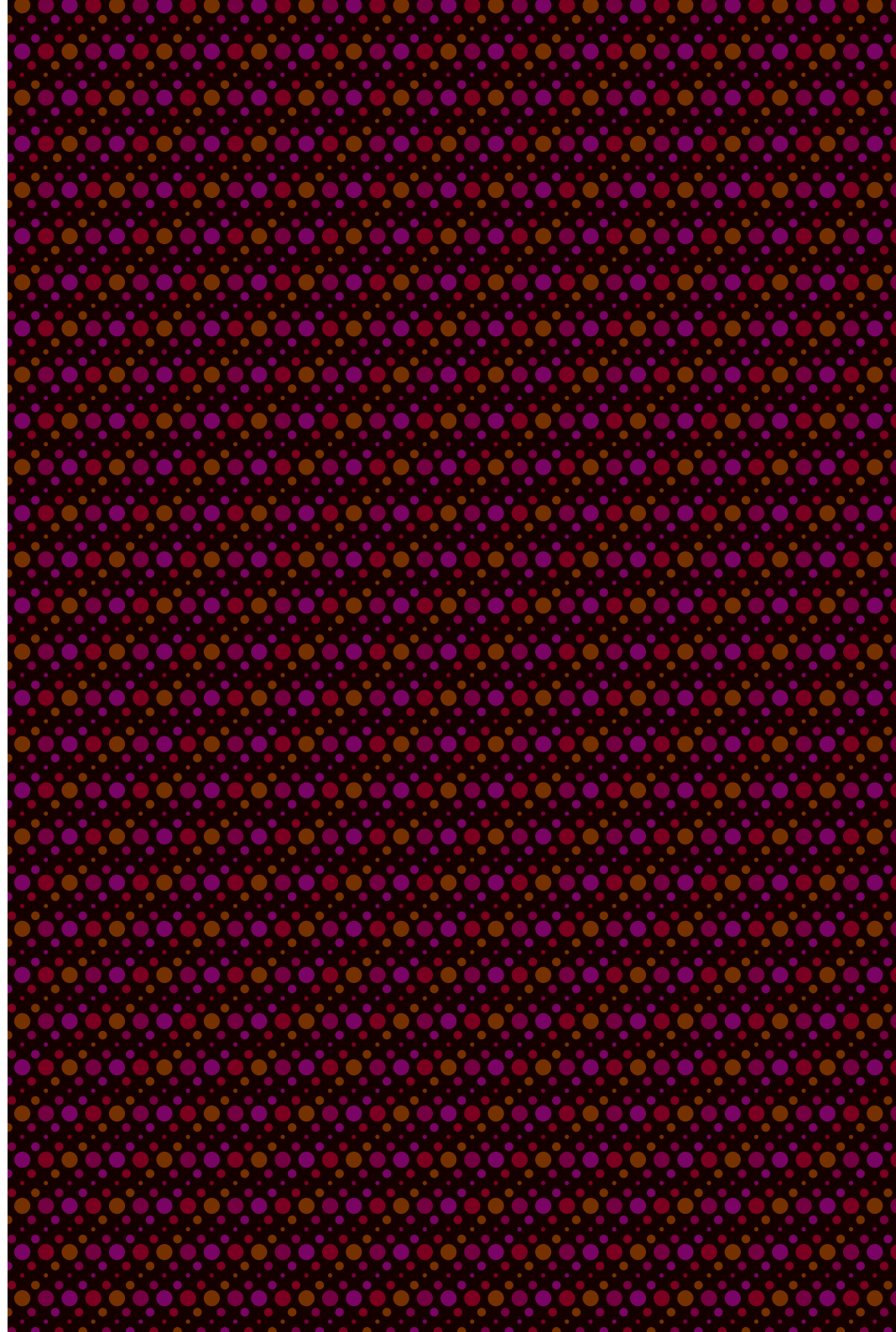
All photos in this book are real and were taken during the month of May 2007, in the following neighborhoods: Perdizes, Pompéia and Lapa. The text, on the other hand, although very likely, is fictitious.

Gustavo Piqueira was born in 1972. He is a graphic designer and partner of Rex Design. He has written the wittily ironic *Manual do paulistano moderno e descolado* (WMF/Martins Fontes, 2007), *Coadjuvantes* (Martins Fontes, 2006), *Morte aos papagaios* (Ateliê Editorial, 2004), *Gill Sans* (Rosari, 2003) and the children's book *Sardinha e os diamantes* (Escala Editorial, 2007). He was a director of the Brazilian Graphic Designers Association from 2000 through 2004 and a typography professor at Senac University from 2001 through 2004. He's also a type designer, with some fonts distributed by digital type foundry T26, and illustrates children's books for Biruta publishers.

REX LIVROS A debate (actually quite unusual) of issues related to our current visual culture.

1st Edition: 2007. São Paulo, for this edition. Project and graphic design: Rex Design. Revised by: Daniela Lima. English Translation: Richard Laver. All rights of this edition are reserved to Rex Projetos e Editora Ltda. Rua Caetés, 107 – Perdizes

05016-080 - São Paulo/SP. 55 11 3862.5121. rex@rexnet.com.br. www.rexnet.com.br
THIS IS A REX PUBLICATION, BY GUSTAVO PIQUEIRA AND MARCO AURÉLIO KATO.



À frente da Casa Rex, estúdio com sedes em São Paulo e Londres, **Gustavo Piqueira** é um dos mais premiados designers gráficos do país, com mais de 270 prêmios internacionais. Sua área de atuação vai de extensos projetos globais para marcas de consumo, projetos editoriais, experimentais, até ilustrações para mais de dez livros infantis e a criação de famílias tipográficas.

Como autor, já publicou 15 livros de sua autoria sobre temas diversos. Seus mais recentes projetos incluem o misto de imagens reais e ensaios fictícios **Iconografia Paulistana** (WMF Martins Fontes/2012); **Clichês Brasileiros** (Ateliê Editorial/2013), narrativa visual que conta a história do Brasil por meio de antigos clichês tipográficos; **Seu Azul** (Lote 42/2013), espécie de 'livro-performance' devido à areia que reveste sua capa e solta-se durante a leitura; o juvenil **Odisseia de Homero (segundo João Vitor)** (Editora Gaivota/2014), análise amalucada das aventuras de Ulisses do ponto de vista de um aluno; e **Mateus, Marcos, Lucas e João** (EDUSP/2014), mistura de ficção, história e design em releitura que traz a Bíblia medieval para o século 21.