from

A Bibliography of Literary Theory, Criticism and Philology

<http://bit.ly/abibliog>

by José Ángel García Landa

(University of Zaragoza, Spain)

# Advertising

General

Miscellaneous

Specific media / ads / campaigns

**General**

Bezuidenhout-Raath, Ilze. "Advertisements." In *The Routledge Encyclopedia of Narrative Theory.* Ed. David Herman, Manfred Jahn and Marie-Laure Ryan. Abingdon and New York: Routledge, 2005. 7-8.\*

Conejero López, Marta. *Publicidad: escenas de persuasion.* Ph.D. diss. U of Valencia, 1994.

\_\_\_\_\_. *Niveles de significado en el lenguaje publicitario.* 1995.

\_\_\_\_\_. *La comunicación especializada: Los modelos del lenguaje publicitario.* 1995.

\_\_\_\_\_. *La sistematización lingüística del lenguaje publicitario.* 1995.

Cook, Guy. *The Discourse of Advertising.* London: Routledge, 1992. (Interface). 2nd ed. London: Routledge, 2001.

Dyer, G. *Advertising as Communication.* London: Methuen, 1982.

Forceville, Charles. *Pictorial Metaphor in Advertising.* London: Routledge, 1998.

Goddard, Angela. *The Language of Advertising.* (Intertext). London: Routledge, 1998.

\_\_\_\_\_. *The Language of Advertising: Written Texts.* 2nd ed. (Intertext). London: Routledge, 2002.

Goffman, Erving. *Gender Advertisements.* 1976. New York: Harper and Row, 1979.

\_\_\_\_\_. *Gender Advertisements.* London: Macmillan, 1979.

González Martín, Juan A. *Fundamentos para la teoría del mensaje publicitario.* Madrid: Forja Editorial, 1982.

\_\_\_\_\_. *Teoría general de la publicidad.* Madrid: FCE, 1996.

Hermerén, Lars. *English For Sale: A Study of the Language of Advertising.* (Lund Studies in English). Lund: Lund UP, 1999.

Hyde, Stuart S. *Television and Radio Announcing.* Boston: Houghton Mifflin, 1950.

Jowett, G., and V. O'Donell.  *Propaganda y persuasión.* London: Sage, 1986.

Leech, Geoffrey N. *English in Advertising: A Linguistic Study of Advertising in Great Britain.* Lodnon: Longman, 1966.

Lorente, José Luis.  *Todo lo que sé sobre publicidad.* Barcelona: Folio, 1987.

Mourelle de Lema, Manuel. *El lenguaje publicitario: Aproximación a su estudio.* Madrid: Grugalma, 1994.

Reis, Carlos. "Análisis del discurso publicitario." In Reis, *Fundamentos y técnicas del análisis literario.* Madrid: Gredos, 1981. 383-97.\*

Vázquez, Ignacio, and Santiago Aldea. *Estrategia y manipulación del lenguaje: Análisis pragmático del discurso publi-propagandístico.* Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 1991.\*

Williamson, Judith. *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising.* London: Boyars, 1978. 1996.

**Miscellaneous**

Adair, Gilbert. "Ologies." (Advertising). In Adair, *The Postmodernist Always Rings Twice.* London: Fourth Estate, 1992. 43-46.\*

Miguel, Amando de. "El derecho a la contrapublicidad." In de Miguel, *Yo, critico.* Madrid: Cuadernos para el Diálogo, 1974. 45-48.\*

Barthes, Roland. "Le message publicitaire." *Cahiers de la Publicité* 7 (1963). Rpt in Barthes, *L'aventure sémiologique.* Paris: Seuil, 1985. 243-8.\*

Beauvoir, Simone de. "Women, Ads, and Hate." In "10. Short Feminist Texts from the Seventies and Eighties." In Beauvoir, *Feminist Writings.* Urbana, Chicago, and Springfield: U of Illinois P, 2015. 273-76.\*

Berger, John, et al. *Ways of Seeing.* London: BBC; Harmondsworth: Penguin, 1972. 1975.\*

Bueno García, Antonio. *Publicidad y traducción.* (Vertere: Monográficos de la revista *Hermeneus,* 2). Soria: Hermeneus / Diputación Provincial de Soria, 2000.\*

Busquets, L. *Para leer la imagen.* Madrid: ICCE, 1977.

Caballero, Rosario. "Exploring the Combination of Language, Images and Sound in the Metaphors of TV Commercials." *Atlantis* 36.2 (Dec. 2014): 31-51.\*

Cabellos Castilla, M. Rosa, and Cristina Tejedor Martínez. "La formación de palabras y el inglés publicitario: Un estudio práctico." In *Lenguas para fines específicos: investigación y enseñanza. VI.* Ed. S. Barrueco, E. Hernández, and L. Sierra. Alcalá de Henares: Universidad de Alcalá, 1999.

Campos Pardillos, Miguel Ángel. "Gritos en el funeral del sujeto: individualismo y fragmentación en publicidad inglesa." In *Autor y texto: Fragmentos de una presencia.* Ed. Ángeles Sirvent, Josefina Bueno, and Silvia Caporale. Barcelona: PPU, 1996. 417-28.\*

Cánovas, Marco. "*Je t'aime:* El uso de la ambigüedad en la publicidad audiovisual." In *Trasvases culturales: Literatura – Cine – Traducción.* Ed. Raquel Merino, J. M. Santamaría, and Eterio Pajares. Bilbao: Servicio editorial de la Universidad del País Vasco, 2005. 195-202.\*

Capanaga, Pilar. *Salsa probiótica: La lengua de la publicidad alimentaria.* Zaragoza: Pórtico, 2003.

Catalá Pérez, Manuela. "Pragmática de la comunicación publicitaria: Relación con los procesos comunicativos literarios." *Tropelías* 9-10 (1998-99 [issued 2001]): 113-23.\*

Chang Mauh Tsun, Víctor María. "Estudio sobre la 'progresión temática' y la aplicación de figuras retóricas en publicidad." *RILCE* 12.1 (1996): 26-37.\*

Chekhov, Anton. (Antón P. Chéjov). "Propagandas y anuncios cómicos." 1882. In Chéjov, *Cuentos completos (1880-1885).* Ed. Paul Viejo. 3rd ed. Madrid: Páginas de Espuma, 2014. 101-4.\*

Christidis, Tania. *Poetry and Advertising: Principles of Communication.* Aachen: Shaker Verlag, 2002.

Coupland, Justine. "Dating Advertisements: Discourses and the Commodified Self." *Discourse and Society* 7.2: 187-208.\*

Crijns, Rogier, and Christian Burgers. "Charaktere und Komplexität als Elemente von Narrativen in gedruckter Werbung." In *Actas del V Congreso Internacional AELFE (Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos) / Proceedings of the 5th International AELFE Conference).* Ed. Mª Carmen Pérez-Llantada Auría, Ramón Plo Alastrué and Claus Peter Neumann. CD-ROM. Zaragoza: AELFE / Prensas Universitarias de Zaragoza, 2005. 168-74.\*

Díaz Pérez, Francisco Javier. "Sperber and Wilson's Relevance Theory and Its Applicability to Advertising Discourse: Evidence from British Press Advertisements." *Atlantis* 22.2 (Dec. 2000): 37-50.\*

\_\_\_\_\_. "Una aproximación al uso de la metáfora en la publicidad británica y en la española desde la teoría de la relevancia." *Pragmalingüística* 7 (1999).

Díez Arroyo, Marisa. "Lexical Ambiguity in Ads." *Estudios Ingleses de la Universidad Complutense* 3 (1995): 187-200.\*

Dobrow, L. *When Advertising Tried Harder.* New York: Friendly Press, 1984.

Dreyer, M. *Storytelling in der Werbung: Das Erzählen von Geschichten als Marketinginstrument.* Grin, 2018.\*

 <https://www.grin.com/document/413424>

 2018

Ekowati, Titin, Susi Widjajani, Intan Puspitarasi, Endah Pri Ariningsih, and Esti Margiyanti Utami. "Consumers of Indonesian Wardah Cosmetics Are the Focus of an [Analysis] of Visual Storytelling Marketing." *Journal of Economics, Finance and Management Studies* 6.11 (Nov. 2023): 5307-21.\*

 <https://doi.org/10.47191/jefms/v6-i11-06>

 <https://ijefm.co.in/v6i11/6.php>

<https://ijefm.co.in/v6i11/Doc/6.pdf>

 2023

Erjavec, Karmen. See Linguists. "Beyond Advertising and Journalism: Hybrid Promotional News Discourse." *Discourse and society*

 <http://das.sagepub.com>

Feliu García, Emilio. *Los Lenguajes de la Publicidad.* Alicante: Universidad de Alicante, 1984.

Ferrer, E. *El lenguaje de la publicidad.* Madrid: FCE, 1994.

García Alonso, José Ignacio. "Spelling and Wordplay in English Advertising." In *AEDEAN Select Papers in Language, Literature and Culture: Proceedings of the 17th International Conference.* [U of Córdoba, 1993]. [U of Córdoba, 1993]. Ed. Javier Pérez Guerra. Vigo: AEDEAN, 2000. 425-28.\*

Garvey, Ellen, ed. *The Adman in the Parlour: Magazines and the Gendering of Consumer Culture, 1880s to 1910s.* New York: Oxford UP, 1996.

Gea Valor, Maria Lluïsa. "Book Advertisement as a Genre: The Case of Blurbs." In *Studies in Intercultural, Cognitive and Social Pragmatics.* Ed. Pilar Garcés-Conejos et al. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing, 2007.

Goatly, Andrew. "Chapter 7: Advertising and Consumerism." In Goatly, *Critical Reading and Writing: An Introductory Coursebook.* London: Routledge, 2000. 183-214.\*

González Casademont, Rosa. "On the humour of certain label names." In *Literary and Linguistic Aspects of Humour: VIth AEDEAN Conference Proceedings.* Barcelona: Departamento de Lengua y Literatura Inglesa de la Universidad de Barcelona, 1984. 163-68.\*

Haug, Wolfgang Fritz. *Critique of Commodity Aesthetics: Appearance, Sexuality, and Advertising in Capitalist Society.* Trans. Robert Bock. Minneapolis: U of Minnesota P, 1986.

Hidalgo Downing, Laura. "Context Creation in Advertisements: The Role of Deixis and of Evoked Knowledge." In *AEDEAN: Proceedings of the 23rd International Conference (León, 16-18 de diciembre, 1999).* CD-ROM. León: AEDEAN, 2003.\*

\_\_\_\_\_. "Text World Creation in Advertising Discourse." *Revista Alicantina de Estudios Ingleses* 13 (2000): 67-88.\*

Hindley, D., and G. Hindley. *Advertising in Victorian England, 1837-1901.* London: Wayland, 1972.

Huisman, Rosemary. "19. Advertising Narratives." In Helen Fulton et al., *Narrative and Media.* Cambridge: Cambridge UP, 2005. 285-99.\*

Kang, M. "The Portrayal of Women's Images in Magazine Advertisements. Goffman's Gender Analyisis Revisited." *Sex Roles* 37 (1997): 979-97.

Kardes, Frank R. "The Psychology of Advertising." *Persuasion: Psychological Insights and Perspectives.* Ed. Timothy C. Brock and Melanie C. Green. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, 2005. 281-303.\*

Khallaf, Mohamed. "El texto publicitario en su proyección genérica." *Revue des Langues* 9 (1990): 39-48.

Lahuerta Martínez, Ana Cristina. "Presupposition in Advertising Language." *Revista Canaria de Estudios Ingleses* 22/23 (1991): 199-206.

Lanao Bernad, Carmen. *Aproximación al estudio del lenguaje publicitario en inglés: aspectos semánticos y pragmáticos.* Ph.D.Diss. U of Zaragoza, 1992.

Leiss, W., S. Kline, and S. Jhally, eds. *Social Communication in Advertising: Persons, Products, and Images of Well Being*. New York: Routledge, 2005.

Lorenzo González, J. *Persuasión subliminal y sus técnicas.* Madrid: Biblioteca Nueva, 1988.

López Eire, Antonio. "Retórica y publicística." *Tropelías* 9-10 (1998-99 [issued 2001]): 295-312.\*

Lorés Sanz, Rosa. "Thematic Patterns in Tourist Literature: An Approach to the Study of Genre." In *Pragmatics at Work: The Translation of Tourist Literature.* Ed. Mª Pilar Navarro Errasti, Rosa Lorés Sanz and Silvia Murillo Ornat. Bern: Peter Lang, 2004. 103-56.

Mansor, Nor Shahila. "Análisis de textos publicitarios españoles y malayos: Un enfoque de pragmática intercultural." Ph.D. diss. U of Valladolid, 2012. Online at *UVaDoc.\**

<http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/2580/1/TESIS263-130409.pdf>

 2020

Marquesán, Cándido. "Somos una mercancía más." *El Periódico de Aragón* 18 Dec. 2017.\* (Facebook, advertising).

 <http://prensa.unizar.es/noticias/1712/171218_z0_perio_9.pdf>

 2017

Martín Gaite, Carmen. "La influencia de la publicidad en las mujeres." In Martín Gaite, *La búsqueda de interlocutor y otras búsquedas.* 1973. Barcelona: Destino, 1982. 113-22.\*

Martín Jiménez, Alfonso. "El componente retórico y el componente simbólico en la publicidad: Análisis de los anuncios de energía eólica de Iberdrola." *Cuadernos de Investigación Filológica* 39 (2013): 159-86.\*

Martínez Reventós, Mª Dolores. "Decoding Cosmetics and Fashion Advertisements in Contemporary Women's Magazines." *Cuadernos de Filología Inglesa* n.s. 7.1 (1998): 27-40.\*

McLuhan, Marshall. *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man.* Vanguard Press, 1951.

\_\_\_\_\_. *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man.* Gingko Press, 2002.

Montes Fernández, Antonia. "Advertising Texts—A Globalised Genre: A Case Study of Translation Norms." In *New Trends in Translation and Cultural Identity.* Ed. Micaela Muñoz-Calvo, Carmen Buesa-Gómez and M. Angeles Ruiz-Moneva. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2008. 325-40.\*

Moog, C. *"Are They Selling Her Lips?" Advertising and Identity.* New York: William Morrow, 1990.

Myers, G. *Words in Ads.* London: Arnold, 1994.

Nixon, S. *Hard Looks: Masculinities, Spectatorship and Contemporary Consumption.* London: UCL Press, 1996.

Peña, G. "Elementos contextuales en el discurso publicitario." *Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación* 31 (2007): 34-51.

Peñamarín, Cristina. *La mujer en la publicidad.*

Pérez-Llantada Auría, Mª del Carmen. "Linguistic Parameters in Technical English: Three Moves in Technological Advertising Publications." *XVI Congreso de la Asociación Española de Estudios Anglo-Norteamericanos.* Valladolid: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Valladolid, 1994. 273-80.\*

Pericot, Jordi.  *Servirse de la Imagen.* Barcelona: Ariel Comunicación, 1987.

Platschek, Hans. "La basura de las frases hueras y los anuncios." In *Crítica de la crítica.* Ed. Peter Hamm. Barcelona: Barral, 1971. Trans. of *Kritik / von wem / für wen / wie?* Munich: Carl Hanser, 1968. 117-35.

Rodríguez González, Félix. "Humour and Invention in the Coining and Use of Acronyms." In *Literary and Linguistic Aspects of Humour: VIth AEDEAN Conference Proceedings.* Barcelona: Departamento de Lengua y Literatura Inglesa de la Universidad de Barcelona, 1984. 217-22.\*

Romaine, Suzanne. "Pidgin English Advertising." In *Sociolinguistics: A Reader and Coursebook.* Ed. Nikolas Coupland and Adam Jaworski. Houndmills: Macmillan, 1997. Rpt. Palgrave. 353-60.\*

Sánchez Ferlosio, Rafael. "Mendigos, tenderos y políticos." *El País* 19 July 1992. In Sánchez Ferlosio, *QWERTYUIOP: Ensayos IV - Sobre enseñanza, deportes, televisión, publicidad, trabajo y ocio.* Ed. Ignacio Echevarría. Barcelona: Penguin Random House - Debate, 2017. 173-79.\*

\_\_\_\_\_. "La mano visible." *El País* 26 Oct. 1992. In Sánchez Ferlosio, *QWERTYUIOP: Ensayos IV - Sobre enseñanza, deportes, televisión, publicidad, trabajo y ocio.* Ed. Ignacio Echevarría. Barcelona: Penguin Random House - Debate, 2017. 180-86.\* (Advertising).

\_\_\_\_\_. "Nota sobre feminidad, fotografía y publicidad." *El Estado Mental* (May 2014). In Sánchez Ferlosio, *QWERTYUIOP: Ensayos IV - Sobre enseñanza, deportes, televisión, publicidad, trabajo y ocio.* Ed. Ignacio Echevarría. Barcelona: Penguin Random House - Debate, 2017. 225-31.\*

Saz Rubio, Mª Milagros del. "An Insight into Advertisers' Use of Covert Stimuli within the Relevance Theory Framework." In *Actas XXVIII Congreso Internacional / International Conference AEDEAN.* CD-ROM. Valencia: U de València, 2005.\*

Saz Rubio, María Milagros del, and Barry Pennock-Speck. "Male and Female Stereotypes in Spanish and British Commercials." In *New Trends in Translation and Cultural Identity.* Ed. Micaela Muñoz-Calvo, Carmen Buesa-Gómez and M. Angeles Ruiz-Moneva. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2008. 369-82.\*

Schudson, M. *Advertising, the Uneasy Persuasion: Its Dubious Impact on American Society*. New York: Basic Books, 1984.

Sidiropoulou, Maria. "Ad Translating: Silence in Advertising." In *Anatomies of Silence.* Ed. Ann R. Cacoullos and Maria Sifianou. Athens: U of Athens, 1998. 288-98.\*

Tanaka, Keiko. *Advertising Language: A Pragmatic Approach to Advertisements in Britain and Japan.* London: Routledge, 1999.

Thornborrow, Joanna. "The Woman, the Man and the Filofax: Gender Positions in Advertising." In *Gendering the Reader.* Ed. Sara Mills. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf, 1994. 128-52.\*

\_\_\_\_\_. "Playing Hard to Get: Metaphor and Representation in the Discourse of Car Advertisements." *Language and Literature* 7.3 (October 1998): 254-272.

Valero Gancedo, Asunción. "La parole mythique dans la publicité d'affaires." In *Lenguas para fines específicos (IV): Investigación y enseñanza.* Ed. Sebastián Barrueco et al. Alcalá de Henares: U de Alcalá de Henares, 1995. 59-66.\*

Vázquez Orta, Ignacio. "El uso de dos códigos (el verbal y el icónico) en el lenguaje de la publicidad." *Actas de las II Jornadas de Lengua y Literatura Inglesa y Norteamericana.* Ed. Pedro Santana. Logroño: Colegio Universitario de La Rioja, 1993. 259-71.\*

Velasco Sacristán, Marisol. "Overtness-Covertness in Advertising Gender Metaphors." *Journal of English Studies* 7 (2009): 111-48.\*

Williams, Raymond. "Advertising: The Magic System." In *The Cultural Studies Reader.* Ed. Simon During.London: Routledge, 1993. 320-38.\*

Anthologies

Triggs, Jeffery, ed. *New York Newspaper Advertisements and News Items: 1777-1779.* Electronic edition in *Oxford Text Archive* <http://ota.ox.ac.uk>

 (2004)

Audio

Jiménez, Iker, et al. "Iker Jiménez - Así nos programan El Instituto Tavistock." Audio. (Cadena SER, Milenio 3, 19 April 2015). *YouTube (Todo Misterio)* 12 June 2022.\* (Advertising, propaganda, control, ideology, social engineering).

<https://youtu.be/UjFA8MDE7dM>

 2022

Bibliography

García Landa, José Angel. "Publicidad y anuncios / Advertising." *A Bibliography of Literary Theory, Criticism, & Philology* 12 Sept. 2024.\*

 <https://bibliojagl.blogspot.com/2024/09/publicidad-y-anuncios.html>

 2024

Dictionaries

Silva, Terencia, Beatriz Figueroa, Mª José Corvo, Mª Jesús Barsanti, and Marianne Equy. *Diccionario Cuatrilingüe de Marketing y Publicidad.* Editorial @becedario, 2010.

Internet resources

#### Tagline Guru

 <http://www.taglineguru.com/>

 2005-08-07

Journals

*Cahiers de la Publicité* 7 (1963).

Literature

Chekhov, Anton. (Antón P. Chéjov). "Anuncios equivocados." 1883. In Chéjov, *Cuentos completos (1880-1885).* Ed. Paul Viejo. 3rd ed. Madrid: Páginas de Espuma, 2014. 603-4.\*

Dickens, Charles. "Fijando carteles." From *Reprinted Pieces.* In Dickens, *Obras completas XII.* Madrid: Santillana-Aguilar, 2005. 42-51.\*

Villiers de l'Isle-Adam. "Publicité célestiale." SF story. In Villiers de l'Isle-Adam, *Contes cruels.*

\_\_\_\_\_. "Publicidad celeste." In *La ciencia ficción a la luz de gas.* Ed. and trans. Domingo Santos.Barcelona: Ultramar, 1990. 133-40.\*

Wells, H. G. *Tono-Bungay.* Novel. London: Macmillan, 1909.

\_\_\_\_\_. *Tono-Bungay.* Ed. John Hammond. (Everyman). London: Dent; Rutland (VT): Tuttle, 1994.

\_\_\_\_\_. *Tono-Bungay.* Online at *Project Gutenberg.* 2006.\*

 <http://www.gutenberg.org/files/718/718-h/718-h.htm>

 2012

**Advertising: Specific media / ads / campaigns**

# Actualidad Económica

Bazdar, D., and B. Narbona Rina. "Globalisation in Economy Advertising: An Analysis of Text and Image in Ads from *Actualidad Económica."* In *Current Trends in Intercultural, Cognitive and Social Pragmatics.* Ed. Pilar Garcés et al. Sevilla: Research Group "Intercultural Pragmatic Studies", Universidad de Sevilla, 2004. 281-96.\*

**Alcoholic drinks**

Sánchez Nieto, María Teresa. "Publicidad, vitivinicultura y traducción: Estudio contrastivo de presentaciones de bodegas españolas y alemanas." *Hermeneus* 8 (2006): 125-54.\*

**Banks**

Cortés de los Ríos, María Enriqueta. "Print Advertisements of Banks: A Cognitive Approach to Metaphor from an Axiological Perspective." In *First International Conference on English Studies: Past, Present and Future: Costa de Almería, 19-25 de Octubre, 1997.* Ed. Annette Gomis et al. CD-ROM. Almería: U de Almería, n.d. [2001]\*

**Benetton**

Adair, Gilbert. "Benetton and God." In Adair, *The Postmodernist Always Rings Twice.* London: Fourth Estate, 1992. 199-201.

**Billboards**

Luján García, Carmen Isabel. "La presencia de la lengua inglesa en carteles publicitarios en las calles de Las Palmas de Gran Canaria." *Miscelánea* 41 (2010): 13-36.\*

**e-mail / Spam**

Mullany, Louise. "'Become the Man that Women Desire': Gender Identities and Dominant Discourses in Email Advertising Language." *Language and Literature* 13.4 (2004): 291-305.

Internet resources

*Spam* website

 <http://www.spam.com/ci/ci_in.htm>

 2004-12-17

**Internet advertising**

Baker, Stephen, and Heather Green. "Blogs Will Change Your Business." *BusinesWeek.com* 2 May 2005.

Barlas, Pete. "Search Advertising's Success Finds Rates Rising Rapidly." OPA Intelligence Report, covering 21 March-1 April 2005.

Battelle, John. *The Search: How Google and Its Rivals Rewrote the Rules of Business and Transformed Our Culture.* New York: Portfolio, 2005.\*

BBC. "Online sellers 'pay for positive reviews'." *BBC News* 19 Oct. 2018.\*

 [https://bbc.in/2CVjLoe](https://t.co/0lvs6iEhFF)

 2018

Blogads. "Reader Survey for Blog Advertising." 2004.

 <http://www.blogads.com/survey/blog_reader_survey.html>

Dais, Wendy. "Wall Street Revises online Ad Outlook, Raises Share of Total AdSpend." *Mediapost.com* 4 Feb. 2005.

Kirkpatrick, David, and Daniel Roth. "Why There's No Escaping the Blog." *Fortune* 10 Jan. 2005:

[http://www.fortune.com/fortune/technology/articles/0,15114,1011763,00.html](http://www.fortune.com/fortune/technology/articles/0%2C15114%2C1011763%2C00.html)

 2004

Mintz, Jessica. "Many Advertisers Find Blogging Frontier Is Still Too Wild." *Wall Street Journal* 25 March 2005.

Reed, Jon. "How to Promote Your Book Online." In *The Writer's Handbook 2009.* Ed. Barry Turner. Houndmills: Palgrave Macmillan, 2008.

Rosen, Emanuel. *The Anatomy of Buzz: How to Create Word of Mouth Marketing.* New York: Doubleday, 2000.

Ruiz Madrid, Mª Noelia. "Banner ads in EFL web pages: a genre-based analysis." In *Actas del V Congreso Internacional AELFE (Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos) / Proceedings of the 5th International AELFE Conference).* Ed. Mª Carmen Pérez-Llantada Auría, Ramón Plo Alastrué and Claus Peter Neumann. CD-ROM. Zaragoza: AELFE / Prensas Universitarias de Zaragoza, 2005. .230-37.\*

Searls, Doc, and David Weinberger. *The Cluetrain Manifesto.* Perseus Publishing, 2000.

Vázquez de Francisco, Ana. "Los compuestos nominales en el texto publicitario turístico en Internet: una aplicación didáctica." In *Actas del V Congreso Internacional AELFE (Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos) / Proceedings of the 5th International AELFE Conference).* Ed. Mª Carmen Pérez-Llantada Auría, Ramón Plo Alastrué and Claus Peter Neumann. CD-ROM. Zaragoza: AELFE / Prensas Universitarias de Zaragoza, 2005. 347-53.\*

Internet resources

*Blogads*

<http://www.blogads.com>

2004-12-29

See also e-Business.

**Lentils**

Dubroca Galin, Danielle. "Approche Contrastive de la Rhétorique pour la Vente de Produits Agroalimentaires (Espagnol et Français): Exemple de la Lentille." In *Actas del V Congreso Internacional AELFE (Asociación Europea de Lenguas para Fines Específicos) / Proceedings of the 5th International AELFE Conference).* Ed. Mª Carmen Pérez-Llantada Auría, Ramón Plo Alastrué and Claus Peter Neumann. CD-ROM. Zaragoza: AELFE / Prensas Universitarias de Zaragoza, 2005. 281-86.\*

**Marlboro**

Pérez Gállego, Cándido. "El vaquero de Marlboro Country." In Pérez Gállego, *Literatura Norteamericana de Hoy.* Madrid: Fundamentos, 1977. 201-22.\*

**Pears soap**

Dempsey, M., ed. *Bubbles: Early Advertising Art from A.& F. Pears Ltd.* London: Fontana, 1978.

**Perfume**

Montes Fernández, Antonia. *"Parfümwerbung als populäre Kunst—*Hermeneutsiche Auslegung einer Werbeanzeige." In *Los caminos de la lengua: Estudios en homenaje a Enrique Alcaraz Varó.* Ed. J. L. Cifuentes et al. San Vicente del Raspeig (Alicante): Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2010. 743-66.\* (Dalí).

**TV ads**

Elorza, Izaskun. Rev. of *The Multimodal Analysis of Television Commercials.* Ed. Barry Pennock-Speck and María Milagros del Saz-Rubio. *Atlantis* 36.2 (Dec. 2014): 263-67.\*

Pennock-Speck, Barry,. and Mª Milagros del Saz Rubio. "Voice-Overs in Standardized English and Spanish Television Commercials." *Atlantis* 3.1 (June 2009): 111-27.\*

Pennock-Speck, Barry, and María Milagros del Saz-Rubio, eds. *The Multimodal Analysis of Television Commercials.* Valencia: U de Valencia, 2013.

Hyde, Stuart S. *Television and Radio Announcing.* Boston: Houghton Mifflin, 1950.

Lucas Freitas, Elsa Simôes. "Advertising the Medium: On the Narrative Worlds of a Multimedia Promotional Campaign for a Public Service Television Channel." In *Intermediality and Storytelling.* Ed. Marina Grishakova and Marie-Laure Ryan. Berlin and New York: De Gruyter, 2010. 258-84.\* (RTP 1, Portugal)

Thibault, Paul. "The Multimodal Transcription of a Television Advertisement: Theory and Practice." In *Multimodality and Multimediality in the Distance Learning Age*. Ed. Anthony Baldry. Campobasso: Palladino Editore, 2000. 311-385.

Yilmaz, Recep. "Televizyon Reklamlarında Metaleptik Kullanımların Tipolojisi." *E-Gifder* 5.6 (Sept. 2017): 691-704.\*

 <https://www.academia.edu/35071650/>

 2020

Internet resources

*Classic TV Ads.*

<http://www.roadode.com/classicindex.shtml>

 2006-05-03

Orihuela, José Luis. "Recursos para buscar anuncios de televisión." In Orihuela, *eCuaderno* 9 Jan. 2007.

 <http://www.ecuaderno.com/2007/01/09/recursos-para-buscar-anuncios-de-television/>

 2007-01-20