



ESCUELA
PROFESIONAL
DE
PUBLICIDAD

MEMORIA

1956

NUESTRA *Alegría*

ESTA Memoria tiene para la Escuela Profesional de Publicidad la trascendencia de ser la primera. Hay una serie de realidades que van constituyendo los símbolos que han de dar integración a las instituciones. Esta, en el caso nuestro, es una de ellas: ya tenemos nuestros primeros graduados y ya hemos recogido gráficamente nuestros recuerdos. Permítasenos, pues, estar alegres porque nos estamos viendo crecer.

Dr. RAUL
GUTIERREZ
SERRANO

*Director de la
Escuela Profesional
de Publicidad*



DEBIERA, en beneficio de todos y en premio a la bondad de la asistencia de Uds., limitar mis palabras de cierre de esta noche al toque de la campanilla que nos falta y al clásico y protocolar "se ha terminado el acto" con que académicamente Rectores, Decanos o Directores ponen punto final a fiestas, veladas o sesiones como la que esta noche nos ha reunido.

Esta conducta, quizás más inteligente, me permitiría a toda dignidad el disfrutar sin riesgo el honor de presidir esta fiesta de graduación como culminación placentera del honor a mí dispensado hace menos de tres años, de dirigir esta Escuela de Publicidad que ahora ofrece al mundo de los anuncios sus primeros graduados.

Pero el acto sencillo, modesto y sin estridencias que ahora se termina, tiene tal importancia desde mis puntos de vista, que aún bastando para ello las palabras de este excelente graduando, Juan Ignacio Tapia y las de este no menos excelente profesor, publicitario y amigo, el Dr. Orlando Alvarez, no he podido conformarme con el ritual de despedida. Pero confesémoslo a plena sinceridad: ni podía, ni debía, ni quería.

No quería dejar de hablar porque, antes que nada, quiero dejar constancia bien clara, ante ustedes, de todo lo que esta Escuela ha significado para mí de satisfacción honda, de realización cumplida, de batalla ganada. Cuando uno ha tenido un ideal en la vida, cuan-

do se sabe que éste es el correcto y que es realizable, y se lucha por hacerlo triunfar en un medio, en que la inercia, encubierta en esa frase de "los intereses creados" opone siempre una blanda, brumosa y agotadora resistencia a lo nuevo que quiere abrirse paso. Cuando se lucha por hacer fructificar un propósito noble y posible en un ambiente donde la mediocridad y la ignorancia se disfrazan de una engolada sapiencia ciudadana para atribuirle a nuestro buen pueblo cubano defectos y deficiencias que sólo los prejuicios o la malquerencia pueden encontrarle, y terminar afirmando que "esas cosas no puedan hacerse en Cuba", sin que presenten en su justificación ni una huella de derrota por un intento fracasado por causa de este mismo pueblo nuestro. Cuando en intentos cervantinos y en agonía Unamunesca se ha vivido, cayendo una y otra vez frente a esos molinos de viento enemigos de la aventura, quizás loca pero germinadora; cuando se ha rodado, jinete, cabalgadura y lanza, por la tierra empolvada del fracaso, y de pronto, aunque sea en períodos cortos, o en momentos fugaces, se logra vivir el momento de la realización, se logra saborear la delicia del triunfo de lo ideal sobre lo inerte, se logra demostrar que lo imposible es posible y se llega a sentir por piel y alma que las calidades sí pueden establecer su rango propio, en esos momentos estelares íntimos, uno siente y agradece a Dios y al Pueblo, se aprende en toda su verticalidad lo grande y noble que es ser hombre y enseña con orgullo nuestra carta de ciudadanía como cubano y nuestra más amplia carta de ciudadanía como perteneciente a la Humanidad.

Y esta Escuela de Publicidad, que precisamente esta noche se ha realizado —porque esta noche es que lanza al mundo sus primeros frutos, sus primeras muestras, sus primeros hijos— aunque en lo externo sea empeño modesto y obra pequeña, aunque aparezca realización diminuta, por los obstáculos que encontró, por lo imposible que parecía, por las cosas que se atrevió a hacer rompiendo moldes, por lo que tiene de noble propósito que triunfa, por lo que tiene de innovación que consigue abrirse paso, por lo que tiene de ideal que se afinca y vence, significa mucho para los profesores y alumnos que en estos tres años de creación hemos compartido esfuerzos y satisfacciones, ilusiones y desencantos pero sin perder ni ánimo ni meta; y lo significa para los directores de la Asociación Nacional de Profesionales Publicitarios que, como directivos o como patronos o como profesores y a veces como Carlos Ruiz y Luis Aragón y Emilio Reynaldo y Pedrito Pérez en las tres actividades, han ido haciendo y han logrado ver hechos Escuela y Colegio y posiblemente, antes de terminar los tres años, Retiro. En fin, lo que significa para los publicitarios todos, de los Anunciantes o de las Agencias de Anuncios, de la ANPP o de los Medios, del Bloque Cubano de Prensa o de la Federación de Radioemisores, que han visto con la Escuela, que la actividad publicitaria, junto al rango económico y de eficiencia que con muchos años de superación habían venido dándole, une ahora un rango académico y de estudio que consagra oficialmente la seriedad de sus vidas y asegura para el futuro sus constantes afanes de mejoramiento con estos graduados que ahora empiezan, y que van a disfrutar de unos instrumentos y de una práctica y de unos estudios para los comienzos, que nosotros tuvimos que buscarnos sin consejo y por nuestros propios medios en pleno fragor de la lucha por la vida.

Y por toda esta noble significación, y por la ejemplaridad del propósito logrado, y por el agradecimiento a lo que nos ha concedido satisfacción y optimismo, es que yo quería hablar esta noche. Pero dije, que, además, yo no debía dejar de hablar.

Porque mencionar honores recibidos, ideales realizados y satisfacciones experimentadas, lleva de la mano al capítulo de los deberes. El honor —“nobleza obliga”— demanda el deber de una vida o una acción dignas del mismo. Vida que recibe honores debe ser causal de vida honorable. La realización de un ideal, entraña el deber de velar por él, de seguir viviendo por él, de evitar que se frustre, se tergiverse o se esterilice. La satisfacción experimental nos impele al deber de mantenerla en toda su pureza sin que pueda convertirse nunca en arrepentimiento o remordimiento. Y en esta Fiesta de graduación de esta Escuela, junto a los honores, los ideales realizados y las satisfacciones, yo debo hablar de los deberes que hemos contraído. De los deberes de estos primeros publicitarios salidos de esta Escuela y de estos graduandos de esta noche. Porque ellos van a sentar normas y a servir de medida. Y no me asustan dudas en cuanto a ellos, a quienes hemos dado clase tras clase, junto a la necesidad de saber y de saber hacer, la necesidad de desarrollar el sentido del deber: del deber ciudadano, del deber profesional y del deber hacia nosotros mismos, hacia el respeto propio. Estos graduados y ustedes, lo oyeron en las palabras del que en su representación hablara, se han graduado por la vía del esfuerzo propio, exigiéndose a ellos sin pedir nunca la vía fácil. Yo he visto sus cualidades humanas y sé que cumplirán con su deber.

De los deberes de los profesores, poco podemos añadir. Por deber hacia la profesión, han venido los mejores publicitarios cubanos a dar clases. Su sentido del deber les ha llevado a esa heroica posición de enseñar lo que saben y, a toda honradez, enseñar —mostrar— lo que no saben. Y solo aspiro a que ese deber los siga llevando en los nuevos cursos a estas aulas de la Escuela a continuar su labor orientadora con los futuros publicitarios. Y sé que cumplirán mis compañeros con el deber a ellos encomendado de formar el futuro de la profesión. Lo que será la publicidad del futuro se ha puesto en sus manos y por el alto sentido del deber que siempre han manifestado, debe esperarse un futuro de calidad en la publicidad. Pero yo debo, además expresar mi agradecimiento a todos mis compañeros profesores. Gracias a ellos ha habido Escuela, gracias a ellos ha habido enseñanza, gracias a ellos ha sido fácil llevar el honor de la Dirección. Su entusiasmo ha sido comparable solo con la modestia con que han ejercido la docencia; su dedicación puede medirse solo por el sacrificio sonriente de su tiempo y energías; su desprendimiento puede apreciarse sólo por el cariño que sus alumnos le dispensan a modo de única recompensa.

De los deberes del Colegio de Profesionales Publicitarios, nacido con nosotros, con la Escuela y con la ANPP, meta alcanzada y querida, quedan los estatutos que acabamos de discutir y aprobar y queda un Código de Etica, donde imperan más que derechos, deberes y donde la defensa de la clase publicitaria se sustenta en el más estricto cumplimiento de las obligaciones como publicitarios. Sabemos que la nueva directiva que habrán de designar los colegiados en un futuro muy próximo sabrá

continuar esta tradición de nobleza de propósitos y desinterés que trazara la Directiva de la ANPP y que ha sabido mantener la Escuela.

Y de los deberes de los publicitarios todos, representados aquí oficialmente por las distintas agrupaciones en que se divide la actividad publicitaria en nuestro país: los anunciantes y los medios y las agencias, también he de hablar. De sus deberes para con esta Escuela que, en última instancia es criatura de todos ellos y es creación para todos ellos. Hay el deber de protegerla, de exigirle, de fiscalizarla, de ayudarla, de quererla. Porque este es nuestro futuro. Porque esta Escuela es el futuro de nuestra profesión; porque esta Escuela es el constante amanecer de toda la actividad publicitaria.

Y los publicitarios todos, anunciantes y agentes con sus centenares de publicitarios, funcionarios y empleados que en esa actividad buscan sustento y economía de manera digna y provechosa; los Medios Publicitarios, Periódicos y Revistas, Radio y Televisión, Vallas y Luminicos, con sus centenares de periodistas y artistas, locutores y dibujantes, técnicos y obreros que por esta actividad publicitaria logran librar el sustento y economía de manera digna y provechosa, sabrán cumplir su deber con el futuro, porque saben que han contraído con la actividad publicitaria un deber más alto que el del propio ejercicio: el deber para con la Economía del País. El futuro de la Publicidad es el futuro de todos nosotros los que trabajamos con Anunciantes, Agencias o Medios, pero es el futuro de nuestros clientes, de nuestras industrias, de nuestro comercio; de los milés y miles de obreros y familias cubanas que para seguir librando sustento y Economía de manera digna y provechosa dependen en gran parte de la capacidad de la publicidad cubana para mantener un volumen progresivo de ventas y un volumen progresivo de producción, distribución y empleos. Una economía masiva, en un pueblo de nivel de vida en ascenso, requiere publicidad, y una buena publicidad. Hasta ahora hemos cumplido con criterio de superación nuestro deber, y sé que no vamos a olvidar ni la Escuela, ni los futuros graduados, ni el futuro de la publicidad, por lo mismo que no podemos olvidar nuestros deberes con el futuro de la Economía y de la Patria.

Por último, dije que ni quería, ni debía, ni podía dejar de hablar esta noche. No podía dejar de hablar porque entre todos hemos hecho cosas que nos enorgullecen pero que hay que lanzarlas a lo alto, darles publicidad, no por vanidad, sino por ejemplaridad. Queremos, debemos y podemos decir que, si grande ha sido la conquista publicitaria que con esta Escuela se ha obtenido, mayor ha sido la conquista pedagógica que en la misma se ha alcanzado.

En esta Escuela donde el alumno aprende y aprende a estudiar, se exige el inglés y se trabaja con textos y revistas en inglés, porque en ese idioma están las fuentes teóricas y las experiencias prácticas de nuestra profesión. En esta Escuela se han establecido sistemas nuevos de aprobación de asignaturas con abolición de los deficientes sistemas de exámenes. En esta Escuela se le ha perdido el miedo al leer y se le ha cogido gusto al saber y al hacer. Se han suprimido las conferencias diarias de los profesores y las conferencias mimeografiadas tan al uso, sustituyéndolas por el trabajo y estudio diarios en la Escuela, en el hogar, en la calle, en los estudios de Radio y TV, en las imprentas. En esta Escuela se han terminado los exámenes parciales, las primeras y segundas convocatorias, las

convocatorias finales y los exámenes de Junio y Septiembre que en monstruoso remolino se tragan tiempo, propósitos y energías en inútil batallar en otros centros educacionales de Cuba, y se ha sustituido todo por el estudio diario, por el hacer constante, por la asignatura como conocimiento a obtener y no como nota y obstáculo que salvar; por el libro como instrumento amigo y por la tarea como forma de aprender haciendo; y todo esto se ha conseguido sin que hayamos querido solicitar del Estado otra cooperación que su simpatía y el reconocimiento oficial de nuestra existencia; sin matrículas gratis, sino pagadas y a precios bastante altos, por un alumnado más bien pobre que ha sabido del goce de obtener lo deseado por esfuerzo propio y que se levanta con dignidad y conocimiento a desempeñar posiciones en la publicidad, que se han ganado por lo que saben y por lo que han hecho, pero sobre todo por lo que van a seguir aprendiendo y por lo mucho y bueno que van a poder hacer.

Y esto, desgraciadamente para nuestro país es ejemplar, porque no es la norma imperante. Pero, afortunadamente también para nuestro país, es ejemplar, porque entre todos, entre profesores y alumnos, entre publicitarios y medios, entre anunciantes y agencias, hemos demostrado, y así queremos, debemos y podemos decirlo, que en Cuba, en materia docente, como demostramos antes en materia publicitaria, en materia de anuncios y de Prensa, en materia de Radio y de Televisión, en Cuba, repito, se pueden vencer la inercia y los intereses creados, se pueden hacer innovaciones provechosas, se pueden vencer imposibles y se puede hacer triunfar un ideal.

*Discurso
pronunciado en el
Acto de
Graduación*

LA HISTORIA

Primeros pasos de la Escuela Profesional de Publicidad

Es imposible señalar el momento exacto en que comenzó a gestarse, entre los publicitarios más afanosos de superación, el anhelo de tener una Escuela Profesional. Pero aquel anhelo fué ganando prosélitos hasta que llegó el día en que la Asociación Nacional de Profesionales Publicitarios nombró una Comisión encargada de planear y organizar la Escuela.

La Comisión la integraban la Dra. María Eloisa Alvarez del Real, el Dr. Raúl Gutiérrez Serrano, el Sr. Carlos Ruiz, el Sr. Raúl Gutiérrez García, el Sr. Luis Aragón, el Sr. Raúl DuBreuil, el Sr. Pedro Pérez Díaz y el Dr. Orlando Alvarez.

Tiempo después la Comisión anunció oficialmente que la Escuela se creaba y que para tener validez oficial se anexaba a la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Masónica José Martí.

El 2 de Febrero de 1954 se tomaron los primeros acuerdos y el 24 de Febrero de ese mismo año se inauguraba oficialmente el primer curso, cuyas clases se iniciaron el 8 de Marzo de 1954.



El Dr. Gutiérrez Serrano haciendo uso de la palabra durante la inauguración de la Escuela. De izquierda a derecha: el Dr. Bernal del Riesgo, el Dr. Acosta Betancourt, el Dr. Oñate y el Dr. Serrano.



Público asistente al acto de inauguración de la Escuela de Publicidad de la A.N.P.P.

JUNTA DE GOBIERNO



De acuerdo con sus Estatutos, la Escuela de Publicidad de la A.N.P.P. estaba regida por una Junta de Gobierno. Aquí vemos sus integrantes: de pie, de izquierda a derecha: Gutiérrez García, Aragón Orlando Alvarez, DuBreuil y Pérez Díaz. Sentados: Carlos Ruiz, Gutiérrez Serrano y Alvarez del Real.



En esta ya histórica foto, tomada el 2 de Febrero de 1954, la Junta de Gobierno celebró su primera sesión para tomar los acuerdos encaminados al mejor desenvolvimiento de la Escuela: matrículas, horas de clases, nombramientos de profesores, etc. Uno de los acuerdos más interesantes fué el que los profesores cobrasen un peso al año como honorarios.

SE ABRE LA MATRICULA

La apertura de la matrícula fué la confirmación de que la Escuela venía a llenar una necesidad no sólo de la clase, sino social. El entusiasmo y la calidad del primer contingente de alumnos reveló que la ardua tarea realizada hasta el momento no había sido en vano.

Después de las inevitables eliminaciones, originadas por problemas de espacio y por el deseo de conseguir un alumnado selecto, fueron admitidos 140 alumnos: 70 para el Primer Curso Introdutorio y 70 para el Primer Curso Básico.



El Dr. Serrano en charla con los primeros solicitantes de matrícula.



La primera persona que concurrió a la Escuela de Publicidad de la A.N.P.P. al abrirse la matrícula fué el señor José Cardenache Ratael, quien aparece en la foto aportando sus datos de inscripción a la señora Ana María Gutiérrez, Profesora de la Escuela.



He aquí un grupo de las primeras personas que respondieron a la Convocatoria de la Escuela.

EL 24 de Febrero, a las 6 p.m., tuvo lugar la apertura del Primer Curso de la Escuela de Publicidad de la A.N.P.P., anexa entonces a la Facultad de Psicología de la Universidad Nacional Masónica "José Martí".

El programa se desarrolló como sigue: Himno Nacional; palabras de apertura por el Dr. Acosta Betancourt; canciones cubanas por los prestigiosos artistas Esther Borja e Isidro Cámara, respaldados por la gran orquesta del Maestro Enrique González Mántici, gentilmente cedida por el Circuito CMQ; y palabras de cierre por el Dr. Raúl Gutiérrez Serrano, director de la Escuela.

Apertura

DEL PRIMER CURSO DE LA ESCU

Como maestro de ceremonias actuó el profesor Pérez Díaz, a cuyo cargo estuvo también la organización del acto.

Profesores y alumnos escucharon con atención las palabras del Dr. Gutiérrez, que fueron una profesión de fe y de propósitos. No sin cierta severidad el Dr. Gutiérrez Serrano instó a los alumnos a cooperar con una Escuela que trataría de ser rigurosa, que trataría de no repartir títulos, sino impartir conocimientos; que trataría de imponer procedimientos modernos y científicos; que pretendía terminar con muchos errores pedagógicos existentes, y que no aspiraba a cantidad de alumnos sino a selección y calidad de los mismos.



Arriba: Presidencia del acto de la apertura del primer curso de la Escuela. De izq. a derecha: Señor Emilio G. Guau, Sr. Carlos M. Ruiz, Dr. Bernal del Riesgo, Dr. Angel Acosta Betancourt, Dr. Alfonso Solaun Grenier (en representación del señor Ministro de Educación), Dr. Raúl Gutiérrez Serrano, y el Sr. Raúl DuBreuil. En la foto inferior el Claustro de Profesores de la Escuela, así como de la Facultad de Psicología de la Universidad. También se destacan en la foto el Dr. Rufino Pérez de Landa y señora, y otras personalidades.



A DE PUBLICIDAD DE LA A. N. P. P.



PUBLICO

Vista parcial del público que concurrió al acto y grupo de alumnos, entre los cuales se ven algunos de los recién graduados, Noceda, C. A. Rodríguez, Humberto Hernández, etc.



LOS PRIMEROS PASOS

EL edificio brindado por la Universidad Nacional Masónica ofrecía la dificultad de tener aulas donde no cabían más de 25 alumnos: nosotros no esperábamos más tampoco. Y así fué que nos vimos en la necesidad de habilitar aquel cobertizo, que tanta personalidad adquirió, que tantos nombres recibió, pero que innegablemente abandonamos con cierto dolor. Aquellos primeros obstáculos, que hicieron que los más débiles desistieran, fortalecieron a los que quedaron. Desde entonces profesores y alumnos teníamos una entendida complicidad: ya nada ni nadie podría hacernos desistir de nuestro empeño.

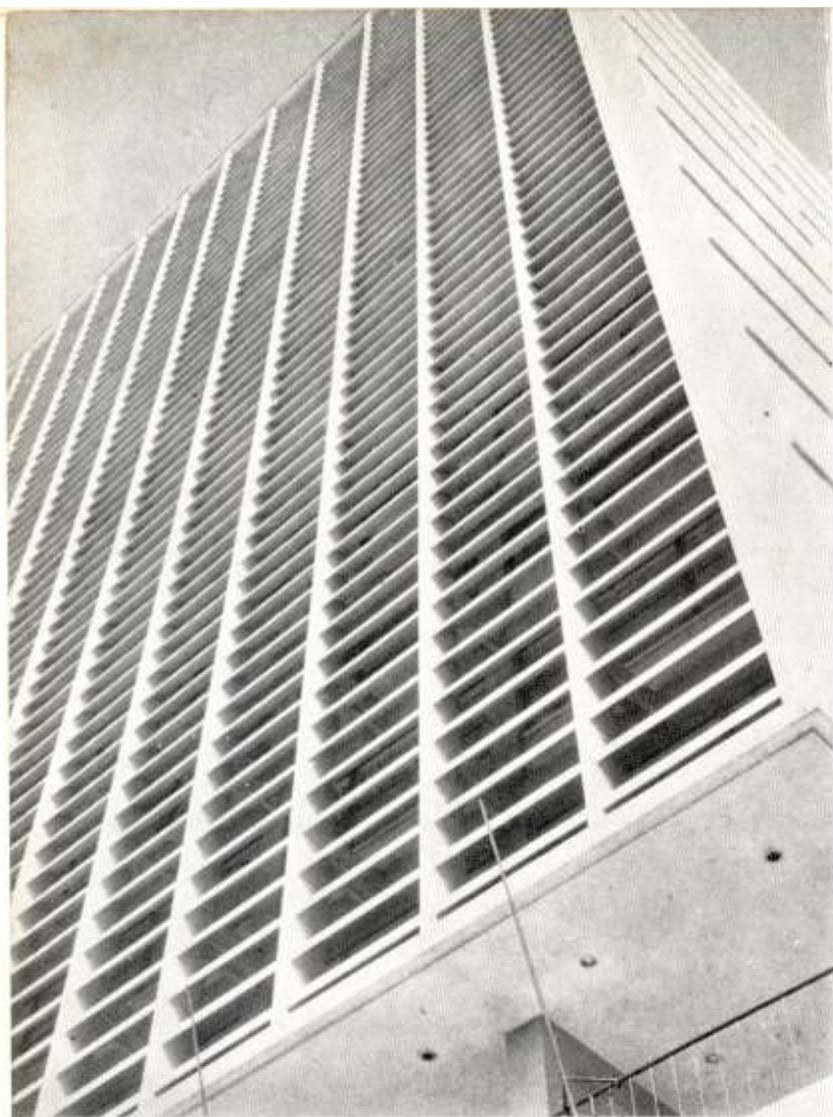


*...mujeres y hombres con la expresi
del ansia de saber dibujada en sus rostros*



SE INICIA LA CAMARADERIA

*Fué muy grato observar cómo entre
los alumnos se iniciaban amistades, afectos...*



EL ODONTOLOGICO

SEGUNDA ETAPA

Por Ley Decreto 2065 la Escuela iniciaba su vida independiente como ESCUELA PROFESIONAL DE PUBLICIDAD, con personalidad oficial reconocida y separándose así, armónicamente, de la Universidad Nacional Masónica "José Martí".

Nos instalamos en el edificio Odontológico y allí iniciamos una segunda etapa de superación. La Escuela se integraba y cada día estábamos más seguros del éxito de la labor emprendida.



CRECE LA CAMARADERIA

La identificación de los alumnos ha llegado a ser el nervio vital de la Escuela. Intunde entusiasmo y alegría ver tanto compañerismo y observar como desde el primer año se sienten ya publicitarios. Fué la clase de Redacción de Textos la que sin duda alguna, más contribuyó a estrechar los lazos de amistad entre los muchachos. Los reportajes que en grupos realizaban los acercaban, los identificaban. El Dr. Salvador López, profesor de la asignatura, con una habilidad especial, supo enseñarlos a observar, a redactar y a quererse.



FIN DE LA PRIMERA JORNADA

Los actos de fin de curso cierran la jornada inicial de la Escuela. Con ellos se considera que hemos alcanzado uno de nuestros más caros anhelos: cerrar el primer ciclo que nos permitirá más adelante enviar al mundo publicitario el primer grupo de graduados de la *Escuela Profesional de Publicidad*.



EL PATRONATO

Una vez oficializada la Escuela se nombró un Patronato Económico, encargado de arbitrar y administrar los fondos de la Escuela Profesional. Sus integrantes son:

Felipe Ventura Correa, Presidente.

Emilio Reynaldo Zúñiga, Tesorero.

Raúl Gutiérrez Serrano.

Ma. Eloisa Alvarez del Real.

Orlando Alvarez Teijeiro.

Raúl Gutiérrez García.

Luis Aragón Dulzaides.

Carlos M. Reuiz Amador.

Raúl Dubreuil Aguirreurreta.

Ricardo Rodríguez Sigler.

Aurelio García Dulzaides.

Pedro Pérez Díaz.

*Arturo Girona Capote **

* (Delegado de la Escuela Profesional de Comercio de la Habana, a la que la Escuela está adscrita).



LOS PRIMEROS GRADUADOS

*Despedida a nombre
del Claustro de la Escuela,
pronunciada por el
Dr. Orlando Alvarez Teijeiro,
en el Acto de Graduación
celebrado el 24 de Agosto
de 1956*

No tengo que expresar la excedida emoción que me sobrecoge. Pero no es sólo el desconcertante honor de ser heraldo, sino también la turbadora sensación de estar viviendo un minuto cargado de historia, cuya escondida gravidez no sabemos qué pueda traer. Y con la misma especial angustia ve-teada de esperanzas con que el guajiro mira abrirse la flor en los sembrados, vemos hoy que se alza el nuevo brote, la nueva hornada de publicitarios a quienes en su día cabrá la responsabilidad de ser portaestandartes.

En esta noche, con este acto, se factualiza un propósito; cobra perfil de realidad un sueño; cuaja en ser y queda ya, como dato para el futuro recuento, lo que no hace mucho tiempo todavía era un anhelo inalcanzado.

En un país escaso de profesiones vivas, hoy vemos que en una profesión que es ya

oficial desde hace sólo días, viene a la luz el primer grupo de profesionales forjados, conscientemente, pedagógicamente, bajo un patrón de estudios sistemático. Y nos luce que con este acto cobra su mayoría de edad, de modo explícito, la profesión que desarrollamos; cobra su mayoría de edad, se independiza de nosotros y pasamos a ser sus servidores transitorios.

Quiero explicarme. Alguna vez un hombre, sin que la historia lo anotase, asumió la misión de difundir en su comunidad, de un modo deliberado y constante, los méritos de un producto que no era suyo. No importa de qué medio se valiese para realizar la difusión. Por el mismo hecho de haberse convertido en portavoz de unos mensajes, asumiendo una misión insólita en su comunidad, él fué publicitario. Pero por el mismo hecho de ser una misión insólita, un que-



hacer inusitado, su actividad no era una profesión; y al morir cada uno de estos publicitarios primiciales, si hubo muchos, la Publicidad moría también con ellos.

Y es que una profesión no existe como tal mientras su quehacer no se acuesta en un como hueco social que la recoge —con independencia de los individuos transitorios que la ejercen; mientras el quehacer no trasciende y supera al que lo hace. Por donde que primero sea necesario una como aquiescencia del cuerpo social a dejar un vacío, para que una profesión pueda existir. En la misma medida en que todos estamos contestes en que son necesarios los médicos, existe la profesión médica. Pero no siempre fué así, ni en todas las culturas que hoy día pululan se reconoce esa necesidad. Así pues, sin el necesario concierto social anticipado de abrir el hueco donde quepa el perfil de un quehacer, no hay profesión posible. Y ya en ese momento la profesión trasciende al individuo; está más allá de la mera contingencia, de lo individual y transitorio. De ahí en adelante el individuo pasa; pero esa reunión de funciones que constituye la profesión, queda.

Con esto nos asomamos a pensar en la participación que toma el cuerpo social en

la existencia y el cariz de las profesiones. Los médicos existen porque yo, como ente social, estoy de acuerdo en que son necesarios; y porque también previamente yo estuve de acuerdo en renunciar al ejercicio de una serie determinada de funciones para que ellos las asumieran. Yo no me curaré más a mí mismo y dejaré que ellos me curen. Pero en ese mismo acto de renunciamiento los estoy cargando con una serie de deberes que ya no podrán, eludir. Ellos me curarán si estoy enfermo; ellos protegerán mi salud cuando tema perderla. Y es de este modo, en este concierto de voluntades que abre el hueco social a la profesión, donde brotan los deberes sociales que cada profesión encierra.

Así es como venimos a esta preocupación insofocable que nos embarga en este acto. Ya la Publicidad, desde hace tiempo, en esta civilización occidental en que vivimos, es una profesión social. Este sistema democrático al que pertenecemos, que se basa y fundamenta en la existencia de la libre empresa, que permite y exalta la competencia honesta y la vigencia de la oferta y la demanda, exige dentro de su dinámica social que existan individuos dedicados a aumentar la demanda, a crear deseos, a difundir los

les pide rebeldía, a quienes la edad les pide vocación descubridora, pueden estar los Cristóbal Colón de muchas Américas.

Con esta incitación termino. Tres años caminando de la mano, en esta larga exploración compartida por terrenos queridos; tres años en que hemos visto juntos tantas dificultades, en que hemos vivido juntos algunas satisfacciones inolvidables, son muchos años para acallar el sentimiento. Y por eso quizás, en esta despedida, sentimos que morimos un poco — como si algún pedazo del corazón se nos quedara prendido en la distancia. Y algún esfuerzo hubo que hacer, desde el principio, para que no se escapara un verso que pugnaba por salirse: "Vengo a decirte adiós... y estoy llorando — pues cada adiós es muerte y es herida".

Yo sé que otros alumnos vendrán luego. Y hasta quizás vendrán que sean mejores. Todo es posible. Pero nadie podrá quitarles el timbre de ser los pioneros, los que tuvieron el valor de embarcarse con nosotros hacia lo desconocido. Nadie podrá quitarnos el recuerdo común de aquellas clases iniciales, en aquel cobertizo inhóspito al que ustedes infundieron esperanza y vida.

Y en este momento, en que van a dejar de ser alumnos para convertirse en compañeros, en una profesión que los acoge con los brazos abiertos, esos recuerdos en común son un lazo sutil, imperceptible, que nos une más y que le da un sabor más fraterno a la palabra: ¡compañeros!

Muchas gracias.



méritos de los productos, a intensificar el consumo.

Y en Cuba, poniéndonos a la cabeza de todos los países del mundo, hemos convertido a la Publicidad, además, en una profesión legal tan respetable como la Medicina, la Abogacía, la Ingeniería, el Magisterio.

Es innegable que si esto último comporta gravedad, los deberes y las obligaciones con que nos carga la jerarquía social de nuestra profesión son muchos más preocupadores.

Comprendamos bien esto. Hay otras profesiones, de altísimo nivel, delicadísimas, importantísimas para el mantenimiento de nuestra cultura y de nuestra civilización, que pueden sin embargo verse libres de la inquietud de convertirse en peligrosas para el cuerpo social. Son aquellas en que la acción del profesional, los medios de que se vale, las técnicas que usa, no desbordan el ámbito de lo individual y contingente.

Pero no así en Publicidad. Ustedes, los que hoy nacen, nosotros, los que nos precedieron, tenemos una distinta responsabilidad. Esto no toca al nivel de la profesión en sí ni es cosa que deba llenarnos de vanagloria, sino empavorecernos. La Publicidad es una técnica cuyo radio de acción es lo social, no el individuo; utilizamos e influimos los vehículos de información y de entretenimiento; aplicamos las técnicas del convencimiento a grandes zonas del cuerpo social; ponemos nuestra impronta en los gustos y aficiones del público; presionamos sobre las estructuras y las conductas económicas de la nación; y en cierto modo, por vías indirectas, nuestras actividades influyen en la conformación del sentido de la vida del cubano.

Es nuestra profesión, en suma, un tipo de quehacer que rebasa la órbita de lo individual; y sus efectos, como la piedra en la tranquila superficie del lago, se expanden en círculos concéntricos más allá de la vista. Por eso su mal uso es peligroso y por eso quizás en ninguna sea tan importante el conocimiento cabal de las técnicas y de los instrumentos, para el manejo eficiente, y la conducta ética, para el manejo responsable. Y es que en ninguna profesión la ignorancia

o la irresponsabilidad pueden causar peores daños. Por eso los publicitarios a quienes nos duele la profesión nos hemos preocupado, de una parte, por crear el instrumento pedagógico para que los futuros profesionales alcancen su máxima preparación; y de otra, por crear un Código de Ética Profesional, adicionado a los Estatutos del Colegio Nacional de Profesionales Publicitarios, que intenta normar, con toda la responsabilidad social y personal que nos cabe, el ejercicio de nuestra profesión.

Esa es la obra que dejamos. A ustedes toca continuarla. Y en esta despedida, donde hemos tenido que sofocar y enfrenar la inevitable angustia de los adioses, no hemos podido dejar en el silencio esa advertencia. Cada generación predecesora cumplió con su deber, según sus fuerzas. Otros abrieron el camino, como Colón los mares, y fué mucho. Esta generación que a mí me incluye, hemos tratado de ennoblecer la profesión, de darle rango, de ampliar sus ámbitos. A ustedes toca continuar.

Pero no es continuar pasivamente. No es conservar la herencia ni guardarla. No es seguir repitiendo lo aprendido. Si así fuera no demostrarían ustedes amor a la Publicidad ni obedecerían al imperativo de la edad a que pertenecen.

Es algo más, que exige la participación integral de ustedes en su ejercicio profesional, lo que vienen obligados a cumplir. No es conservar el capital: es aumentarlo. Y es en eso, para eso, que tienen que obedecer los dictados de la edad.

Porque cada edad tiene un deber inescapable. Y es el primer deber de la juventud el ser rebelde, no resignarse, ser inconforme—bases inexcusables para la aspiración a lo mejor.

De donde que la mayor obligación, para el progreso de la Publicidad, sea tener valor para intentar siempre lo nuevo, para atreverse a desbrozar senderos, para saber olvidar lo consabido y manoseado.

Este quehacer publicitario es nuevo en el mundo: hay en él muchos horizontes todavía por descubrir, hay mucho suelo virgen por hollar. Y en ustedes, a quienes la edad

EL
CLAUSTRO
DE
PROFESORES

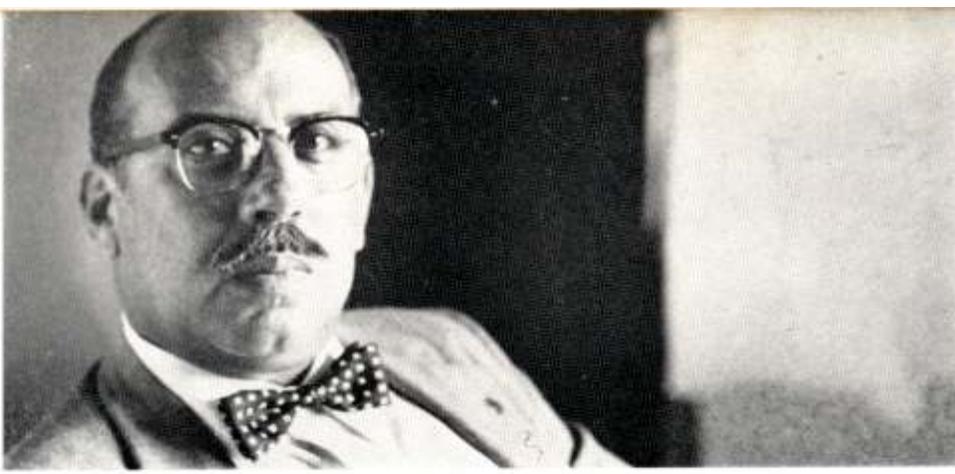
Dr. Raúl Gutiérrez Serrano, Director.
Dr. Orlando Alvarez Teijeiro, Sub-Director.
Dra. Eloísa Lezama Lima, Secretaria.
Sr. Emilio Reynaldo Zúñiga, Tesorero.
Sr. Luis Aragón Dulzaides.
Sr. Luis Alonso Fajardo.
Dra. María Eloísa Alvarez del Real.
Sr. Rafael Eskert.
Sra. Ana M. Gutiérrez Pintado.
Sr. José M. García Huerta.
Sr. Raúl Gutiérrez García.
Dr. Arnaldo Hernández del Campo.
Dr. José A. Hernández Travieso.
Sr. José H. Kates.
Dr. Salvador López.
Dr. Orestes Martínez.
Dra. Marta Martínez.
Dr. René J. Montero.
Sr. Pedro Pérez Díaz.
Dr. Carlos M. Suárez Radillo.
Dr. Aníbal Rodríguez.
Dr. Martín Velilla de Solórzano.
Dra. Marta Vesa.
Sra. Mary S. Wilkinson.
Sr. Roberto Wilkinson.



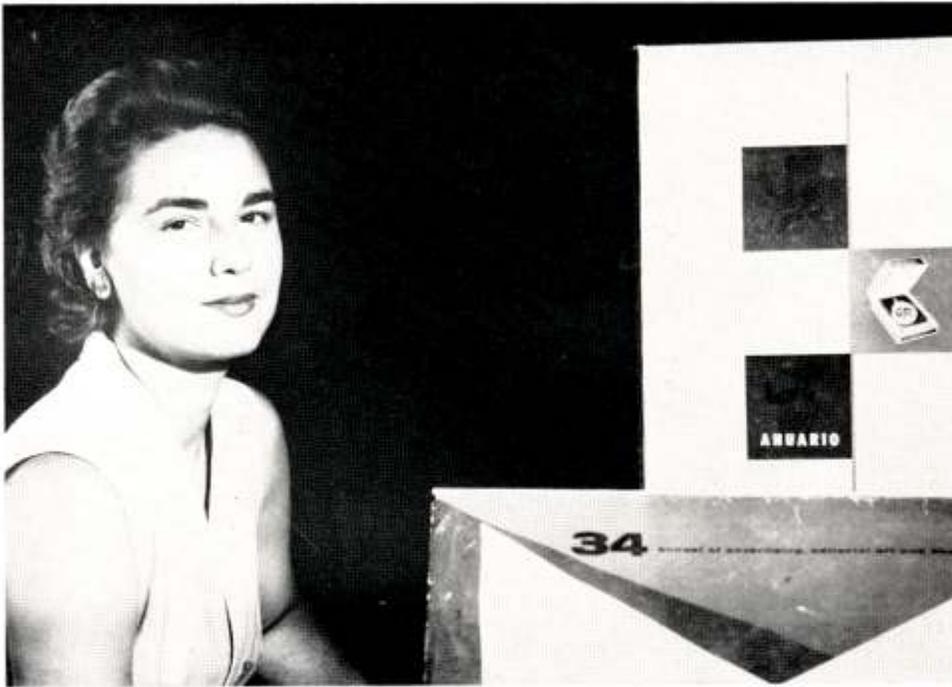
DR. ORLANDO ALVAREZ, *Sub-Director*

DRA. ELOISA LEZAMA LIMA, *Secretaria*





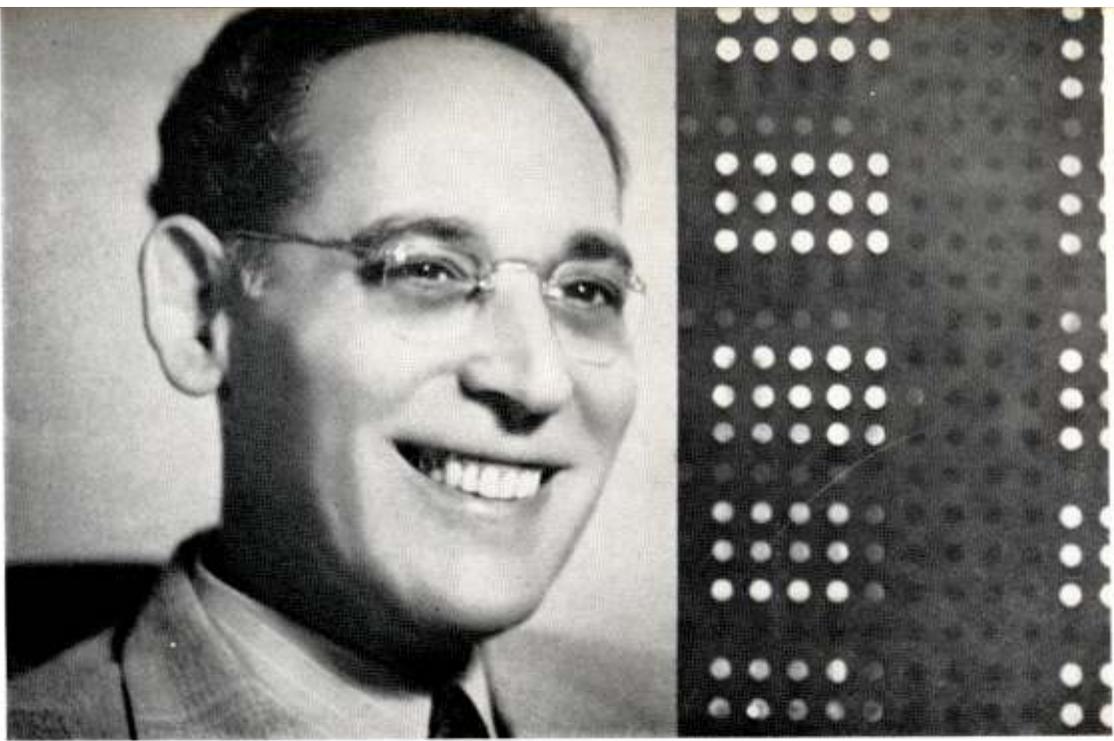
JOSE H. KATES



ANA MARIA
GUTIERREZ
PINTADO



RENE J. MONTERO



LUIS ARAGON DULZAIDES

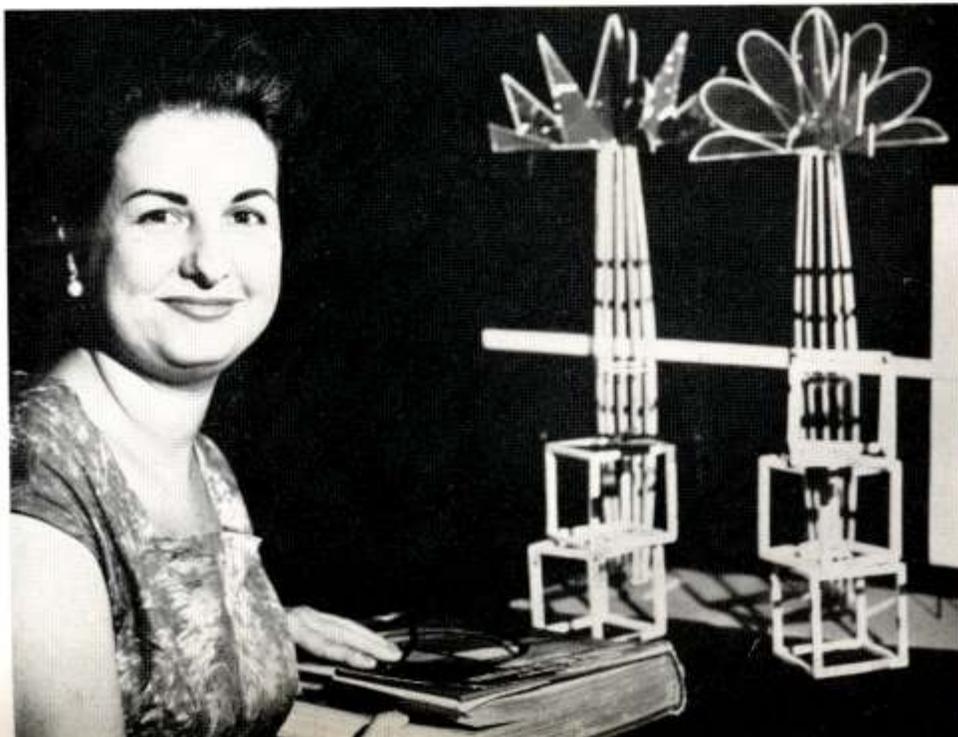
MARIA ELOISA ALVAREZ DEL REAL

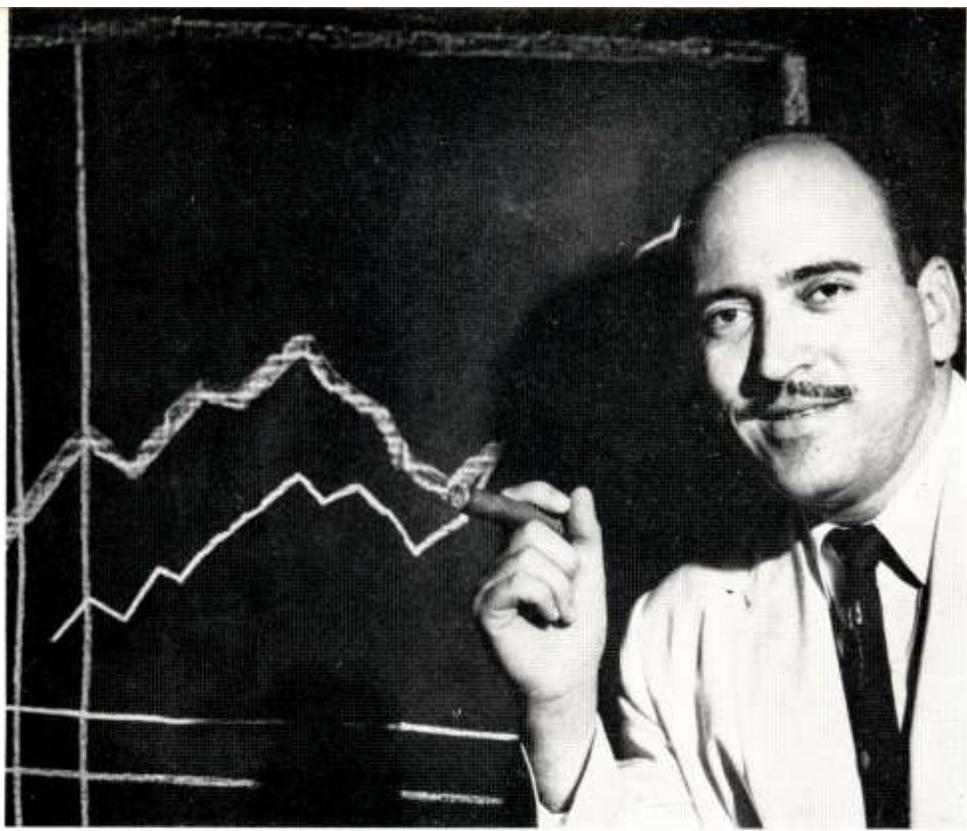




SALVADOR LOPEZ

DRA. MARTA
MARTINEZ



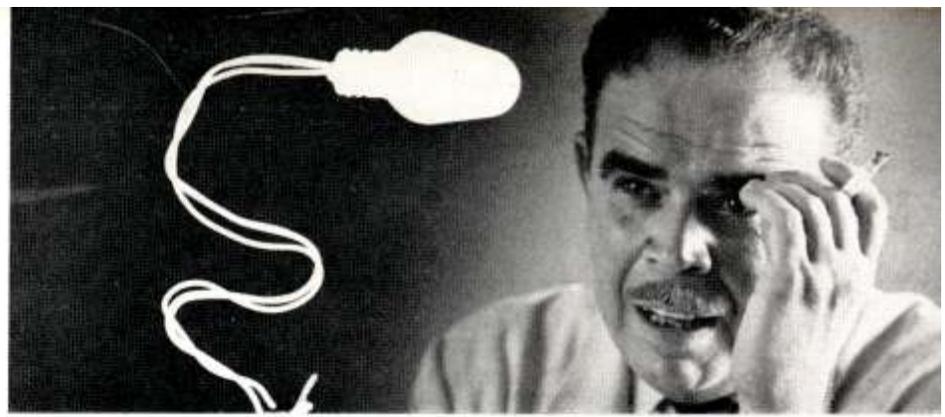


ARNALDO
DR. ARMANDO HERNANDEZ
DEL CAMPO

DR. MARTIN VELILLA
DE SOLORZANO



DR. JOSE A. HERNANDEZ TRAVIESO



JOSE M. GARCIA HUERTA

m n
p q
t ll
x v



DRA. MARTA VESA

ENRIQUE RODRIGUEZ
ESCALONA

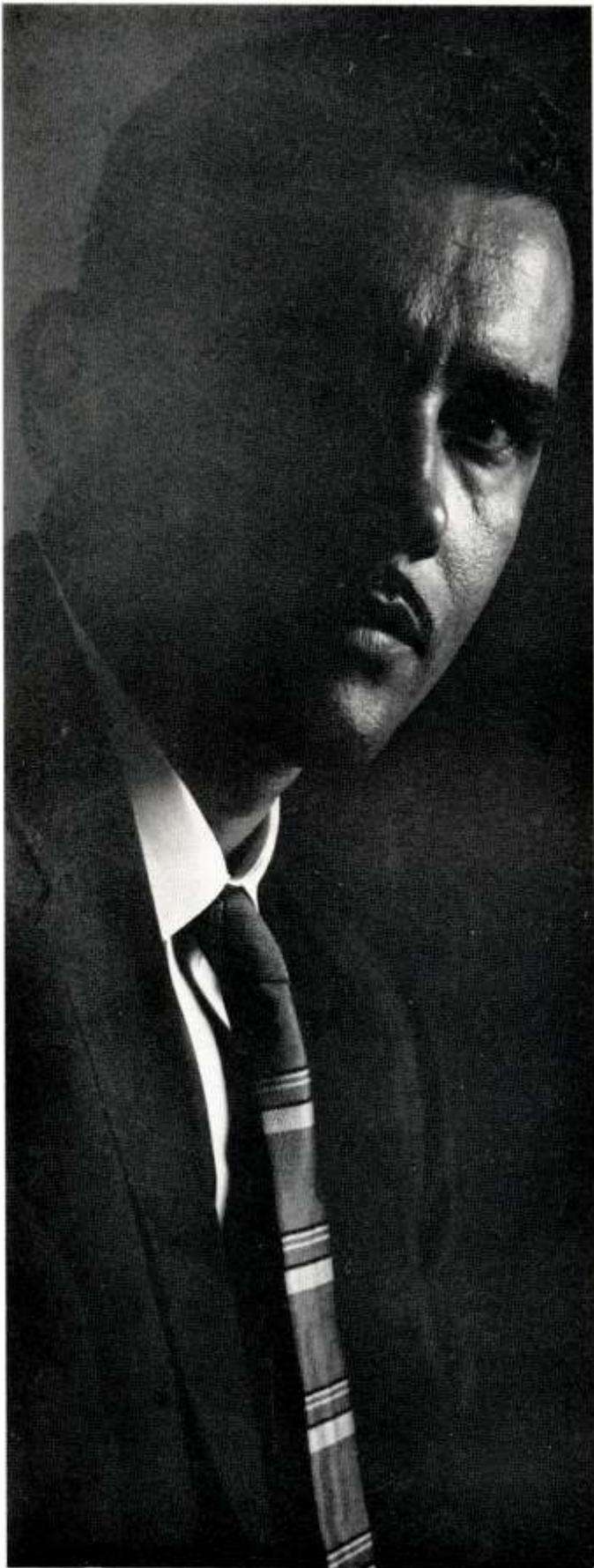




PEDRO PEREZ DIAZ

RAUL GUTIERREZ GARCIA



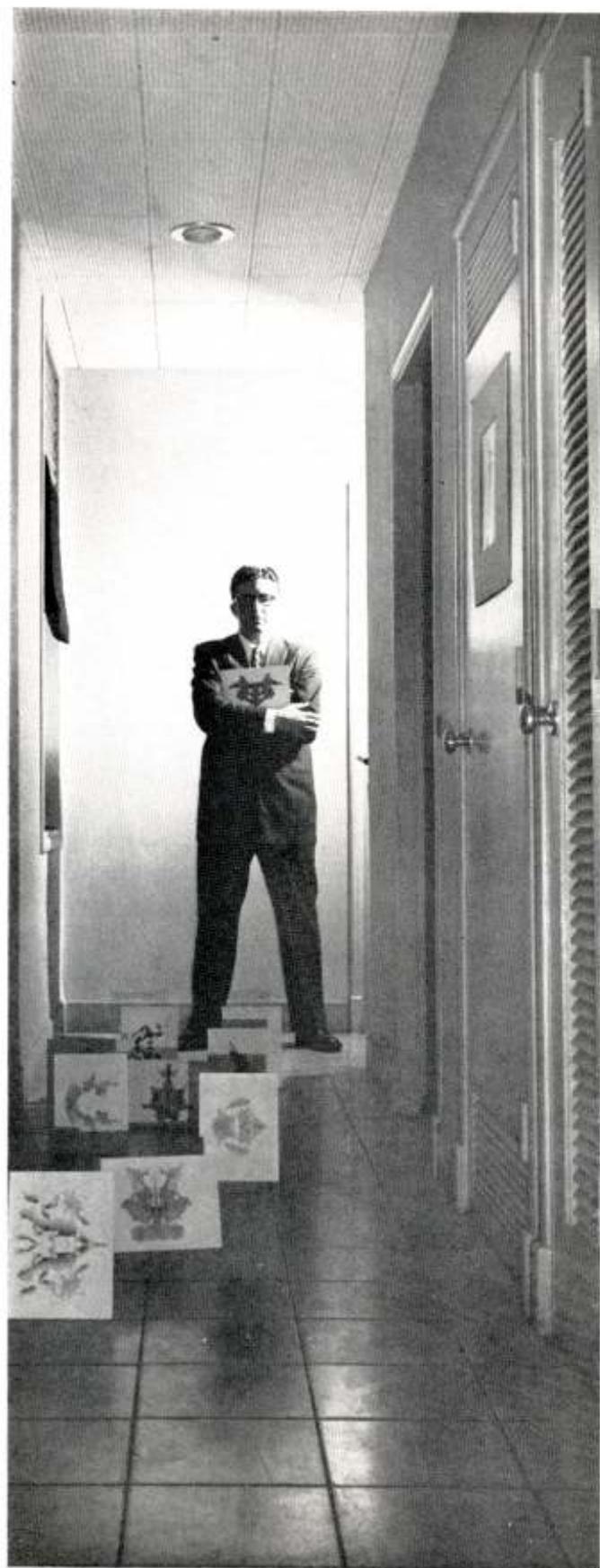


ANIBAL
RODRIGUEZ

RAFAEL ESKERT



DR. CARLOS M. SUAREZ RADILLO



CARLOS RUIZ



LUIS ALONSO FAJARDO

28

NUEVOS *Profesionales*

PRODUCCION GRAFICA

- X ONYRIA HERRERA DÍAZ
- X MADDIE BARÓ ESTEVA
- X CARLOS ALBERTO RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ
- X CRISTINA TORRES ALVAREZ
- X TERESA ROSA MENÉNDEZ PÉREZ

RADIO Y TELEVISION

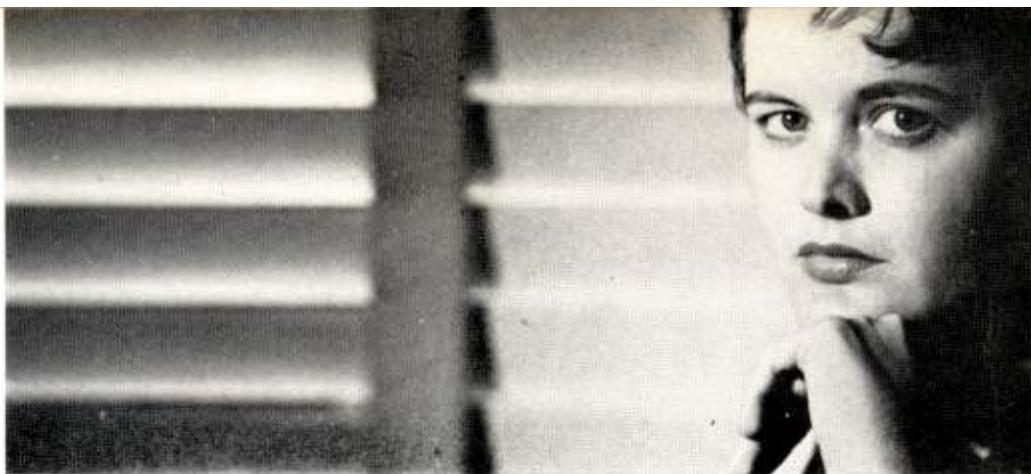
- MANUEL ALVAREZ TEIJEIRO
- MARÍA BOUZA GONZÁLEZ
- YOLANDA GÓMEZ RODRÍGUEZ
- X ADA NIN RECALT
- MARIO GURDIEL PADERNI
- HUMBERTO HERNÁNDEZ RODRIGUEZ
- JOSÉ RAMÓN RIVERO CASTELEIRO
- X RAMÓN BLANCO ALONSO
- JUANA RITA LABOURDETE RAJADE
- X JOSÉ M. NOCEDA VEGA
- X VÍCTOR PIEDRA FEBRE
- X LORENZO PONCE DE LEÓN
- JUAN GONZÁLEZ-POSADA CLAVIJO

INVESTIGACION

- ALBERTO MAZARREDO RAPHEL
- ARNOL RODRÍGUEZ CAMPS
- X ALICIA GARCÍA GONZÁLEZ
- RUBY SUÁREZ DELGADO
- X JUAN IGNACIO TAPIA TAMAYO
- X MARÍA SILVIA ORTIZ VILLANUEVA
- X JOSÉ HERMIDA GARCÍA
- FÉLIX CAPOTE ANDREU
- CARMEN ALMEIDA COFFIGNY
- X RAIMUNDO GONZÁLEZ SAMSÓ

5
PRODUCCION
Gráfica

ONYRIA HERRERA DIAZ



MADDIE BARO ESTEVA

CARLOS ALBERTO
RODRIGUEZ HERNANDEZ

CRISTINA TORRES
ALVAREZ



TERESA ROSA
MENENDEZ PEREZ



MANUEL ALVAREZ TEIJEIRO



MARIA L. BOUZA GONZALEZ



YOLANDA GOMEZ RODRIGUEZ



ADA NIN RECALT



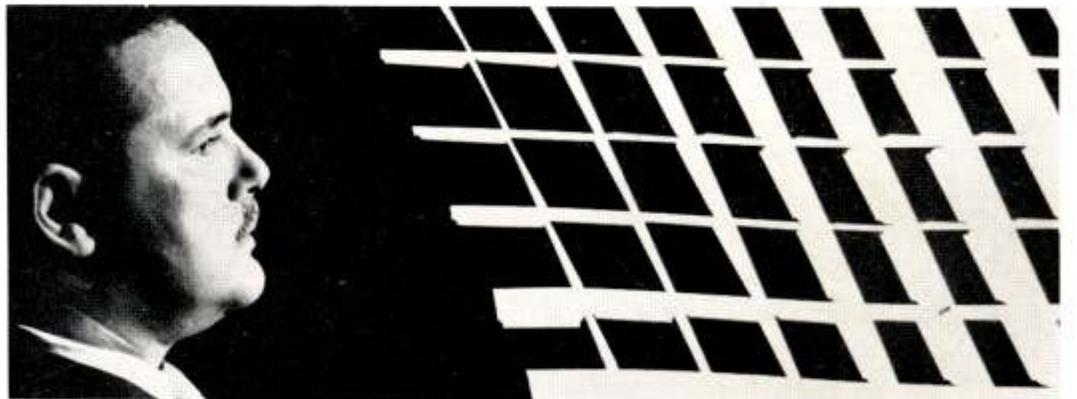
MARIO GURDIEL PADERNI

HUMBERTO HERNANDEZ
RODRIGUEZ

JOSE RAMON RIVERO
CASTELEIRO



RAMON BLANCO ALONSO



JUANA RITA
LABOURDETTE RAJADE





JOSE M. NOCEDA VEGA



VICTOR
PIEDRA
FEBRE



LORENZO
PONCE
DE LEON

JUAN GONZALEZ-POSADA CLAVIJO

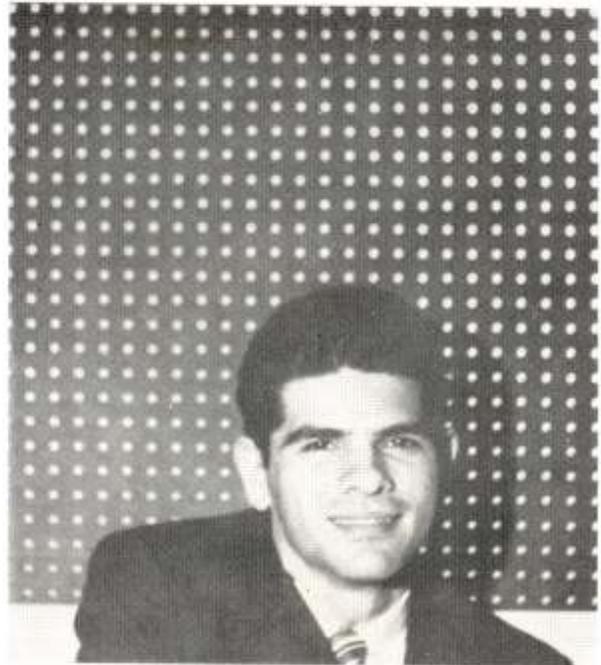


10

INVESTIGACION



ALBERTO MAZARREDO RAPHEL



ARNOL RODRIGUEZ CAMPS

ALICIA GARCIA GONZALEZ





MARIA SILVIA ORTIZ VILLANUEVA



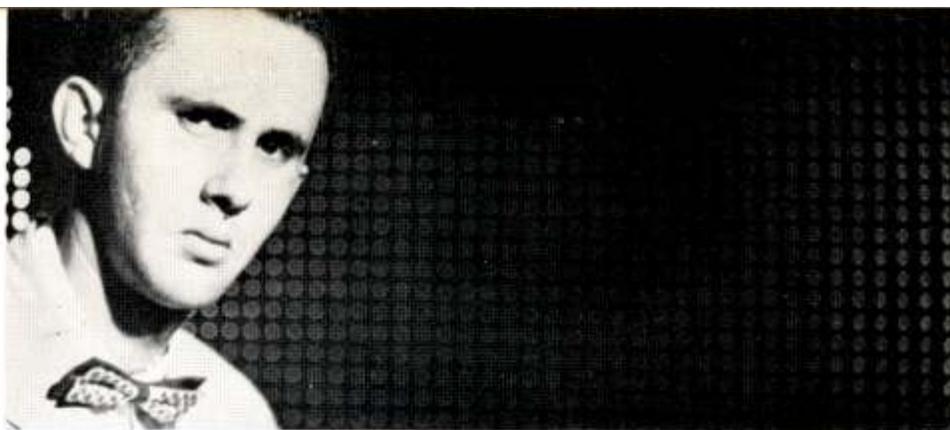
RUBY
SUAREZ
DELGADO



JUAN IGNACIO
TAMAYO
TAPIA

JOSE HERMIDA GARCIA





FELIX CAPOTE ANDREU



CARMEN ALMEIDA COFFIGNY

RAIMUNDO GONZALEZ SAMSO



Señores de la Presidencia,

Profesores,

Señoras y señores,

Compañeros:

Creo que es de suma importancia destacar primeramente, la labor de todos nuestros profesores a través de los cursos que hemos recibido en la Escuela.

Para poder mantener la Escuela funcionando y poder cubrir los programas señalados, hemos visto realizar enormes sacrificios, a hombres y mujeres, que a expensas de desatender otras obligaciones, buscaban el tiempo necesario para brindar en las clases todo el caudal de sus conocimientos, por la sola satisfacción de hacer algo en beneficio del grupo profesional al que pertenecían, y la retribución simbólica de *un peso* al año.

No sólo han venido a dar clases para cubrir la materia marcada, sino que en todos los casos han dado mucho más, y con un desinterés pocas veces visto, nos han mostrado los medios de que se valen para resolver los problemas que se les presentan en el ejercicio diario de su actividad profesional. Este deseo de ayudar a los que serán sus propios competidores el día de mañana, nada más puede encontrarse en personas muy seguras de sí mismas, con plena confianza en la solidez de sus conocimientos, y a quienes el temor de la competencia nada importa. Son a mi juicio, los verdaderos Profesionales de la Publicidad Cubana.

DISCURSO DEL JOVEN ALUMNO JOSE I. TAPIA TAMAYO

Y como público reconocimiento a sus méritos, ampliamente ganados día a día en esta Escuela Profesional de Publicidad, pido para nuestros profesores y en especial para nuestro querido Director, doctor Raúl Gutiérrez, máximo inspirador de la Escuela, un fuerte aplauso que les sirva de estímulo para continuar su magna obra.

Quiero también destacar brevemente la importancia de nuestra Escuela. Y lo hago brevemente, porque ya en ocasiones anteriores se ha señalado esta importante función que la Escuela ha de desempeñar, preparando mejores Profesionales Publicitarios para el futuro.

Como en casi todas las profesiones, los comienzos de la Publicidad en Cuba, fueron inciertos. Hombres prácticos, sin más armas que su propia intuición, se decidieron a emprender el camino. El bregar diario fué su única escuela. Mas, pronto la Publicidad fué evolucionando, y su desarrollo motivó nuevos cambios. Como requirió mayores conocimientos, fueron acercándose a ella hombres de otras disciplinas profesionales que con mayor base científica pudieran adaptarse mejor a las exigencias que la Publicidad reclamaba.

Pero la Publicidad no ha querido detenerse y cada vez requiere mayor preparación científica. Y es aquí donde surge la necesidad de crear la Escuela Profesional de



TODO HA TERMINADO...

Así lo parece, después de haber estudiado y aprendido todo cuanto los maestros creyeron necesario. La montaña de trabajos, de libros de consultas, de revistas, lo atestiguan. Mas sin embargo, es ahora, que todo va a comenzar.

Así como después del parto feliz, surge una criatura a la vida, ha surgido ahora "un graduado publicitario", pero es ahora cuando ha nacido y es ahora cuando empezará de verdad su "comienzo", su vida como publicitario. Será el futuro el que dirá si aprovechó cuantos conocimientos supieron impartirle sus maestros.

Ahora comenzará su lucha por la profesión.

Para ello llevan la preparación lograda y una grandísima buena fe.

De los que comienzan es la vida.



**FINCA DE
MIGUEL ANGEL QUEVEDO**

*Estas instantáneas de
Korda recogen momentos
destacados de la fiesta.*

Estamos seguros que el delicioso sabor dejado por esta fiesta a profesores y alumnos ha de acrecentar el inolvidable recuerdo que la Escuela Profesional de Publicidad representa en la vida de los Graduados de 1956.



LA DRA. ELOISA LEZAMA LIMA

*despide a los
Graduados en la
finca de Quevedo*



Queridos alumnos:

Ya saben ustedes cuánto me opongo a pronunciar discursos y es porque noche a noche, y a cada uno en particular, les digo en la Escuela lo que tengo necesidad de decirles.

Socialmente estamos frente a la muerte del *Individualismo* y esta crisis que, en apariencia, es necesaria, pugna, sin embargo, con mi actitud ante la vida, ante mis más caros sentimientos y, por supuesto, ante ustedes. Se me dificulta considerarlos como un grupo humano ante el cual he de decir cosas de conjunto, ante el cual debo lanzar el estímulo para provocar la reacción colectiva. No puedo, porque ustedes son para mí entes separados y concretos, situados dentro de mí misma con precisión y exactitud.

Necesitaría un discurso para Maddie y Raimundo; un epitalamio para Noceda; una nota de agradecimiento para Posada; un chiste para Ruby; una investigación sobre la confección de la máquina de Hermita; una frase ingenua para Arnol... y así para

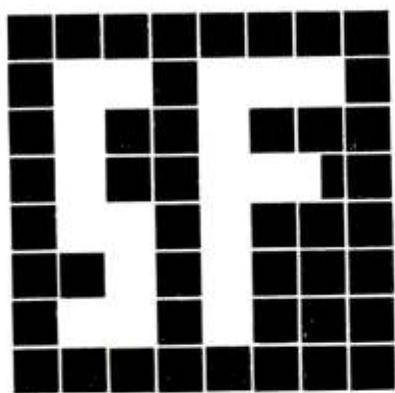
cada uno, a quienes tan bien conozco y tan diferenciados siento. Y mientras repaso sus nombres me adelanto a pensar que en octubre no los veremos ya con cotidianidad y cuanto eso constituirá un vacío. Pero no caigamos en esa amargura incurable que agobia a todo hombre sensible ante cualquier eventualidad: en un acto de esta naturaleza estamos obligados a eliminarla.

El conjunto de sueños forma un extraño programa cuya persecución es la historia de cada humano, de cada uno de nosotros. Al final casi todos se ven obligados a hacer una lista de decepciones, de sueños no realizados y un pequeño cuadro de lo que ha sido posible. Para ustedes obtener el título de Profesional Publicitario está ya en la lista de realizaciones. Para nosotros, los Profesores de la Escuela, también ha sido esta graduación, ésta en especial, un proyecto espiritual cumplido. Tal vez ni ustedes mismos sospechen —perdónenme la sinceridad— el triunfo que ha representado haber podido predecir que era posible hacerlo. Yo no estoy segura de que la calidad de los conocimientos transmitidos por nosotros sean insuperable, pero sí estoy muy segura que tiene un alto valor el hecho de que un grupo de individuos —triunfadores moral y materialmente— sin afán de lucro, se hayan expuesto ante Uds. con una cobertura de cristal cuya transparencia ha permitido descubrirles sus sentimientos, sus conocimientos y sus desconocimientos. Con una ingenuidad y buena intención exóticas en nuestro mundo, han venido a decirles una y otra noche de qué armas, con qué material y la forma en que han actuado para obtener lo que ya ellos encontraron, sin ayuda de candil ajeno. Mediten un poco lo que representa esta conciencia de clase y alta responsabilidad histórica.

Los dos sueños más altos que puede tener la especie humana son el *conocimiento* y la *inmortalidad*. Si incluimos la labor que acabamos de realizar en los sueños relacionados con el conocimiento deben ustedes disculparme el tono de orgullo empleado.

Sobre la *inmortalidad*, que es el sueño intangible, irrealizable, sólo no es dado a conocer su antecámara y no hay otra forma de llegar a ella que rompiendo las ataduras del materialismo histórico y poniendo una secreta esperanza en el mundo del espíritu. Así mi ruego final es pedirles que a la profesión que van a emprender, tan dura y seca en ocasiones, traten de impartirle un tinte de ccsa fresca, un matiz noble, un tono de finura. Con eso me conforme y les digo adiós que quiere decir: Id con Dios, sinónimo de Id con el Espíritu.

SEOANE Y



FERNANDEZ



El cálido y desinteresado entusiasmo de todos los integrantes de Seoane y Fernández, que han colaborado con ese cariño que sólo pueden poner en su labor quienes viven enamorados de su trabajo, ha hecho posible esta primera Memoria de Graduados de la Escuela Profesional de Publicidad. Al agradecer desde aquí cuanto han hecho, queremos hacer especial mención de ese amigo de todos, José Melón Valdés, mentor de la alta tipografía cubana, a cuyo celo y vasta experiencia se debe gran parte de la belleza de esta obra.

NUESTRO AGRADECIMIENTO

LUIS ALONSO FAJARDO

La desbordante vitalidad, el entusiasmo y el sentido artístico del Profesor de "Producción Gráfica" de la Escuela, Sr. Luis Alonso Fajardo, han hecho posible esta obra.



KORDA

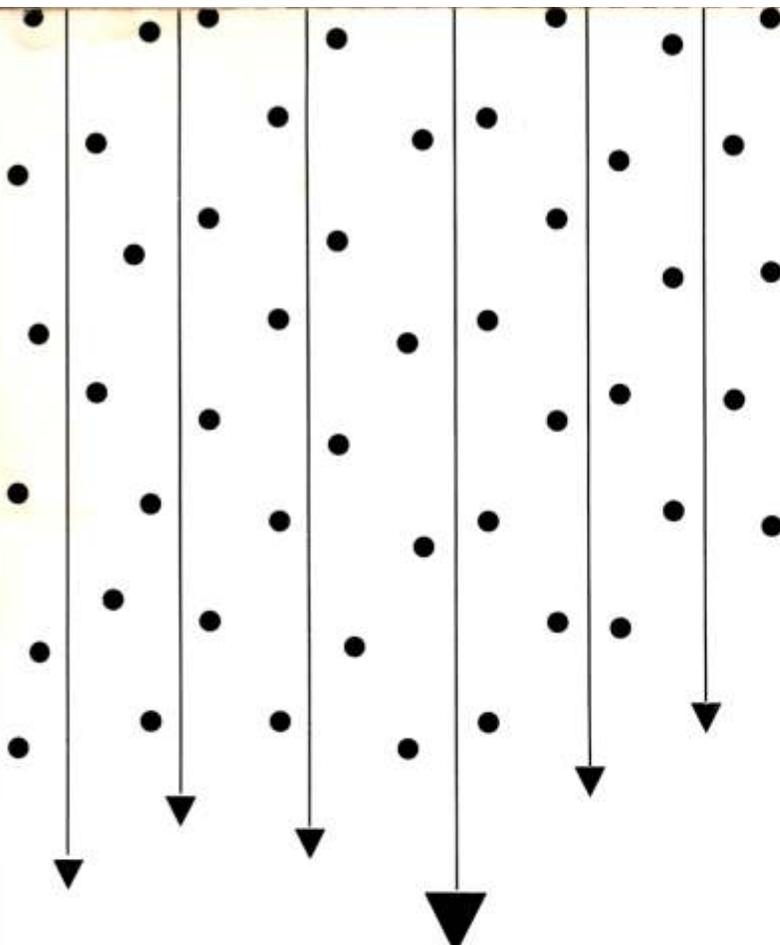
Podemos llamarle ya nuestro fotógrafo: su actitud desinteresada y elegante, que nos ha permitido poder confeccionar esta Memoria, hace que pertenezca a nuestra breve historia y gran futuro.

CORTESIA DE

•
adolfo

K*ates*

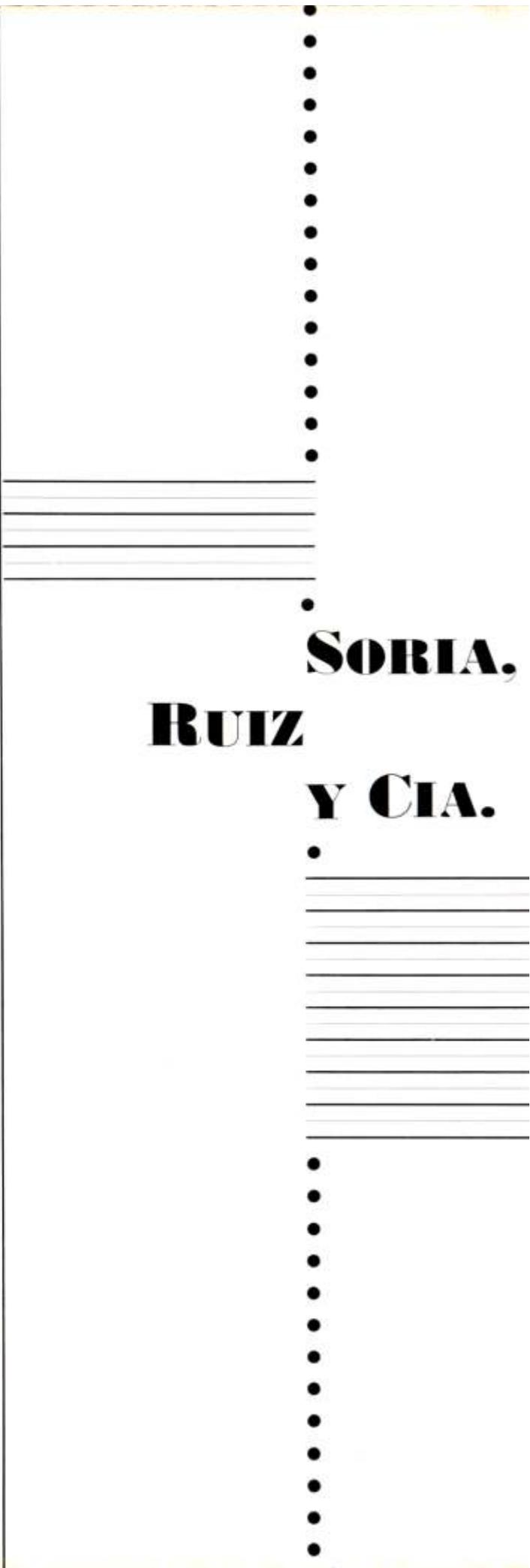
e hijo



CORTESIA DE

*PUBLICIDAD
EN
TRANSPORTE, S. A.*

ANUNCIOS
EN
OMNIBUS



**SORIA,
RUIZ
Y CIA.**

Cortesía de

SABATES, S. A.

1860 • La empresa que marcha a la cabeza de la industria jabonera • 1957

▶ CORTESIA DE *Publicitaria*

ar-ti, s. a.

SIMBOLO DE CAMPAÑAS EFICACES • DE ANUNCIANTES SATISFECHOS ◀



• ORGANIZACION **T**ECNICA **P**UBLICITARIA **L**ATINO **A**MERICANA

UNAS LETRAS QUE HAN SABIDO DESTACARSE EN PUBLICIDAD •

• **Y** QUE ESTAN A SU DISPOSICION, SEÑOR ANUNCIANTE

CORTESIA DE LA REVISTA

Bohemia

300,000 EJEMPLARES SEMANALES

CORTESIA VALLAS COMERCIALES

C O R D O V A

PRIMERA IMPRESORA
CUBANA DE VALLAS

Cortesía de

McCANN-ERICKSON DE CUBA, S. A.

Publicidad

Cortesía de

CMQ

CMQ

CMQ

Radio y Televisión

CMQ

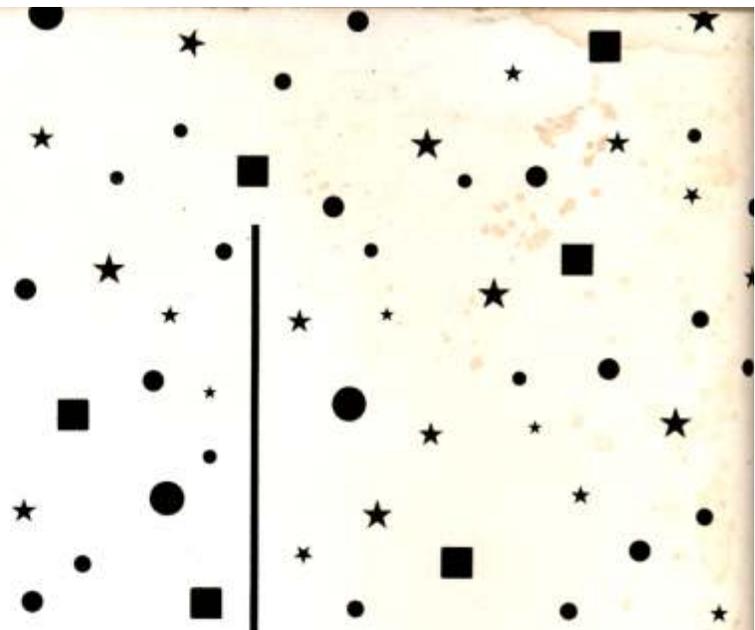
CMQ

CMQ

*La cadena de emisoras de
mayor poder de venta en Cuba
Los mejores programas
Los mejores artistas*

Cortesía de ● PUBLICIDAD
● INTERAMERICANA, S. A.

● EDIFICIO ODONTOLÓGICO
● APARTAMENTOS 702 AL 710
●



Cortesía de

**RADIO
CADENA
HABANA**

La emisora que ha sabido ganar

la más destacada posición

entre todas las emisoras locales

de la mitad occidental de Cuba

para beneficio de sus anunciantes.

LA EMISORA MUSICAL DE CUBA