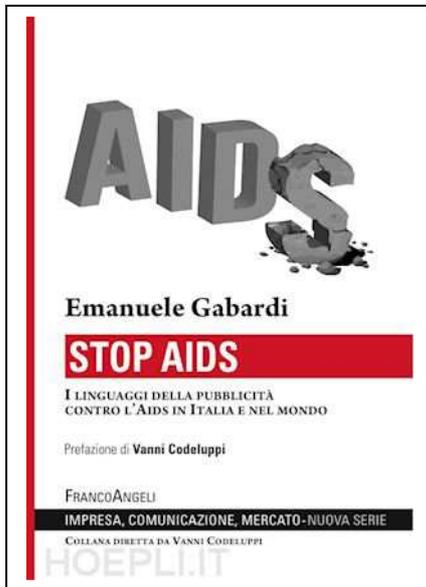


## RECENSIONE



Gebardi E.  
**STOP AIDS. I linguaggi della pubblicità  
contro l'Aids in Italia e nel mondo**  
Franco Angeli, 2017, p. 192

Il libro fornisce un quadro attento delle numerosissime campagne (oltre 500 quelle esaminate) realizzate sui media sul tema Aids e sui vari linguaggi adottati per parlare di prevenzione, per invitare a fare un test sul proprio stato di salute, per raccogliere fondi per le associazioni impegnate nella lotta contro la malattia, per aiutare i paesi con un elevato numero di decessi. Un'apposita ricerca ha voluto verificare quali approcci linguistici siano più appropriati e graditi da un target giovane, avendo come obiettivo la prevenzione.