

# Il linguaggio della pubblicità e le figure retoriche

I quattro **gruppi di figure retoriche** utilizzate dalla pubblicità sono:

1. la ripetizione
2. la contrapposizione
3. la sostituzione
4. la coesistenza di più significati

## 1. La ripetizione

La continua ripetizione di uno slogan fissa nella memoria dello spettatore il nome del prodotto o della marca.

La ripetizione si può ottenere a livello di suono, di parola o di pensiero.

Ripetizione di uno o più **suoni o sillabe**.

- rima (terminare ogni frase con lo stesso suono che va dall'ultima sillaba accentata alla fine della frase).
  - *Ava, come lava* (Ava, detersivi)
  - *L'analcolico biondo  
che fa impazzire il mondo* (Campari, bevande)
- allitterazione (cominciare due o più parole consecutive con lo stesso suono ripetuto)
  - *Arte, armonie, atmosfere* (Missoni, abbigliamento)
  - *Ceres, c'è* (Ceres, birra)

Ripetizione di una o più **parole o strutture di frase**.

- anafora (cominciare ogni frase con la stessa parola ripetuta),  
epifora (terminare ogni frase con la stessa parola ripetuta),
  - *Più lo mandi giù, più ti tira su* (Lavazza, caffè)
  - *Avvicinarsi conta, tutto conta* (Panasonic, elettronica)

- epanalessi (ripetere due volte una parola all'interno della stessa frase per aumentarne la forza espressiva)
  - *Piano piano, buono buono* (Maina, dolciumi)
  - *Se qualcuno ruba un fiore per te, sotto sotto c'è Impulse* (Unilever, deodoranti)
  - *Il Natale quando arriva arriva* (Motta, dolciumi)
- pleonasma (ripetere una parola che non aggiunge niente alla frase)
  - *Noi della Rex, noi ci abbiamo pensato* (Rex, elettrodomestici)
  - *Kimbo, a me... me piace* (Kimbo, caffè)

Ripetizione di uno o più **significati e concetti**.

- climax (disporre parole secondo una gradazione in crescita utilizzandone la somiglianza)
  - *Altissima. Purissima. Levissima* (Levissima, acque)
  - *Veste, riveste, traveste* (Coverella, copridivani)

## 2. La contrapposizione

Accostare due elementi opposti.

Contrapposizione **tra parole e nella struttura della frase**.

- isocolon (due elementi identici per ampiezza e sillabe)
  - *Compri tre, paghi due* (Supermercati)
  - *Provare per credere* (Aiazzone, mobili)
  - *Più lo mandi giù, più ti tira su* (Lavazza, caffè)
  - *Nè unti, nè punti* (Johnson, protezione da insetti)
- diafora (ripetere due parole identiche amplificandone il senso)
  - *Non ci vuole un pennello grande ma un grande pennello* (Cinghiale, pennelli)

## Contrapposizione **tra concetti**.

- commutatio (invertire due frasi ottenendo significati contrari)
  - *Qualità senza risparmio o risparmio senza qualità?* (Sole, detersivi)
- ossimoro (contrapporre tra loro due idee contrastanti)
  - *Un caldo inverno* (Singapore Airlines, linee aeree).

## **3. La sostituzione**

Il messaggio è alterato in uno dei suoi elementi e il destinatario lo deve correggere.

Sostituzione del **suono**.

Paronomasia (di due parole dal suono simile ma dal significato diverso, utilizzarne solamente una)

- *Delicata a te* (Panna, acque)
- *I migliori anni della nostra vite* (Zonin, vini)

Sostituzione di **parole** o di **strutture di frase**.

- domanda retorica (lo spettatore è portato a sostituire la domanda con la risposta)
  - *Che mondo sarebbe, senza Nutella?* (Ferrero, dolci)

Sostituzione di **concetti**.

- litote (dare un giudizio negandone il contrario)
  - *La siringa niente male* (Artsana, cosmetica)
- metafora
  - *Metti un tigre nel motore* (Esso, carburanti)