

### Workshop3: Media e Memoria

Titolo del contributo: *Lasciati Tentare! Dalla parabola all'iperbole: legami fra linguaggio pubblicitario e religioso.*

Autore: Vincenzo Romania, ricercatore universitario (professore aggregato), dipartimento di Sociologia, università di Padova, [vincenzo.romania@unipd.it](mailto:vincenzo.romania@unipd.it)

#### Abstract:

Il contributo presenta un approfondimento dei dati di una ricerca condotta a partire dal 2003 (Prin 2003, "Marketing e Religione") su annunci pubblicitari di prodotti commerciali che utilizzano metafore e simboli di origine religiosa. Dopo una riflessione teorica sul legame fra i due tipi di linguaggio, il contributo verterà sull'analisi semiotica e linguistica di alcuni annunci pubblicitari particolarmente rilevanti. L'analisi delle principali metafore di origine religiosa presenti nella comunicazione pubblicitaria permette infatti di intravedere le ibridazioni fra le due forme culturali e la dimensione di *reificazione* nel discorso pubblico delle metafore di stampo religioso, che diventano forme di *catacresi*, ovvero metafore incarnate che entrano a far parte del "dato per scontato" dei lettori del pubblico di riferimento, che contribuiscono al "re-incantamento" del mondo della merce ed alla costruzione totemica del brand.