

Indice

<i>pag.</i>	
9	Presentazione <i>di Maria Luisa Altieri Biagi</i>
15	Introduzione
17	Lo sfondo: la pubblicità italiana negli ultimi quarant'anni
33	L'antologia <i>(Sammlung von Gedichten, Sprüchen Prosastrichen)</i>
35	Francesco Flora Interpretazione della réclame
47	Leo Spitzer La pubblicità americana spiegata come arte popolare
75	Bruno Migliorini Motti pubblicitari e politici
79	Mario Medici Pubblicità quinto potere: osservazioni linguistiche X
95	Giovanni Gazzera L'elaborazione del testo nell'annuncio pubblicitario
97	1. La lingua parlata e lo stile pubblicitario X
98	2. Intensità dei termini e loro valore
100	3. Destare l'interesse del lettore, farlo partecipare (la personalizzazione)
101	4. Stile e ritmo

- 102 5. Esattezza di linguaggio
103 6. Fonetica, grammatica, sintassi
- Gianfranco Folena
107 **Aspetti della lingua contemporanea. La lingua e la pubblicità** X
- Francesco Sabatini
121 **Il messaggio pubblicitario da slogan a prosa-poesia**
- Maria Corti
139 **Il linguaggio della pubblicità**
- Omar Calabrese
159 **Il marinismo in serie. Una lingua tra neo-arcaismo e paleoneologismo**
- Giorgio Raimondo Cardona
179 **Caratteristiche stilistiche della lingua della pubblicità**
- 181 1. Il gioco di parole
183 2. Dialetto e italiano regionale
184 3. Le lingue straniere
188 4. Il mito
189 5. Il *pastiche* letterario
192 6. Il gergo
193 7. I tecnicismi
196 8. Come conclusione
- Claudio Ferrari
199 **I segreti della body-copy**
- Paola Buratta
203 **Il linguaggio della pubblicità della cosmesi femminile (1984-85)** X
- Gianluca Pierotti
213 **Subliminal copywriting. "L'effetto Tinsema"**
- 219 **Bibliografia**