

PROGETTO UDA

LA RETORICA NELLE PUBBLICITA'

Savini Chiara, Rabino Eleonora,
Ferrari Alessandro, Pedrazzini
Matteo

POMPEA



51
MEDIASET

Rima

Usata per creare un motivo facile da ricordare che ben si adatta al tema musicale

- ◎ Te lo dice Vanessa, la mutanda mi stressa
- ◎ Te lo Concetta, io mi sento costretta
- ◎ Te lo dice Luigino, casca sempre il calzino
- ◎ Te lo dice Serena, questa calza è una pena

Ripetizione

Figura retorica utilizzata nelle pubblicità quando viene espresso continuamente il nome del prodotto o il brand in modo che possa rimanere impresso della mente dello spettatore.

In questo caso viene ripetuta la marca del prodotto nello slogan 'Ma Pompea no!'

Allitterazione

Figura retorica che consiste nel cominciare due o più parole consecutive con lo stesso suono ripetuto. Usata come la rima per dare musicalità.

© Non **str**appa, non **str**inge, non **str**essa

Simploche

Unione di anafora (figura retorica che consiste nell'iniziare ogni frase con la stessa espressione ripetuta) e di epistrote (ripetizione alla fine)

© Te lo dice...ma pompea no

Epanalessi

Figura retorica che consiste nel ripetere più volte la stessa parola all'interno della stessa frase per accrescerne l'intensità.

◎ Che stress... (x3)

Litote

Figura retorica che consiste nel negare un giudizio per affermare il contrario il messaggio è corrotto in uno dei suoi elementi e il destinatario lo deve aggiustare in modo da ricostruirne l'intenzione originale e il contenuto.

- ⦿ Non strappa, quindi è resistente
- ⦿ Non stringe, quindi è confortevole
- ⦿ Non stressa, quindi è comoda

Fonsimbolismo

- ◎ Per quanto riguarda il fonosimbolismo nel nome del prodotto 'Pompea' risaltano particolarmente due suoni 'M' e 'P':
- ◎ 'M' = maternità, empatia;
- ◎ 'P' = paternità;
- ◎ Possiamo quindi dire che il nome del prodotto è stato scelto in modo da comunicare un senso di familiarità e protezione