

L'ARTE DELLA PERSUASIONE: LE FIGURE RETORICHE

La retorica visiva

La **retorica**, o "arte del persuadere", è un'autentica **forma di riflessione sulla comunicazione**. Nata in tempi molto antichi, questa disciplina contempla l'arte di "parlare bene", al fine di **convincere**: l'avvocato usa la retorica per difendere o accusare in un processo, il venditore per convincere un cliente ad acquistare i suoi prodotti, ecc.

Qui ci occupiamo della **retorica visiva**, che studia l'**uso particolare delle forme retoriche applicate all'immagine**, proprio come nel linguaggio scritto o parlato, oppure in collaborazione con esso.

Chi vuole comunicare il proprio messaggio in modo efficace deve mettersi in sintonia con le persone cui si rivolge: è quindi importante saper scegliere le parole giuste e, di conseguenza, le immagini più appropriate e coinvolgenti.

L'esempio più diffuso di applicazione della retorica

visiva è la **pubblicità**: quasi sempre l'oggetto da proporre è accostato a immagini (e talvolta da queste sostituito) che generano attrazione, curiosità, desiderio o, al contrario, repulsione; in ogni caso, **coinvolgono il destinatario**.

Il meccanismo principale della retorica visiva è la **sostituzione**: consiste nel sostituire una parola con un oggetto, o un personaggio con un altro elemento riconoscibile, in modo da rendere curioso e interessante il messaggio senza stravolgere l'argomento stesso della comunicazione (ovvero il **referente**).

Vediamo alcune delle principali applicazioni in campo pubblicitario o artistico. Assai frequenti sono le immagini allusive e ironiche, che coinvolgono lo spettatore in una complicità di interpretazione certe volte maliziosa e spiritosa.

Metafora e similitudine

Si applica una **metafora** o una **similitudine** quando **si associano o si sostituiscono in un oggetto (o in una persona) caratteristiche proprie di un altro**, con l'effetto di arricchire il significato originale: dire che un atleta è forte come un toro è una similitudine che rende molto bene l'idea della sua forza!

Quando poi disegniamo la caricatura di una persona, esagerandone certi aspetti o associandoli a caratteristiche animali, realizziamo una **metafora visiva** che, se ben costruita, non risulta certo offensiva.

Nelle metafore e nelle similitudini esiste, quindi, un **elemento da confrontare** e **da paragonare** e un altro, che è il **termine del paragone**.

Nella metafora è presente solo il termine del paragone, da cui il lettore deduce le qualità da associare al soggetto; ad esempio, la figura di un fiore per rappresentare la dolcezza di una donna: "Elisa è un giglio". La pubblicità di una birra inglese, nell'immagine a destra, punta sull'associazione tra il prodotto, la birra, e le sue qualità (metafora): la morbidezza della schiuma, ad esempio, che ricorda la crema di un gelato.

Nella similitudine si vedono entrambi i termini di paragone e la lettura è più semplice e immediata: "Elisa è come un giglio".



Prova a spiegare il tipo di similitudine nella pubblicità a lato:

Il primo termine di paragone è

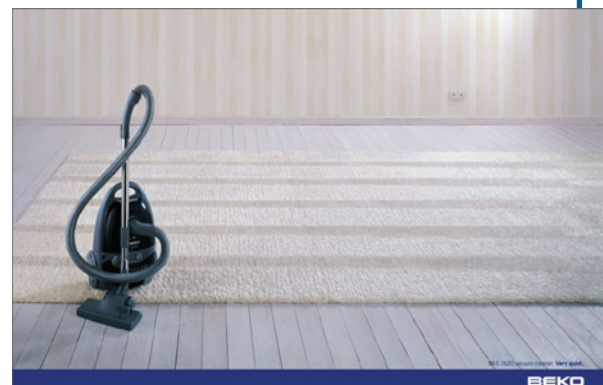
Il secondo è

Quale messaggio si vuole trasmettere?

.....

Ritieni che la presenza di entrambi i termini di paragone agevoli la lettura e la comprensione dell'immagine e del messaggio che il pubblicitario voleva offrire?

.....



L'ARTE DELLA PERSUASIONE: LE FIGURE RETORICHE

Metonimia e sineddoche

Nella **metonimia** l'immagine di un oggetto viene sostituita con un'altra che, però, mantiene un rapporto logico e naturale con esso. Esempi di metonimia sono riconoscibili nella rappresentazione della causa per indicare l'effetto (si dice "avere le guance rigate di pianto", ma in realtà sono rigate di lacrime), nell'idea di un attrezzo che rappresenta un lavoro (si può dire "arte dello scalpello" riferendosi alla scultura), nell'indicare un autore per le sue opere (si può dire "devo studiare Dante" intendendo la *Divina Commedia*).



La **sineddoche** è una forma particolare di metonimia, perché indica la parte di un oggetto per il tutto.

Ad esempio, utilizzare la parola "vela" al posto di "barca a vela". Nell'immagine a destra, un alunno, rielaborando con photoshop l'immagine di una Ferrari, ha utilizzato una sineddoche per esprimere un proprio sogno...



Prosopopea

La **prosopopea** (o personificazione) consiste nel far parlare animali o cose rese animate, come avviene nelle fiabe o nei cartoni animati. Questa forma è largamente utilizzata nella diffusione di gadget, di oggetti portafortuna o di mascotte per manifestazioni sportive, ecc. Due casi di prosopopea: acconciature alla moda per... una mela e un'arancia.



Simmetria e contrapposizione

Queste figure retoriche trovano applicazione mediante accostamenti, contrapposizioni e sovrapposizioni di immagini o con variazioni di colori e di luci. Si combinano spesso con le metafore e le metonimie, creando giochi visivi gradevoli e largamente impiegati nella comunicazione pubblicitaria.

Iperbole

Se si vuole **enfaticizzare un aspetto particolare** o **sottolineare temi caricaturali** si ricorre anche all'**iperbole**, altra figura retorica che, esagerando i termini, ben si presta a essere applicata all'immagine artistica e pubblicitaria. Esempi di iperbole sono "Ti amo da morire!" e "Ti aspetto da una vita!".

Quale iperbole ti suggerisce la figura a destra?

.....

.....

