

20 minutos

ESPECIAL DÍA DE LA PUBLICIDAD

VIERNES, 26 DE ENERO DE 2018



LA REVOLUCIÓN DE LOS DATOS

TENDENCIAS EN AUGE

La inteligencia artificial saca músculo dentro del mercado publicitario digital

NUEVOS CONCEPTOS

Soportes y estrategias editoriales toman protagonismo entre los anunciantes

CLARA DUPLÁ

Nos encontramos ante una nueva era de cambio digital. Y la moderna industria publicitaria no resulta ajena a esta situación. Sus orígenes se remontan a finales del siglo XIX en Estados Unidos, cuando empezaron a potenciarse nuevas estrategias de mercado que acercaron a los posibles usuarios a los productos que se pretendían comercializar. En Europa fue la

I Guerra Mundial la que cambió el objeto y el ámbito de acción de la creación publicitaria, que por primera vez pasó a ejercer como un instrumento de acción social directa que no se limitaba a la venta de productos sino que también servía para comunicar ideas y para despertar sentimientos. Ya a partir de los años cincuenta, tras el fi-

PASA A PÁGINA SIGUIENTE

