

# IMPETU

**Año 5, n. 4, marzo 1938**

**Contenido:**

- Montevideo publicitario
- ¿Cómo se vende por radio? A quiénes conviene anunciar por radio
- La "Cadena" constante en las transmisiones radiotelefónicas
- La vidriera es uno de los elementos más poderosos en el proceso de la venta
- Estudio de Avisos n. 14 "Hojas de afeitar" (Okey) n. 15 "Rosalinda" papel de cocina (Solavez), n. 16 "Crema" para el cutis (Hinds)
- Inauguró sus transmisiones la Primera Cadena Argentina de Broadcastings
- Documentó su obra en una Memoria el Gobierno saliente
- Suma y Sigue... (Epidemia de los plagios en la publicidad)
- Octave-Jacques Gerín, por el Sr. Rafael Bori, redactor corresponsal de Ímpetu en España
- Mirando nuestras paredes
- Digesto mensual de Comercio y Finanzas

