ENQUADRAMENTO SOCIO-CULTURAL: PUBLICIDADE

GUERRA

DÉCADA DE 40

A publicidade é utilizado como propaganda na Segunda Guerra Mundial. Um dos maiores exemplos é *Rosie the Riveter*

TELEVISÃO

1954

A televisão estabelece-se como o principal meio de comunicação nos EUA mudando o rumo da indústria publicitária

FOTOGRAFIA

DÉCADA DE 50

A fotografia começa progressivamente a ser utilizada na publicidade substituindo a ilustração. Um dos principais exemplos é o *cowboy* da Marlboro

ADMEN

DÉCADA DE 60

A publicidade torna-se uma indústria atrativa e prestigiosa. Os *Admen* tornam-se personalidades.

DENÚNCIA SOCIAL

DÉCADAS DE 60 E 70

A geração dos *baby boomers* cresce com a televisão e como tal utiliza a imagem como um instrumento de expressão. A publicidade é utilizada como um meio de denúncia social

INDIVIDUAL

DÉCADAS DE 80 E 90

Num mundo progressivamente mais conectado o excesso de marcas e opções resulta num consumidor mais individualista

INOVAÇÃO

DÉCADAS DE 90 E 2000

Maior procura por inovação e novos meios de chegar ao consumidor. Com o aumento da concorrência aparece a publicidade direcionada e estabelecem-se targets cada vez mais específicos

QUESTÕES SOCIO CULTURAIS

DÉCADAS DE 90 E 2000 →

A publicidade é utilizada para alertar o público para tópicos anteriormente evitados como a homosexualidade, o racismo e a violência