

CURS ACADÈMIC: 2002-2003

**LLICENCIATURA: PUBLICITAT I RELACIONS
PÚBLIQUES CURS: 2n**

Codi:	20663
Assignatura:	Història de la Publicitat i de les Relacions Públiques
Tipus d'assignatura:	Ob
Nº de crèdits:	5
Professorat:	Teoria: Antoni Noguero (Gr 54)
Quadrimestre:	2n

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

Coneixement històric del fenomen i evolució de l'expressió publicitària i de les RR.PP. des dels seus orígens fins als nostres dies. Anàlisi de les tendències, corrents i manifestacions.

TEMARI:

1. De la prehistòria de la publicitat a la invenció i desenvolupament de la indústria impressora moderna (1440-1600).

Primitives manifestacions de la comunicació persuasiva i publicitat. Anàlisi de les diferents civilitzacions: Grècia i Roma. L'Edat Mitjana: comerç, fires i pregoners. Ensenyes, emblemes, marques i gremis. La Reforma: impremta i alfabetització. Primeres manifestacions publicitàries impreses. L'època dels descobriments i el comerç.

2. Els inicis de la premsa periòdica i els anuncis per paraules (1600-1900). La institucionalització de l'activitat publicitària (1900- 1919). Europa i Amèrica.

El comerç els segles XVII i XVIII. La revolució industrial i la publicitat. Renaudot i el seu Bureau d'adresses. Els fulls d'anuncis. Les primitives manifestacions del gènere publicitari a Espanya. Els dissenys gràfic i el cartellisme publicitari a Europa i Amèrica. La publicitat en premsa. El naixement de l'agent de premsa. Emile de Girardin. El fenomen de les gazettes. La forma i el contingut dels anuncis. El naixement de les agències de publicitat a Europa i Amèrica. Els grans cartellistes francesos: Jules Chéret, Toulouse-Lautrech, i Alphonse Mucha. Els cartellistes catalans de l'època: Alexandre de Riquer, Ramon Casas, Utrillo, etc. La publicitat a Catalunya: Prat Gaballi.

3. El naixement de la publicitat radiofònica (1920-1939). El període bèl·lic (1936-1946). L'ús de la televisió com a mitjà publicitari (1945-1960).

L'activitat publicitària en general: anunciants i mitjans. Característiques diferencials entre Europa i Amèrica. La Gran Depressió. La publicitat com a disciplina acadèmica com a disciplina acadèmica. Els professionals destacats i l'associacionisme. Les formes publicitàries a la ràdio. Publicitat i conflictes bèl·lics: De la Guerra Civil espanyola a la II Guerra Mundial. Publicitat i anunciants espanyols a l'època autàrquica. La primitiva informació / comunicació integrada. Televisió i publicitat. Els inicis del marketing a Espanya.

4 . La societat de consum (1960-1972). La publicitat a la crisi econòmica (1973-1980). La publicitat a l'era de les noves tecnologies (1980-2000).

El context socio-polític de la dècada dels 60. L'auge de la publicitat a la televisió. Promulgació de l'estatut de la Publicitat i l'*Instituto Nacional de Publicidad*. Anàlisi comparatiu entre les agències de publicitat espanyoles i nord-americanes: la seva organització i desenvolupament. La comunicació corporativa. Creativitat i Publicitat. Estudi de casos: Sèguèla a França; MMLB i RCP a Espanya; Saatchi & Saatchi a Anglaterra. La crisi de les agències front les centrals de compres. La publicitat i el mapa de les televisions a Espanya. La publicitat en mitjans escrits i a la ràdio. La publicitat i les noves tecnologies: Publicitat i *Internet*. El fenomen *below the line*. El Col·legi de Publicitàries, Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya.

5. Història de les relacions públiques als EE.UU. (I).

Etapas històriques de les relacions públiques. Classificació d'Edward L. Bernays.

A) Les relacions públiques avui dia. B) Per què és essencial avui dia el coneixement de les relacions públiques. C) Els orígens de les relacions públiques. D) Des de l'Edat Mitjana fins al món modern. E) Les relacions públiques a Nordamèrica des del 1600 fins al 1800. F) Les relacions públiques durant el període de l'expansió, des del 1800 fins al 1865, als EE.UU. G) De l'etapa de: "El públic que se'n vagi a l'infern " (*The Public Be Damned*), 1865-1900; a la de "El públic ha de ser informat " (*The Public Be Informed*), 1900-1919. H) El naixement d'una nova professió: 1919-1929. I) De la majoria d'edat de les RR.PP. : 1929-1941 , al període de la integració : 1941-1951.

6. Història de les relacions públiques a EE.UU. (II).

Etapes històriques de les relacions públiques. Classificació segons Scott M. Cutlip.

A) L' antecendent de les assessories (1900-1919).: Les primeres agències: els seus antecedents. B) Boston, 1900: *Publicity Bureau*; Washington, 1902: Smith & Walmer (*publicity business*); y Nova York, 1904: Parker and Lee. C) L' agitació professional i la puja sobtada dels anys vint (1919-1930), i els seus protagonistes: T.J. Ross; Edward L. Bernays, John Price Jones; Steve Hannagan; Harry Bruno; William H. Baldwin; Ben Sonnenberg; Clarke i Tyler; John W. Hill. D) La Gran Depressió i els anys posteriors: Carl Byoir, Whitaker & Baxter.

7. Història de les relacions públiques als EE.UU. (III).

Des dels orígens a l'estructura contemporània de les relacions públiques: El plantejament històric de James E. Grunig i Todd Hunt.

A) L' activitat de les relacions públiques a la història: Des de l'Antiguitat a la invenció de la impremta. B) Interpretació de l'American Revolution i la integració del territori dels EE.UU. C) Amos Kendall i la seva col·laboració amb el president Jackson.

8. Història de les relacions públiques als EE.UU. (IV).

Des dels orígens a l' estructura contemporània de les relacions públiques: El plantejament històric de James E. Grunig i Todd Hunt.

A) Els quatre models de les relacions públiques des de la seva perspectiva història: en la teoria i en la pràctica. B) L' agent de premsa: informació (*publicity*) (1850-1900). C) Informació pública (1900-1920). D) Doble flux asimètric (1920-1960). E) Doble flux simètric (1960-1970).

9. Història de les relacions públiques a Europa i la resta del món. (I).

Alemanya, Bèlgica, Dinamarca, Finlàndia, França, Holanda, Itàlia, Noruega, Portugal, Regne Unit, Suècia, Suïssa. La *Common House* i els països de l' Est. Àsia i Oceania. Els països americans. L'associacionisme professional A) *International Public Relations Association (IPRA)* B) *European Public Relations Association (CERP)* . C) La Federació Interamericana de Relaciones Públicas (FIARP). D) *Public Relations Society of America (PRSA)*.

10. Història de les relacions públiques a Europa i la resta del món. (II). Espanya i Catalunya

Espanya: Els seus orígens i evolució. Els professionals. Les primeres agències. El Pla de Desenvolupament. Normativa i legislació: El registre de Tècnics de Relacions Públiques. El moviment associatiu. Inici i estructura de l'ensenyament de les relacions públiques a Espanya. Història i característiques del desenvolupament de les relacions públiques a Catalunya: Del traspàs de competències al cens de la Conselleria de Comerç i Turisme de la

Generalitat de Catalunya al Col·legi de Publicitàries, Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya.

BIBLIOGRAFIA

BÀSICA:

BIBLIOGRAFIA: HISTÒRIA DE LA PUBLICITAT

Eguizábal, Raúl (1999): *Historia de la publicidad*. Eresma & Celeste, Madrid.

Herreros Arconada, Mario (1995): *Història de la publicitat a Catalunya*. Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya, Barcelona.

Noguero, Antoni (2002): *Dossier de publicidad y relaciones públicas*. E.S.R.P. Barcelona.

COMPLEMENTÀRIA:

Herreros Arconada, M.; y Satué, Enric (1988): *La publicidad en el diseño urbano*. Publivia, Barcelona.

Advertising Age(Eds.) (1988): 150 años de éxito en marketing. Norma, Caracas.

Benetton, Luciano (1991): *Benetton. El color del éxito*. Espasa Calpe, Madrid.

Centre Georges Pompidou (1990): *Art & Pub*. C.G.P., París.

Fontcuberta, Joan (1998): *Hora cero. El ayer de la publicidad y de las relaciones públicas*. Thassàlia, Barcelona.

Julier, Guy (1993): *20th Century Design*. Tames & Hudson, Londres.

Kleppner's, Otto (1988): *Publicidad*. Prentice Hall, México.

Martin, Marc (1992): *Trois Siècles de Publicité en France*. Odile Jacob, París.

Mayer, Martin (1991): *Whatever Happened to Madison Avenue? Advertising in the 90's*. Little Brown, Boston.

Meyers, Williams (1984): *Los creadores de imagen*. Planeta, Barcelona.

Pope, Daniel (1983): *The Making of Modern Advertising*. Basic Books, Nueva York.

Room, Adrian (1984): *Dictionary of Trade Names*. Routledge & Kegan Paul, Londres.

Sánchez Guzmán, J.R. (1976): *Breve historia de la Publicidad*. Pirámide, Madrid.

Sanz de la Tajada, Luis Ángel (1998): *Auditoría de la imagen. Métodos y técnicas de estudio de la imagen*. Síntesis, Madrid.

Turner, E. S. (1952): *The Shocking History of Advertising*. London, Pinguin.

Satué, Enric (1985): *El libro de los anuncios. Tomos I y II*. Altafulla, Barcelona.

Satué, Enric (1990): *El diseño gráfico desde sus orígenes hasta nuestros días*. Alianza, Madrid, 1990.

Watson Dunn, S. (1982): *Advertising*. The Dryden Press, Chicago.

BIBLIOGRAFIA
BÀSICA:

BIBLIOGRAFIA:
HISTÒRIA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Cutlip, Scott M. (1994): *The Unseen Power: Public Relations. A History*. Lawrence Erlbaum, Hillsdale, N.J.

Noguero, A. (1994): "La historia de las relaciones públicas en España: 1954-1990", en *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, nº 1, 2ª época.

..... (1995): *La función social de las Relaciones Públicas: Historia, teoría y marco legal*, ESRP-EIB, Barcelona. Pp. 140-166.

COMPLEMENTÀRIA:

Arceo Vacas, J. L. (1988): *Fundamentos para la teoría de las relaciones públicas*. PPU, Barcelona.

Baskin, Otis; y Aronoff, Craig (1988): *Public Relations: The Profession and the Practice*. Brown Publishers, Dubuque, IA.

Bernays, Edward L. (1970): *Public Relations*. University of Oklahoma Press, Norman, OK. 5ª ed. Existe versió castellana (1969): *Relaciones públicas*. Troquel, Buenos Aires. 2ª ed.

.....(1965): *Biography of an Idea: memoirs of Public Relations Counsel Edward L. Bernays*. Simon y Schuster, Nueva York.

Goldman, Eric F. (1948): *Two-Way Street*. Bellman Publishing, Boston.

Hollis Europe: The Directory of European Public Relations & PR Networks (1994/ 1995).

McManus, T. (1995): "Desarrollo en la investigación de las relaciones públicas europeas y su valor para los profesionales en ejercicio", en *Revista Universitaria de Publicidad y Relaciones Públicas*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, nº 2, 2ª época.

Newson, Doug; Scott Alan; y Vanslyke Turk, Judy (1993): *This Is PR. The Realities of Public Relations*. Wadsworth, Belmont, California. 5ª ed.

Noguero, A. (1990): *Relaciones públicas e industria de la persuasión*. PPU. Barcelona.

Olasky, Marvin N. (1987): *Corporate Public Relations: A New Historical Perspective*. Lawrence Erlbaum, Hillsdale, N.J.

Seitel, Fraser P. (1989): *The Practice Public Relations*. Macmillan, Nueva York. 4ª. ed.

Wiebe, Robert H. (1989): *Businessmen and Reform: A Study of the Progressive Movement*. Ivan R. Dee, Chicago.

METODOLOGIA DOCENT: **TEORIA**

Se explicarà cronològicament el desenvolupament històric del fenomen de la publicitat i de les relacions públiques. Igualment, es facilitarà un dossier amb documentació complementaria a la bibliografia, no publicada.

PRÀCTIQUES:

- C) Anàlisi de documents audiovisuals i filmografia específica, i
- D) Presentació a classe del treball d'investigació realitzat al llarg del semestre.

SISTEMA D'AVUACIÓ:

Es podrà efectuar una avaluació al finalitzar el quadrimestre o també un treball d'investigació que prèviament serà acordat amb el professor de l'assignatura i acceptat durant el primer mes d'iniciat el semestre

ALTRES QÜESTIONS