

IMPETU

Año 25, n. 301, mayo 1959

Contenido:

- "The Advertising Council"
- Toque humano y trabajo de equipo, razón del éxito de los mejores films publicitarios
- La palabra cede la palabra
- ¿Reduce la televisión el número de asistentes a los espectáculos deportivos? (La experiencia norteamericana)
- Seijoo, premio internacional
- 25 años forjando periodistas
- Los avisos del mes (cubiertos Gamuza, casimires Burberrys, muebles Díaz, líneas aéreas Panagra)