

# HISTÒRIA DE LA PUBLICITAT I LES RELACIONS PÚBLIQUES

Segon curs /Segon semestre 20663 (OB) 5c

Prof. Antoni Noguero

## TEMARI

1. De la prehistòria de la publicitat a la invenció i el desenvolupament de la indústria impressora moderna (1440-1600) Manifestacions primitives de la comunicació persuasiva i la 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 als segles XVII i XVIII. La revolució industrial i la publicitat. Renaudot i el seu Bureau d'adresses. Els fulls d'anuncis. Les manifestacions primitives del gènere publicitari a Espanya. Els dissenys gràfics 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. 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 informació primitiva/comunicació integrada. Televisió i publicitat. Els inicis del màrqueting a Espanya.

4. La societat de consum (1960-1972). La publicitat en la crisi econòmica (1973-1980). La publicitat en l'era de les noves tecnologies (1980-1994).

El context socio-polític de la dècada dels seixanta. L'auge de la publicitat a la televisió. Promulgació de l'Estatut de la publicitat i l'Instituto Nacional de Publicidad. Anàlisi comparativa entre les agències de publicitat espanyoles i les nord-americanes: la seva organització i desenvolupament. La comunicació corporativa. Creativitat i publicitat. Estudi de casos: Sèguèla a França, MMLB i RCP a Espanya, Satchi & Satchi a Anglaterra. La crisi de les agències enfront de les centrals de compres. La publicitat i el mapa de les televisions a Espanya.



La publicitat en mitjans escrits i en la ràdio. La publicitat i les noves tecnologies. El fenomen below the line.

#### 5. Història de les relacions públiques als EUA (I).

Etaques 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 Nord-amèrica des del 1600 fins al 1800. F) Les relacions públiques durant el període de l'expansió, des del 1800 fins al 1865, als EUA. G) De l'etapa de: "El públic que se'n vagi al 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 relacions públiques: 1929-1941, al període d'integració: 1941-1951.

#### 6. Història de les relacions públiques als EUA (II).

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

A) L'antecedent de les assessories (1900-1919). Les primeres agències: els seus antecedents. B) Boston, 1900: Publicity Bureau; Washington, 1902: Smith & Walmer (publicity business); 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 EUA (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 en la història: des de l'antiguitat a la invenció de la impremta. B) Interpretació de l'American Revolution i la integració del territori dels EUA. C) Amos Kendall i la seva col.laboració amb el president Jackson.

#### 8. Història de les relacions públiques als EUA (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 perspectiva històrica: 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

Alemanya, Bèlgica, Dinamarca, Finlàndia, França, Holanda, Itàlia, Noruega, Portugal, Regne Unit, Suècia, 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 Federación Interamericana de Relaciones Públicas

(FIARP). D) Public Relations Society of America (PRSA)3.

**10. Història de les relacions públiques a Europa i a 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 tècniques 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.

**CONTINGUT**

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



## BIBLIOGRAFIA SOBRE HISTÒRIA DE LA PUBLICITAT

Abruzzese, Alberto; y Colombo Fausto (1994): *Dizionario della Pubblicità. Storia, tecniche e personaggi*. Zanichelli, Milano.

*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.

Fallow, Ivan (1990): *Saatchi & Saatchi. La publicidad al poder*. Ediciones B, Barcelona.

J. Puig Jaime (1986): *La publicidad. Su historia y técnica*. Mitre, Barcelona.

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

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

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

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

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

Mattelart, Aremand (1987): *La internacional publicitaria*. Fundesco, Madrid.

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.

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 SOBRE HISTÒRIA DE LES RELACIONS PÚBLIQUES.

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.

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

*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.

..... (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.

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.

Willems, J. (ed.). (1993): *Public Relations Education in Europe*. CERP Education.