

ÍNDICE

Volumen 24/2, diciembre 2021

	<u>Pág.</u>
HERNÁNDEZ TORIBIO, María Isabel, Introducción. <i>Oralidad y publicidad / Introduction. Orality and Advertising</i>	207

ARTÍCULOS

DUQUE, Eladio, <i>Oralidad e imagen en el discurso publicitario de las redes sociales / Orality and Image in Advertising Discourse in Social Media</i>	237
MANCERA RUEDA, Ana y Ana PANO ALAMÁN, <i>La coloquialización del discurso publicitario en Twitter como estrategia de marca / The Colloquialization of Advertising Discourse on Twitter as a Branding Strategy</i>	263
MARIOTTINI, Laura, <i>Argumentación y persuasión en los anuncios comerciales audiovisuales post-confinamiento: el storytelling / Argumentation and Persuasion in Post-confinement Audiovisual Advertisements: The Case of Storytelling</i>	293
ROBLES ÁVILA, Sara, <i>Vender la enfermedad: análisis del discurso publipropagandístico en Youtube de Paco Sanz, el hombre de los dos mil tumores / Selling the Disease: The Analysis of the Advertising and Propagandist Discourse in YouTube by Paco Sanz, the Man with 2,000 Tumors</i>	321
RODRÍGUEZ ROSIQUE, Susana y Luis BAGUÉ QUÍLEZ, <i>La chispa de la rima: rasgos de oralidad en la poesía española reciente / The Spark of Rhyme: Oral Traces in Recent Spanish Poetry</i>	357
SERRANO, María José, <i>La función de los constructores de espacio mental en el discurso publicitario: el uso de la segunda persona objetivadora tú / The Function of Spacebuilders in Advertising Discourse: The Use of Objectivizing Second-person tú</i>	385

RESEÑAS

BAGUÉ QUÍLEZ, Luis y Susana RODRÍGUEZ ROSIQUE (eds.) (2020): <i>Del tópico al eslogan. Discurso, poesía y publicidad</i> , Madrid: Visor, 227 pp. ISBN 978-84-9895-527-9 [Guillermo Sánchez Ungidos]	415
LOUREDA, Óscar y Angela SCHROTT (eds.) (2021): <i>Manual de lingüística del hablar</i> , Berlín y Boston: Walter de Gruyter, 880 pp. ISBN 978-3-11-033488-3 [Laura Mariottini]	421
ÍNDICE GENERAL, Volumen 24, año 2021	429