



Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I

HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

Curso 2009-2010

Profa. Natalia Abuín Vences

nabuinve@ccinf.ucm.es

OBJETIVOS

- Estudio de la publicidad como fenómeno comunicativo, sus orígenes, su evolución y desarrollo como práctica profesional y su impacto en el desarrollo de las sociedades.
- Adquirir una mejor comprensión de la actividad publicitaria a través de la aproximación diacrónica al fenómeno.
- Analizar la influencia de la publicidad en el desarrollo de los medios de comunicación social.

CONTENIDOS

TEMA 1: LA PUBLICIDAD ANTES DE LA IMPRENTA

- 1.1. Primeras manifestaciones
- 1.2. Egipto
- 1.3. Fenicia
- 1.4. La publicidad en la antigüedad clásica: Grecia y Roma
- 1.5. La Edad Media

TEMA 2: LA LLEGADA DE LA IMPRENTA

- 2.1. La revolución Gutenberg
- 2.2. Las ciudades mercantiles
- 2.3. La aparición de la prensa y la publicidad en ella
- 2.4. Las oficinas de avisos
- 2.5. Los primeros periódicos publicitarios

TEMA 3: LOS PRIMEROS PUBLICISTAS

- 3.1. Las aportaciones inglesas
- 3.2. Los inicios de la prensa y la publicidad en EE.UU.
- 3.3. Los franceses. De Voltaire a la Revolución
- 3.4. La publicidad española en la Ilustración

TEMA 4: EL NACIMIENTO DE LA PUBLICIDAD



- 4.1. El origen de la publicidad comercial
- 4.2. La fotografía
- 4.3. El telégrafo
- 4.4. La prensa
- 4.5. El cartel

TEMA5: CONSOLIDACIÓN DE LA ACTIVIDAD PUBLICITARIA

- 5.1. Factores económicos entre 1848 y 1914
- 5.2. El desarrollo de la marca
- 5.3. Los periódicos y revistas
- 5.4. El arte del cartel
- 5.5. Fundamentos de la publicidad moderna

TEMA 6: LA PUBLICIDAD ENTRE DOS GUERRAS

- 6.1. La publicidad y el crac del 29
- 6.2. La publicidad en la Primera Guerra Mundial
- 6.3. La publicidad en la Segunda Guerra Mundial
- 6.4. El cartel y el diseño gráfico publicitario
- 6.5. La publicidad exterior
- 6.6. El cine
- 6.7. La radio

TEMA 7: EL DESARROLLO DE LA TÉCNICA PUBLICITARIA

- 7.1. Las bases científicas de la publicidad
- 7.2. La publicidad rusa de los años 20
- 7.3. La publicidad inglesa de entreguerras
- 7.4. Marcas y mercancías

TEMA 8: LA PUBLICIDAD CONTEMPORÁNEA

- 8.1. La publicidad en Televisión
- 8.2. La publicidad política
- 8.3. La publicidad en los años 50 y 60
- 8.4. La publicidad en Internet

BIBLIOGRAFÍA

- ARENS F., William. *Contemporary Advertising*. Boston: McGraw-Hill Irwin, 2004.
- BARNICOAT, John. *Los carteles: su historia y su lenguaje*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1995.
- CHECA GODOY, Antonio. *Historia de la Publicidad*. Coruña: Editorial Netbiblo, 2007.



- EGUIZÁBAL MAZA, Raúl (Coord.). *La comunicación publicitaria: antecedentes y tendencias en la sociedad de la información y el conocimiento*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2004.
- EGUIZÁBAL MAZA, Raúl. *Historia de la Publicidad*. Madrid: Editorial Eresma & Celeste, 1998.
- LEARS, Jackson. *Fables of abundance: a cultural history of advertising in America*. Nueva York: Basic Books, 1994.
- MARTÍ PARREÑO, José. *Marketing y Publicidad en Internet*. Básico. Madrid: Starbook Editorial, 2009.
- NEVETT, Terence R. *Advertising in Britain: a history*. Londres: London Heinemann, 1982.
- PÉREZ RUIZ, Miguel Ángel. *La publicidad en España: anunciantes, agencias y medios (1850-1950)*. Madrid: Fragua, D.L., 2001.
- PÉREZ RUIZ, Miguel Ángel. *La transición de la publicidad española: anunciantes, agencias, centrales y medios. 1950-1980*. Madrid: Fragua, 2003.
- PUIG J., Jaime. *5.000 años de historia del comercio y la publicidad: la aventura de la comunicación publicitaria y comercial*. Barcelona: Editorial Rosaljai, 1996.
- SALAS NESTARES, M^a ISABEL. *La comunicación publicitaria interactiva en Internet*. Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU, 1999.
- SÁNCHEZ GUZMÁN, José Ramón. *Breve historia de la publicidad*. Madrid: Editorial Ciencia 3. Distribución, 1989.
- TUNGATE, Mark. *El universo publicitario: Una historia global de la publicidad*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2008.

EVALUACIÓN

- Examen al final del cuatrimestre (90%).
- Trabajo obligatorio que se entregará al final del cuatrimestre (10%).
- Se valorará la realización de las prácticas que puntualmente solicite el profesor y servirán para mejorar la nota final.