

IMPETU

Año 1, n. 1, mayo 1933

Contenido:

- "Dar fe de la honrada palabra comercial e invalidar la que no lo es": Es el lema de nuestro Instituto Científico de Veracidad Industrial
- Nuevo trasmisor para L.R.5. Radio Excelsior acaba de instalarlo en Monte Grande
- Mapa: El mercado argentino: 15 Zonas de Influencia Comercial
- En un aviso todo es importante, por el Sr. William L. Ritter, Gerente de Ventas de la General Motors Argentina S.A.
- Cómo puede rendir más la propaganda directa: contestando una consulta de la Scott Paper Company
- La sinceridad como recurso de ventas, por el Sr. Irwin S. Rosenfels, asesor de propaganda
- Propaganda no es literatura, por el Dr. Eduardo Vaccaro de la Agencia J. Walter Thompson Co.
- Señor... ¿me da un aviso?, por el Sr. Jorge Costa Galíndez de Editorial Atlántida
- Cinco minutos con un fotógrafo, una entrevista con el Sr. Emilio Ramírez, Jefe de fotografía de "Noticias Gráficas"
- Publicidad caminera: su eficacia como factor anunciativo. El tráfico de los caminos
- Tabla: El tráfico en los caminos radiales de Buenos Aires (Datos oficiales suministrados por la Policía Caminera de la Prov. de Buenos Aires)
- Tendencias actuales de la propaganda. Opiniones de destacados banqueros norteamericanos, extractadas de "Index", que publica The New York Trust Company
- 1500 periodistas en 25 años, un aniversario significativo
- Aclarando el misterio del rotograbado. Preguntas y respuestas acerca de un proceso de impresión gráfica poco comprendido (1ª parte)
- La biografía del mes: 50 años en el Periodismo: don Pedro L. Balza

Estudio de Avisos, extraídos de la prensa local:

- La Actualidad en el Aviso
- El Nacionalismo en el Aviso
- La Ilustración Dialogada en el Aviso