

A propaganda de um produto farmacêutico, escrito com enormes letras brancas no telhado de um teatro, no local mais visível e movimentado da cidade, é sem dúvida uma inovação. O que se apresenta não é, neste caso, o anúncio de uma casa com a eventual inclusão de sua especialidade e seus artigos, mas o de um produto, pelo seu nome apenas, o que já supõe o seu conhecimento através de outros meios de comunicação — propaganda em revista, folhetos, cartazes, etc... — e a inovação é o fato de ele poder estar em qualquer lugar, perdendo assim os limites de tamanho e visibilidade impostos pela fachada a que devia se prender, que condicionavam a existência da então pouco expressiva gráfica urbana. A propaganda se solta e começa a ganhar corpo em locais mais destacados na cidade. A rigor, a gráfica urbana é tão antiga quanto as primeiras inscrições em portas, frontões, bandeiras, e surge quando um sinal qualquer é gravado nas fachadas dos edifícios, em marcos, etc..., para registrar uma informação qualquer de data, nome de localidade ou simples marca de identidade. Para executá-la, seria o bastante um profissional habilidoso que, mesmo sendo de outra especialidade, poderia levá-la a efeito. E é assim que devem ter surgido na cidade as primeiras manifestações de uma gráfica voltada para o seu público.



*Inscrição na verga da porta da capela de São Miguel Paulista, reconstruída em Julho de 1622*

Mas é com as transformações que começam a ocorrer desde o início do século, e que têm evidente reflexo sobre a publicidade, que novos meios de divulgação vão ser exigidos, novas técnicas vão surgir, à medida em que se intensifica o seu uso, com diferentes soluções e novas formas de produzi-las, formando seus próprios profissionais.

As mais antigas oficinas de confecção de placas de que se tem informação datam dessa época, quando já se encontram estabelecidas de forma própria, com seus profissionais, em grande parte imigrantes que para cá trouxeram e ensinaram também os conhecimentos desta técnica.

Os cartazes, que já existiam com formas de produção e especialistas próprios, mais se aproximam da imprensa e vão mais e mais se desenvolvendo em sentido paralelo ao da gráfica de produção não seriada das placas e painéis.

Um exemplo bastante expressivo do que foi observado — a transformação da gráfica na cidade e a interferência que ela provoca no ambiente urbano — pode ser constatado nas fotos do Vale do Anhangabaú, tiradas ao longo do período mais significativo da sua História.