



Universidad del Valle de Atemajac

Cencias y Técnicas de la Comunicación

7°A t/m

Comunicación Publicitaria

Guadalajara Jalisco a Septiembre 15, 2000

HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

La Publicidad es un cultivo natural del hombre; que se alimenta en su medio y se prolonga en él

La Publicidad debe interesar más como una designación de uso humano que como una definición de registro histórico

El hombre no ha sido hecho por la Publicidad ni para la Publicidad. Más bien, la publicidad está hecha a imagen y semejanza del hombre

La Publicidad contiene el privilegio de ejercer un oficio unido a la vieja trilogía de San Agustín: Enseñar, Arrebatar y Conmover

Ferrer Rodríguez

Toda publicidad, ya en la esfera de los negocios, ya en la política, logrará el éxito mediante la continuidad y la uniformidad metódica de su aplicación

Adolfo Hitler

La publicidad acrecienta el poder adquisitivo de los hombres. Crea necesidades para alcanzar mejor nivel de vida. Erige ante un hombre el objetivo de un hogar mejor, mejores vestidos, mejores alimentos. Incita al esfuerzo individual y a la mayor producción. Junta en unión fecunda aquellas cosas que, de otra manera, nunca se reunirían

Sir Winston Churchill

Podemos empezar por definir lo que es publicidad.

Para un ama de casa, la publicidad puede ser un anuncio que le habla de las ventas especiales del supermercado local; para su esposo el anuncio de un nuevo coche que le interesa comprar; para los niños las caricaturas que anuncian el pastelito o el jugo para el desayuno que ven por televisión Pero ¿qué es realidad?

Según Watson Dunn, en su libro Publicidad, la publicidad es *comunicación pagada no personal, que por conducto de los diversos medios publicitarios hacen empresas comerciales, organizaciones no lucrativas o individuos que están identificados de alguna manera con el mensaje publicitario*

Bien, ya toqué el punto sobre qué es la publicidad, pero ¿de dónde surge todo esto? Veamos un poco sobre la historia de la publicidad.

Hace muchos, muchos años Se puede decir que hace 25000 años, después de la edad paleolítica, empiezan a cultivarse los primeros datos de la publicidad al aparecer la magia, la religión y las pinturas rupestres. Las primeras formas de publicidad van asociadas al desarrollo del comercio y de los intercambios mercantiles. Según historias contadas por Herodoto, hace más de 2500 años las caravanas de mercaderes babilónicos se valían de hombres heraldos, de voz potente y clara pronunciación para anunciar sus productos.

Surgen los pregoneros, rótulos y gremios, parte importante en el primer periodo de desarrollo de la publicidad moderna. Los pregoneros eran elegidos por el poder de su voz y por la abundancia de sus dotes persuasivas. Luego aparecen los rótulos; en Israel, Pompeya y Grecia se usaban para anunciar las tiendas. En la antigua Roma, anunciaban las luchas de gladiadores y los juegos del circo. Los comerciantes de Mesopotamia colocaban en las puertas de sus establecimientos enseñas en relieve para identificar sus respectivas actividades y atraer a sus compradores. Después se usa esto en Grecia; pero se mejora esta técnica en Roma adornando, también, con rótulos que eran en su mayoría simbólicos

Y si hablamos de precursores en la publicidad, se puede mencionar a Homero, auténtico dador de nombre.

Los sofistas eran los grandes publicistas, afirmado por Platón: *Y hemos de cuidar, amigo mío, que el sofista no nos engañe cuando alaba lo que vende*

Existe un documento declarado como el más antiguo con algo más de 3000 años.

Entonces: con el esfuerzo del hombre para materializar, idealizar o expresar sus sentimientos ante las cosas que le rodean va creciendo el arte de la publicidad.

Antes de que naciera Cristo, los romanos ya publican los primeros periódicos. Roma es cuna de algunas patentes o creaciones publicitarias, inventando el sistema manuscritos de venta, ahora conocido como catálogo y la exhibición de mercancías en aparadores y escaparates.

Desde el año 539, antes de Cristo, se sabe que los muros son utilizados para escribir toda clase de mensajes.

En la América prehispánica hubo prodigalidad de simbolismos comerciales. México, el país más rico en ellos, los concentraba en sus mercados, con rítmicos pregones