

RESUMEN DE LA CONFERENCIA DE PEDRO HELLÍN

TÍTULO CREATIVIDAD PUBLICITARIA

Los procesos publicitarios se han visto modificados por la irrupción de las tecnologías de la comunicación en la comunicación comercial. Los sistemas tradicionales centran la actividad publicitaria en los medios de comunicación como son prensa, radio y televisión. Sin embargo, la llegada y generalización de internet supone una transformación de los procesos creativos de la publicidad debido a la creciente importancia de los usuarios como prosumer.