



Mi Universidad

**Nombre de alumno: Valeria Carolina
Torres Kanter**

**Nombre del profesor: Lic. Cristina
Carreri**

**Nombre del trabajo: Antecedentes
del Marketing y de la Publicidad**

Materia: Campaña Publicitaria

Grado: 5to cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 13 de Enero de 2022.

Antecedentes del Marketing y de la Publicidad

Introducción

El Marketing y la Publicidad son elementos que apoyan al crecimiento de una marca, si bien ambos se complementan y van de la mano, pero por su parte, ambos cuentan con diferencias; en su caso, la Publicidad es aquella que tiene como fin dar a conocer los productos o servicios que tiene la empresa, en cambio el marketing, es el estudio del mercado, está mayormente concentrado en la comercialización de un producto y/o el impacto de la marca, en crear una imagen concreta de la empresa.



Ambos han evolucionado a lo largo de los años, complementando a las empresas y marcas por el camino hacia su éxito; como veremos, estos términos no siempre han estado como los conocemos hoy en día, de hecho, se menciona que las representaciones prehistóricas que podríamos confundir llamándolas como alguno de estos, no son parte de ellos, ya que no cuentan con las características básicas o esenciales para llamarlos así.

A lo largo de este texto, veremos los momentos de mayor relevancia dentro de la historia de la Publicidad y el Marketing, los cuales sirvieron de antecedentes para lo que hoy en día conocemos como estos términos, al igual que algunas campañas que fueron sumamente relevantes en su momento y enaltecieron el término de Publicidad.

Desarrollo

Publicidad.

“Primero, antes del siglo XIX lo que había, excepto quizás en la Inglaterra del siglo XVIII, eran anuncios pero no publicidad, aunque, en ocasiones, empleemos tal término para referirnos a esas manifestaciones. Las calles gremiales no eran el antecedente directo de las modernas avenidas, eran otra cosa. Las enseñas medievales o los alba romanos no eran carteles primitivos, eran otra cosa. No hay continuidad estricta de unos a otros, no hay una evolución de unas formas a otras, respondían a necesidades diferentes y se insertaban en realidades distintas. Hasta tal punto no deben confundirse, por ejemplo, las calles gremiales renacentistas, repletas de muestras, con las calles publicitarias de finales del siglo XIX, repletas de carteles, escaparates, columnas anunciadoras, etc., que los gremios fueron uno de los principales obstáculos para que se diese publicidad” R. Eguizabal (1998).

Como menciona el profesor Eguizabal, la publicidad no tiene origen en las eras prehistóricas como comúnmente podríamos creer, ya que en ese momento no se tenía en cuenta los aspectos más importantes de esta, más bien eran anuncios sin un componente comercial; se dice que la publicidad tiene origen en la Revolución Industrial en el Reino Unido (1750-1840) y la Revolución Francesa (1789).

Durante la Revolución Industrial en el Reino Unido, la publicidad se comenzó a dar a través del asentamiento de algunas bases económicas, y en el caso de la Revolución Francesa, esta proporcionó las condiciones ideológicas, sociales y políticas, terminando los gremios y privilegios reales, los cuales obstaculizaban el inicio de la publicidad.

Adentrándonos más a los datos que llevaron a cabo el inicio de la publicidad, encontramos que como pionero de la estructura publicitaria, por así decirlo, en 1759 Joseph Addison, dentro de sus consejos a anunciantes, menciona que *“El gran arte de redactar anuncios consiste en encontrar el método apropiado para atraer el lector”* asimismo, recomienda el uso de letra pequeña para que el lector lo lea como si este estuviera descubriendo un secreto. 1761 Pedro Ángel de Tarazona publica el periódico Diario Curioso, Histórico, Erudito y Comercial, Público y Económico, conocido popularmente como Diario de Tarazona, uno de los primeros periódicos españoles donde aparece publicidad.

Posteriormente la publicidad se va haciendo más popular, por ejemplo: El Dario de Tarazona, en 1761, es uno de los primeros periódicos en incluir publicidad, en 1785 de manos de John Walker, sale The Times, este periódico concede a la publicidad la Primera Plana.

Se dice que gracias a la introducción del Capitalismo en los países occidentales, desarrollándose gracias a la imprenta, la prensa y el cartel, **nace la publicidad**, debido a la necesidad de dar salida a las producciones masivas producidas por la fábrica y a la venta de productos que no son de primera necesidad.

La publicidad se fue volviendo un elemento más usado por las empresas, al punto en que en 1786, en Londres, William Tyler abre una oficina dedicada a ofrecer servicios de espacios publicitarios, al igual que Newton & Co. fundada ese mismo año.

Los inventos que se van desarrollando a lo largo de los años, como lo son la linotipia, litografía, prensa mecánica, fotograbadora, fotografía... dando lugar al desarrollo de los nuevos medios de difusión.

Durante el Siglo XIX, la publicidad crece a muy buen nivel, se comienza a cobrar en relación tirada y tarifa de publicidad, el periódico The Times, ingresa más de un millón de francos de oro por publicidad; en este momento, el texto es el elemento principal de los anuncios y poco a poco se introducen dibujos de los productos o las fabricas.

En Estados Unidos *“Nace la publicidad moderna, con los agentes de publicidad que buscan financiación para los periódicos contratando anuncios para estos”* .

En 1850, Phineas T. Barnum lleva a cabo la campaña de la visita de Swedish Nightingale, en Nueva York, siendo un rotundo éxito, ese mismo año se implementan leyes que controlan y evitan el fraude publicitario en diversos lugares del mundo.



Durante la segunda mitad de este siglo, la publicidad se consolida como actividad profesional, surgen grandes monstruos de la comunicación, como Unilever, Heineken o Procter & Gamble. La publicidad comienza a adquirir mayor valor, sobretodo en Estados Unidos, William Allen escribió *“La publicidad es el genio que está transformando a los EE.UU. en un sitio lleno de confort, lujo y facilidades para millones de personas. Es la fórmula alquímica que está moviendo el mundo... ¡Cómo es de benéfica, de omnipresente, de poderosa!”*. Las agencias publicitarias comienzan a ampliar su horizonte, ampliando su equipo con profesionales (John E. Powers, es el primer redactor publicitario contratado a tiempo completo), realizando estudios de mercado y ampliando el medio de llegada al cliente, al igual que nace la Liga de Prensa.



En el Siglo XX, la publicidad crece aun más, llegando quizá a su máximo apogeo, grandes marcas destinan fuertes cantidades a la publicidad, por ejemplo, el presupuesto de Coca-Cola al inicio del siglo alcanzó 100,000 dólares; se funda el Associated Advertising Clubs of America, se crea el modelo AIDA, se implementa el uso de nuevos medios (cine, radio, T.V), se implementa la publicidad en ámbitos deportivos, como el Superbowl; aparece la publicidad ofensiva y las empresas toman una mayor seriedad en no solo vender sus productos, sino en posicionarse ante su cliente y la competencia, utilizando la publicidad como medio para lograrlo. Se considera a 1980 como la

mejor década de la publicidad.

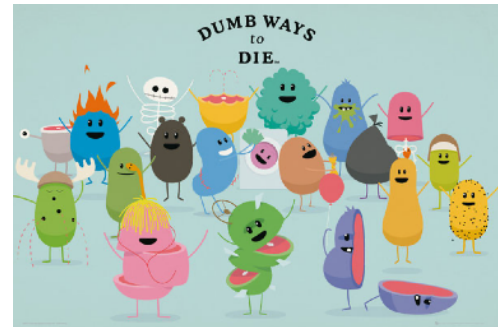
Hoy en día, la publicidad sigue evolucionando, buscando más que enseñar el producto, conectar con el cliente y así generar contenido de valor y mayor alcance...

Campañas Publicitarias Exitosas.

A lo largo de la historia han existido campañas publicitarias tan exitosas que marcaron a generaciones, por ejemplo:

“Tren de Melbourne: Maneras estúpidas de morir”
esta campaña fue ideada por McCann Melbourne, en búsqueda de fomentar la seguridad en trenes; los personajes carismáticos, el humor negro y el uso de una canción sencilla y pegajosa, dio origen a un éxito.

Esta campaña dio origen a un libro educativo, a una aplicación interactiva (la cual era un juego), así como posicionó al tema musical en el Top 10 de iTunes.



“We Will Rock You” el icónico comercial de Pepsi, filmado en el Coliseo Romano, con la presencia de Britney Spears, Beyoncé, Pink y Enrique Iglesias, al igual que una icónica canción de Queen, cuyos integrantes también participaron, dirigido por Tarsem Singh, fue estrenado durante los comerciales del Super Bowl.



El anterior no es el único comercial icónico de la marca Pepsi, ya que también ha contado con celebridades como Michael Jackson, One Direction, Cindy Crawford, entre otros...

Marketing.

Al igual que la publicidad, el marketing se desarrolla con la llegada de la Revolución Industrial *“La producción en masa y la promulgación de leyes antimonopolio generaron la necesidad de diferenciarse del resto de competidores, quienes fabricaban exactamente el mismo producto”*, a partir de la invención de la fábrica se empezaron a llevar a cabo algunos procesos que podemos llamar marketing, aunque el término aún no era conocido como tal.

El término fue utilizado por primera vez, por el profesor Jones de la Universidad de Michigan, a principios del Siglo XX; durante su origen histórico, el marketing se encargaba de la producción y del producto buscando tener una distribución lo más eficaz posible.

Al marketing lo dividimos en fases para poder identificar de mejor manera su evolución:



Marketing 1.0: (1890-1959) Esta centrado en el producto, se difunde la publicidad por medios tradicionales, es unidireccional, tiene como único objetivo aumentar las ventas.

Marketing 2.0: (1960-1989) Esta enfocado en las necesidades del consumidor, para producir un engagement, la preocupación principal son los valores del consumidor.

Marketing 3.0: (1990-2015 aproximadamente) Su enfoque es el valor de las personas, lo más importante es lo que el consumidor piense y sienta, la clave es la personalización.

Marketing 4.0: (2016-Actualidad aproximadamente) Tiene como objetivo generar confianza y fidelidad del cliente, trata de combinar de la mejor manera el marketing tradicional con el digital, el consumidor está prácticamente al mando.

El marketing debe de estar en constante evolución para cumplir con su objetivo a pesar del tiempo en que nos encontremos, por ejemplo, si el marketing se lleva a cabo como en la primer fase hoy en día, sería algo poco exitoso, dejando de cumplir el objetivo que hoy en día el marketing tiene; a pesar de que el termino fue utilizado por primera vez en el Siglo XX, sabemos que este era llevado a cabo desde la revolución industrial, para lograr vender los productos y que las marcas o empresas se posicionaran en el mercado, recordando que la publicidad sin marketing es algo muy complejo (por no decir casi imposible) y podría decirse que quizá no cumpla con su objetivo total...

Conclusión.

La mercadotecnia y la publicidad son dos elementos que se complementan, como lo menciono la profesora durante la clase del día sábado “Sin Marketing no hay Publicidad”, lo cual comprobé durante la investigación realizada, la publicidad busca llevar el mensaje para cumplir el objetivo, que sería la venta del producto, pero sin un marketing detrás, es sumamente difícil que tenga éxito o el mensaje vaya de acuerdo a los aspectos de la empresa.

Para que ambos sean exitosos, es necesario mantenernos actualizados con todo lo que está pasando en el momento, ya que la sociedad cambia con el paso del tiempo, al igual que los medios cambian, y para tener un mayor alcance y que este sea exitoso, es necesario adaptarnos a lo “nuevo”.

El conocer sobre los antecedentes de ambos es de suma importancia para comprender lo que anteriormente mencione, ya que la adaptación, evolución e innovación ha estado presente desde siempre dentro de la publicidad y el marketing.

Referencias

Centro de Documentación Publicitaria (2010). "LA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD". https://www.lahistoriadelpublicidad.com/principio.php?Cod_cat=6

S. Calleja (2013). "Los 5 mejores anuncios de Pepsi" <https://www.theidealist.es/los-5-mejores-anuncios-de-pepsi/>

Brand Manic (—). "Las 15 mejores campañas de publicidad del siglo XXI" <https://www.brandmanic.com/mejores-campanas-publicidad-siglo-xxi/>

— (2020). "La historia del marketing: de 1450 a 2020" <https://www.marketingdirecto.com/marketing-general/publicidad/historia-del-marketing>

Cámara Madrid (2021) "Qué es el Marketing. Historia y evolución" https://www.mastermarketingdigital-madrid.com/blog/mkt/marketing-historia-evolucion/#Cual_fue_el_origen_del_Marketing_Etapas_de_su_evolucion