

IMPETU

Año 13, n. 8, marzo 1947

Contenido:

- La agencia de publicidad no debe operar con el capital del cliente. Las editoriales tienen en la agremiación un instrumento de defensa contra las prácticas equivocadas
- Las preguntas que formula el investigador sacan a luz información vital
- Pequeños en tamaño, pero grandes en "fuerza de arrastre", los avisos chicos no pasan inadvertidos
- Política publicitaria de largo alcance: atraer a la nueva generación
- ¡Hablo yo o pasa un ómnibus! Monólogo del aviso, versión taquigráfica de Sunday Paynim
- Los publicitarios españoles ansían vincularse con sus colegas argentinos