

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30727 HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

Grupo 1

### Presentación

Esta asignatura hace un recorrido por la historia de la humanidad, desde el nacimiento de las primeras civilizaciones, partiendo del concepto de ciudad como contexto imprescindible para comenzar a hablar del comercio. Considerando como una larga etapa prepublicitaria toda la historia anterior a la primera revolución industrial se prestará especial atención a los dos últimos siglos de historia de Occidente.

### Programa Básico

#### TEMARIO

El esquema o índice de partida de esta asignatura está básicamente estructurado siguiendo el libro que podremos considerar como manual de la asignatura, HISTORIA DE LA PUBLICIDAD, obra de Raúl Eguizábal Maza.

#### PRIMERA PARTE: ETAPA PREPUBLICITARIA.

La actividad anunciadora antes de la imprenta (primeras manifestaciones "publicitarias")

TEMA I. El Mundo Antiguo

TEMA II. La Edad Media.

TEMA III. Renacimiento, Barroco e Ilustración.

#### SEGUNDA PARTE: LOS ORÍGENES DE LA PUBLICIDAD MODERNA.

TEMA IV. Las época de las revoluciones.

TEMA V. La consolidación de la actividad publicitaria.

#### TERCERA PARTE: LA EXPANSIÓN DE LA PUBLICIDAD.

TEMA VI. Publicidad y Guerras Mundiales.

#### CUARTA PARTE: LA ERA DEL CONSUMO.

TEMA VII. La sociedad del bienestar.

#### QUINTA PARTE: LA PUBLICIDAD EN ESPAÑA.

### Objetivos

## TEMARIO

El esquema o índice de partida de esta asignatura está básicamente estructurado siguiendo el libro que podremos considerar como manual de la asignatura, HISTORIA DE LA PUBLICIDAD, obra de Raúl Eguizábal Maza.

### PRIMERA PARTE: ETAPA PREPUBLICITARIA.

La actividad anunciadora antes de la imprenta (primeras manifestaciones "publicitarias")

#### TEMA I. El Mundo Antiguo

- Manifestaciones orales.
- Manifestaciones escritas.
- La publicidad electoral.
- Las enseñas.
- Las "marcas".

#### TEMA II. La Edad Media.

- Las manifestaciones de poder.
- El comercio.
- La actividad anunciadora.
- Conclusiones sobre la publicidad antes de la imprenta.

#### TEMA III. Renacimiento, Barroco e Ilustración.

- Contexto histórico: generalidades sobre los siglos XV-XVIII.
- La aparición de la imprenta en Europa. Antecedentes y trascendencia.
- Primeras manifestaciones impresas. La prensa: nacimiento y evolución.
- Actividad publicitaria entre los siglos XV-XVIII: folletos y carteles; marcas y etiquetas; prensa y primeros periódicos; la enseña y el mural comercial; pervivencia de la publicidad oral.

### SEGUNDA PARTE: LOS ORÍGENES DE LA PUBLICIDAD MODERNA.

#### TEMA IV. Las época de las revoluciones.

- Contexto histórico finales del siglo XVIII - principios del siglo XX: datos fundamentales de política, cultura, prensa, y grandes inventos tecnológicos.
- La primera revolución industrial.
- Transformaciones sociales y económicas. Fundamentos del capitalismo.
- Publicidad inglesa y revolución industrial.
- La libertad de prensa.
- La Independencia de los EEUU.
- La Revolución Francesa.
- Propaganda, publicidad política y publicidad comercial.
- La publicidad exterior en el siglo XIX.
- Prensa, revistas y exposiciones universales.

#### TEMA V. La consolidación de la actividad publicitaria.

- La segunda revolución industrial.
- El nacimiento de la sociedad de masas.
- El desarrollo de la marca.
- Los medicamentos patentados.
- Las agencias, su nacimiento y consolidación.
- Evolución de los medios impresos. La fotografía.

### TERCERA PARTE: LA EXPANSIÓN DE LA PUBLICIDAD.

#### TEMA VI. Publicidad y Guerras Mundiales.

- Contexto histórico de la primera mitad del siglo XX.
  - Las acciones publicitarias en la Primera Guerra Mundial.
  - La publicidad en el periodo de entreguerras. El Crac.
  - Las acciones publicitarias en la Segunda Guerra Mundial.
  - El diseño gráfico, el cartel y la publicidad exterior.
  - El cine.
  - La radio.
-

- 
- Nuevos productos.
  - La publicidad científica.
  - Actividad publicitaria en EEUU, Inglaterra y Rusia.
  - Agencias y estilos.

#### CUARTA PARTE: LA ERA DEL CONSUMO.

##### TEMA VII. La sociedad del bienestar.

- Contexto histórico de la segunda mitad del siglo XX.
- Nacimiento de la sociedad de consumo.
- La televisión.
- La actividad publicitaria en los años 50 y 60.
- La publicidad política.
- El marketing.
- Los símbolos.
- La publicidad internacional: crisis económicas y agencias multinacionales.
- Internet.

#### QUINTA PARTE: LA PUBLICIDAD EN ESPAÑA.

- Prensa y publicidad exterior en el siglo XVIII.
- Siglo XIX: Publicidad impresa y desarrollo de la profesión publicitaria.
- Siglo XX: Agencias, prensa, revistas, cartelería y concursos. Cine, radio y televisión. Turismo, profesionalización y estudios superiores. Los años 70, la democracia y el consumismo.
- Importancia de la publicidad española en las últimas décadas.

---

### Programa Práctico

Bien avanzado el cuatrimestre se propondrá a los alumnos como trabajo voluntario un ejercicio de repaso consistente en cuadros cronológicos que habrán de servir de guía para el repaso final de la asignatura.

---

### Evaluación

La evaluación de la asignatura tendrá un solo criterio objetivo: el examen final. No obstante se valorará la asistencia a clase y la participación, así como el desarrollo del trabajo (o pequeños trabajos) de prácticas propuesto (s) de manera voluntaria, siempre y cuando su calidad merezca reconocimiento.

---

### Bibliografía

- Anaut, Norberto: Breve historia de la publicidad, Buenos Aires, Claridad, 1.990.  
Barnicoat, John: Los carteles. Su historia y su lenguaje, Barcelona, Gustavo Gili, 1972.  
Costa, J.: Reinventar la publicidad, Madrid, Fundesco, 1.993.  
Eguizábal, Raúl: Historia de la Publicidad, Madrid, Eresma & Celeste ediciones, 1998.  
Faura, F.: Historia de la publicidad, Barcelona, Producciones Editoriales, 1976.  
Ferrer Rodríguez, E.: La historia de los anuncios por palabras, Madrid, Maeva, 1.989.  
Fox, Stephen: The Mirror Makers. A History of American Advertising and its Creators, Nueva York, William Morrow and Company, Inc., 1984.  
García Ruescas, F.: Historia de la publicidad en España, Madrid, Editora Nacional, 1.971.  
Godrun, Ch. y Dalrypel, H.: Advertising in America. The First 200 Years, Nueva York, H.N. Abrams, 1.990.  
González Martín, J.A.: Teoría general de la publicidad, Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1.996.

---

Heras Pedrosa, C.: La década de oro de la publicidad en España: años 60, Ayuntamiento de Málaga, 2000.  
Marchamalo, Jesús: Bocaballos de delfín, Barcelona, Grijalbo, 1996.  
Mattelart, A.: La internacional publicitaria, Madrid, Fundesco, 1.989.  
Meggs, Philip B.: Historia del diseño gráfico, México, Trillas, 1.991.  
Müller- Brockmann, J.: Historia de la comunicación visual, Gustavo Gili, 1998.  
Nevett, T.R.: Advertising in Britain, Londres, Heinemann, 1982.  
Pendergrast, Mark: Dios, Patria y Coca-Cola. La historia no autorizada de la bebida más famosa del mundo, Buenos Aires, Ediciones B. Argentina, 1993.  
Pizarroso Quintero, A.: Historia de la propaganda, Madrid, Eudema, 1.990.  
Puig, Jaime, J. : 5.000 años de historia del comercio y la publicidad. La aventura de la comunicación publicitaria y comercial, Barcelona, Rosaljai, 1996.  
Raventós: Cien años de publicidad española. 1899-1999, Madrid, Telefónica, 2.000  
Russell, T y Verrill, G.: Otto Kleppner's publicidad, México, Prentice Hall, 1.988.  
Sánchez Guzmán, J.R.: Breve historia de la publicidad, Madrid, Ciencia 3, 1989.  
Satué, Enric: El libro de los anuncios I, II y III, Barcelona, Altafulla, 1.985, 1.988 y 1.991.  
Satué, Enric: El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días, Madrid, Alianza, 1.988.  
Satué, Enric: El diseño gráfico en España. Historia de una forma comunicativa nueva, Madrid, Alianza Forma, 1997.  
Sivulka, Julian: Soap, Sex and Cigarettes. A Cultural History of American Advertising, Belmont, Wadsworth Publishing Company, 1998.  
Watkins, Julian Lewis: The 100 greatest Advertisements, 1852-1958, Nueva York, Dover Publications, 1993

---