

IMPETU

Año 14, n. 7, febrero 1948

Contenido:

- Nada de lo que pasa en el mundo de la propaganda puede serle indiferente al publicitario. Un mensaje objetable es un lastre que debe desaparecer
- La acción pedagógico-social de "Billiken"
- La cooperación que las editoriales prestan al anunciador redundan en beneficio de los consumidores. La mención de productos y marcas es, además de un servicio publicitario, información útil para el lector
- Las empresas de publicidad en vehículos de transporte pueden reunir apreciable información para los avisadores. La circulación controlada es uno de los requisitos para apreciar la eficacia de este medio publicitario
- Panorama Brasileño. Especial para IMPETU, por Genival Rabelo, co-director propietario de "Publicidade & Negócios", de Río de Janeiro
- Con asiento en Bahía Blanca, "La Nueva Provincia" es vocero del Sud Argentino: el periodismo del interior
- 37 agencias totalizaron 950 millones de facturación en 1947 en los EE. UU.