

Indice

| | | |
|---|---|----|
| Prefazione | » | IX |
| 1. Il contratto mai tradito | | |
| 1.1 Una considerazione, per iniziare | » | 1 |
| 1.2 Parole (parole, parole...) pubblicitarie | » | 3 |
| 1.2.1 Storie di réclame... e di reclami | » | 3 |
| 1.2.2 Se l'attenzione è ciò che conta | » | 6 |
| 1.2.3 Pubblicità in viaggio | » | 7 |
| 1.2.4 Dalla vigna al controllo delle masse | » | 10 |
| 1.2.5 Oltre la lingua | » | 12 |
| 1.3 L'uomo di parole | » | 13 |
| 1.4 Non così è anche se vi pare | » | 16 |
| 1.4.1 Di pubblicità e di narrazioni | » | 19 |
| 1.5 Pubblicità, lingua e linguaggi: un complesso di scatole cinesi | » | 22 |
| 1.6 Il pensiero stereotipato, forma di conoscenza premasticata | » | 30 |
| 1.6.1 Agenti in azione: a ciascuno il suo (stereotipo) | » | 32 |
| 1.6.2 <i>Ménage à trois</i> pericolosi: quando i prototipi incontrano lingua e dialetto | » | 36 |
| 1.6.3 Di pettini e cacciaviti | » | 41 |
| 1.7 <i>To think or not to think, this is the question</i> | » | 46 |
| Note | » | 54 |
| 2. In corpore (in)sano: il corpo e le sue forme proibite nella comunicazione pubblicitaria | | |
| 2.1 Se la manutenzione è tutto | » | 63 |
| 2.2 Integratori per la mente | » | 68 |
| 2.3 Nel laboratorio del farmaconimo | » | 70 |
| 2.4 Interrogativi generici | » | 72 |
| 2.5 «... because health professionals can't do it alone» | » | 75 |
| 2.6 Comunicazione pubblicitaria e sintomo: una lunga storia d'amore | » | 80 |

| | | | |
|-----------|---|---|-----|
| 2.7 | «Ne mangio mille al giorno vuoi sapere perché...?» | » | 85 |
| 2.8 | «Cosa vuoi di più dalla vita?» Un Salvalavitapischelli. Riflessioni preliminari sul tabù e i suoi limiti | » | 93 |
| 2.9 | Tabù e Viagra, tabù del Viagra | » | 110 |
| 2.10 | Se il Tabux scricchiola | » | 112 |
| 2.11 | Quando il tabù si fa esplosivo. Le mille mille bolle... <i>dell'indecenza</i> | » | 117 |
| 2.11.1 | Il <i>latinorum</i> dei marchionimi | » | 122 |
| 2.12 | La rappresentazione del corpo malato | » | 124 |
| 2.13 | «Mal di testa? È questione di Moment» | » | 130 |
| 2.14 | Interferenze cromatiche e codici rosa | » | 135 |
| 2.15 | Facile (e sano) come... | » | 138 |
| 2.16 | Quando le <i>cose</i> sono <i>tue</i> ma la pubblicità è di tutti | » | 140 |
| 2.16.1 | Mestruazioni e dizionario: la parola alle incoppettate | » | 148 |
| 2.17 | «Ti tocca anche se ti tocchi» | » | 151 |
| 2.17.1 | Rotture low cost | » | 160 |
| 2.18 | Morte e comunicazione, comunicazione della morte | » | 163 |
| 2.18.1 | «Come a little closer» | » | 169 |
| | Note | » | 174 |
| | | | |
| 3. | La comunicazione attesa | | |
| 3.1 | Stereotipi di ieri, di oggi... di sempre? | » | 185 |
| 3.2 | «E tu, come ti senti?» | » | 189 |
| 3.2.1 | Di ieri, di oggi... | » | 191 |
| 3.2.2 | «Siamo la coppia più bella del mondo»: storie di donne e di detersivi | » | 195 |
| 3.2.3 | Un'equa divisione dei ruoli | » | 199 |
| 3.2.4 | L'inatteso atteso e il pentolone incrostato | » | 200 |
| 3.2.5 | La bugia nell'inatteso? | » | 203 |
| 3.2.6 | «Non è vero che tutto fa brodo» | » | 204 |
| 3.3 | Un consiglio Franco... D'Amico | » | 208 |
| 3.3.1 | <i>Scarpe diem</i> | » | 211 |
| 3.3.2 | Non di sole scarpe vive l'uomo... | » | 213 |
| 3.4 | Il maschio al cambio di millennio | » | 216 |
| 3.4.1 | Se il marito parla bene e la moglie tace, la famiglia vive in pace | » | 217 |
| 3.4.2 | L'uomo in ammollo | » | 218 |
| 3.4.3 | L'uomo Viakal | » | 219 |
| 3.4.4 | Dalla vita aspettati di più? | » | 221 |
| 3.4.5 | Milagros | » | 222 |
| 3.5 | Vecchi miti e nuove realtà: va in scena la famiglia italiana | » | 224 |

| | | | |
|-----------|---|---|------------|
| 3.6 | La bio-lògica: una vita all'insegna di bio | » | 226 |
| 3.7 | Se lo straniero è di casa (ma la pubblicità se ne dimentica) | » | 233 |
| 3.8 | L'attesa ha dato i suoi frutti? | » | 238 |
| | Note | » | 239 |
| 4. | Fatti di lingua: le mille lingue che parla la pubblicità | | |
| 4.1 | Fuori dal tunnel | » | 246 |
| 4.1.1 | Lingua di angeli e di diavoli | » | 249 |
| 4.1.2 | Tante lingue, una lingua | » | 251 |
| 4.2 | Se la mescolanza è giovane, trendy e up-to-date | » | 258 |
| 4.3 | Lo sport fa miracoli (pubblicitari) | » | 262 |
| 4.3.1 | La catena di sant'Antonio alla conquista delle reti | » | 270 |
| 4.4 | Cronaca di una finta morte annunciata | » | 272 |
| 4.5 | Così è, se vi pare | » | 276 |
| 4.6 | Dalla Panda alle primarie del PD | » | 284 |
| 4.7 | Sono solo parole? | » | 290 |
| 4.8 | Nati per comunicare e per credere? | » | 295 |
| | Note | » | 299 |
| | Bibliografia | » | 303 |