



série
oportamentos

RENATO DIMENSTEIN
YVONE M. MASCARENHAS HORNOS

Manual de proteção radiológica aplicada ao radiodiagnóstico

4ª EDIÇÃO


Senac

Resumo de Criação sem Pistolão

Nem sempre existiu a propaganda criativa. Porque nem sempre ela precisou ser criativa. Depois da Revolução Industrial, o mundo assistiu ao lançamento de milhares de produtos novos. A geladeira, o automóvel, o liquidificador, o creme dental, a margarina e produtos de beleza passaram a ser vendidos em larga escala.

Como tudo era novidade, bastava mostrar o produto, dizer para que ele servia e pronto: as pessoas iam correndo comprar. Por isso os anúncios eram óbvios, diretos, sem qualquer criatividade.

Essa situação começou a mudar na segunda metade do séc. 20. Os produtos deixaram de ser novidade e foram surgindo diversos concorrentes no mercado. Foi por isso que surgiu a propaganda criativa: para ganhar a preferência do consumidor, diferenciar os produtos e construir a imagem das marcas.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)