

# IMPETU

**Año 20, n. 233, agosto 1953**

***Contenido:***

- Veinte años
- Anuncie ahora
- Teoría de la marca. Las cosas y los signos. Aspectos generales de un nombre propio
- La nueva Ley de radiodifusión
- La fraternidad internacional de la propaganda, por Thomas Aiken Jr., Gerente de McCann-Erickson Corp.
- Propaganda y ética
- La responsabilidad económica de la agencia ante los medios
- Cosméticos... perfumes... y publicidad
- Panorama radiotelefónico, por Jaime Más, director artístico de Radio Belgrano
- La literatura de la propaganda, desde el nacimiento de IMPETU, por Alejandro Low
- ¡Oh, las vidrieras de las sastrerías!
- Las posibilidades del dibujo animado en la televisión
- Honestidad y capacidad
- La publicidad y los ferrocarriles
- Lasker tenía razón. Aspectos más importantes de la conferencia del "pionero" de la propaganda norteamericana, publicada por la revista Advertisng Age
- El C.D.D. y el aniversario de IMPETU
- Affiches 20 aniversario de IMPETU: ganadores del concurso
- La propaganda institucional vende productos
- Nuestro Aniversario y Don Manuel M. Mórtola
- Misión orientadora de la investigación de mercado
- Publicidad científica, por Claude Hopkins. Editado en 1927 y reeditado en 21 capítulos es considerado un clásico de la literatura especializada en propaganda. Capítulo VIII - Dígallo todo