

IMPETU

Año 14, n. 3, octubre 1947

Contenido:

- La acción de la mala propaganda redundará en perjuicio del anunciante honesto. Los medios no deben dar cabida a mensajes que puedan inducir a engaño o confusión
- Los distintos tipos de "layout" y su empleo. Resumen de una disertación en el Club de Directores de Arte, por John Russo
- Continuidad y repetición, por J. J. Nery, jefe de propaganda de la Fábrica Argentina de Alpargatas
- La acción de la propaganda en los momentos actuales. Sobre este tema disertó el Sr. Jorge Martínez Seeber en Rosario, bajo los auspicios del Círculo de la Publicidad
- Ponencias y declaraciones aprobadas por el primer Congreso Nacional de la Propaganda en el Uruguay
- Bibliografía publicitaria. "Cómo hacer Propaganda", por Otto Kleppner
- El periodismo del Interior: El diario "Los Andes", de Mendoza
- Panorama Brasileño. Especial para IMPETU, por Genival Rabelo, co-director propietario de "Publicidade & Negócios", de Río de Janeiro