



Buone pratiche ITALIANO

Impliciti nel testo

L'inferenza

L'ellissi e le presupposizioni

Scuola Secondaria di Secondo Grado

**DI CHE COSA
PARLIAMO
QUANDO
PARLIAMO DI
INFERENZE**

Testo, contesto, enciclopedia: il **lettore "collaborativo"**

Inferenze nel testo narrativo: il caso delle ellissi e della reticenza: testi ed esercitazioni su Flaubert (*Educazione sentimentale*), Francis Scott Fitzgerald (*Il grande Gatsby*), Verga (*Rosso Malpelo*, *La Lupa*)

Presupposizioni e pubblicità: testi ed esercitazioni

ELLISSI E RIMANDI

INFERENZE E METONIMIE LETTERARIE

Analisi e laboratorio

- Flaubert, *L'educazione sentimentale*
- Francis Scott Fitzgerald, *Il grande Gatsby*



L'educazione sentimentale #1

Cap. V

(...) Ma sui gradini di Tortoni, un uomo – Dussardier –, riconoscibile da lontano per l'alta statura, rimaneva immobile come una cariatide.

Una delle guardie, che camminava in testa, con il tricorno sugli occhi, lo minacciò con la spada.

L'altro, allora, s'avanzò di un passo e si mise a gridare: «Viva la Repubblica!»

Cadde supino, con le braccia spalancate.

Un urlo di orrore si levò dalla folla; con lo sguardo, l'agente fece largo attorno a sé; e Frédéric, a bocca aperta, riconobbe Sénécal.

Cap. VI

Viaggiò.

Conobbe la malinconia delle navi, i freddi risvegli sotto la tenda, lo stordimento dei paesaggi e delle rovine, l'amarezza delle amicizie interrotte.

Tornò.

(...) Verso la fine di marzo del 1867, al calar della sera, mentre se ne stava da solo nel suo studio, entrò una donna.

«Signora Arnoux!»

«Frédéric!»

L'educazione sentimentale #2

Gli prese le mani, lo attirò con dolcezza verso la finestra e, scrutandolo attentamente ripeteva:

«È proprio lui! È proprio lui!»

Nella penombra del crepuscolo, sotto la veletta di pizzo nero che le nascondeva il viso, Frédéric riusciva a distinguere soltanto i suoi occhi.

Lei, **posato sulla mensola del caminetto un piccolo portafogli di velluto granata**, si sedette. E rimasero tutt'e due a sorridersi, incapaci di dire una parola.

Fu Frédéric alla fine a farle una quantità di domande su di lei e su suo marito.

(...)

Frédéric si premurò di dirle che, appena saputo della loro catastrofe, si era precipitato da loro.

«Lo sapevo!».

«E come?».

Lo aveva visto nel cortile e si era nascosta.

«Perché?».

Allora, con voce tremante e con lunghe pause di silenzio tra le parole: «Avevo paura! Sì... paura di voi... di me!». (...)

E indicando il piccolo portafogli granata coperto di palme d'oro: «L'ho ricamato apposta per voi. Dentro c'è quella somma che doveva essere garantita dai terreni di Belleville».

Frédéric la ringraziò del regalo, rimproverandole però di essersi disturbata a venire: «No! Non è per questo che sono venuta! Ci tenevo a questa visita; dopo me ne tornerò... laggiù».

Laboratorio #1

1. Quali effetti hanno i procedimenti di ellissi all'inizio del VI capitolo de L'educazione sentimentale?
2. Si può confrontare anche questo passo tratto da Il grande Gatsby di Francis Scott Fitzgerald, un romanzo del 1925 (fine del cap. II), in cui la tecnica di “levare” è adottata alla fine di un episodio: Nick, il narratore, è a casa di alcuni conoscenti, molto più ricchi di lui, che fanno parte del jet-set da cui lui è affascinato, ed è un po' ubriaco; il padrone di casa, mentre lo accompagna e lo congeda, lo invita a un nuovo incontro:

“Venite a colazione da noi, un giorno” mi invitò mentre scendevamo con l'ascensore cigolante.

“Dove?”

“Dove volete”

“Bene” acconsentii. “Volentieri.”

Poi mi ritrovai mezzo addormentato nel gelido piano inferiore della Pennsylvania Station, a fissare la 'Tribune' del mattino, in attesa del treno delle quattro.

3. Quali sono, in questo esempio di F. S. Fitzgerald e in Flaubert, gli effetti della tecnica di accelerare il ritmo e tacere sezioni ampie di tempo, senza segnali di passaggio tra le fasi narrative e temporali?



Laboratorio #2

Mostra e dimostra

Porta in classe un esempio di ellissi narrativa, spiegate ai compagni i meccanismi e illustra l'effetto prodotto. Puoi usare romanzi, opere narrative letterarie, fumetti (i manga sono una miniera di ellissi), serie tv. Potrai leggere il brano dell'opera, proiettare le immagini, far vedere le figure; oppure spiegare a voce di che cosa si tratta.

PRESUPPOSIZIONI

IMPLICITI E STRATEGIE PERSUASIVE

Analisi e laboratorio

- Immagini, cornici, enciclopedie condivise e detto-non detto nei discorsi persuasivi

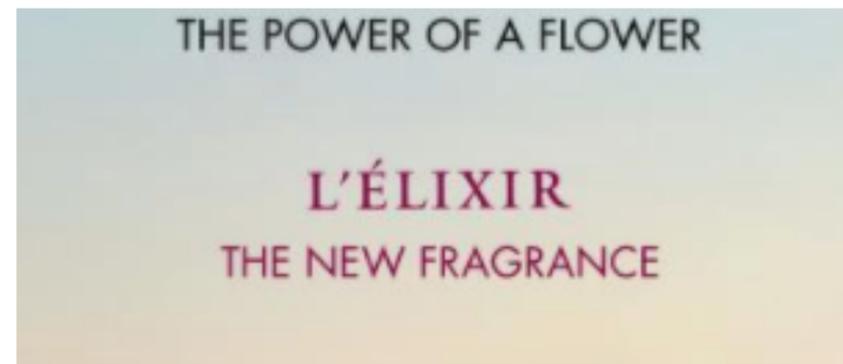
Presupposizione come strategia dei messaggi persuasivi

- Per persuadere non sempre conviene dire esplicitamente ciò che sta a cuore: è meglio far passare il messaggio per via indiretta
- Il discorso della politica, per esempio, è fatto in questo modo. Ma anche molti altri discorsi argomentativi sono costruiti sulla presupposizione, anche quelli quotidiani.
- Conoscere i meccanismi della presupposizione significa non farsi persuadere facilmente e significa governare il discorso, in ricezione e in produzione.

Presupposizioni e persuasione nella pubblicità

Il non detto può basarsi su

- Presupposizioni
- Implicazioni
- Inferenze

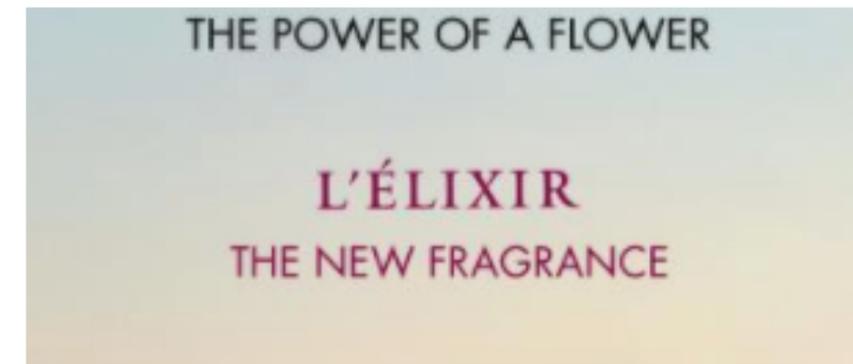


Nelle **presupposizioni**, una persona o un fatto o uno stato di cose o un significato non vengono esplicitamente espressi, ma la loro esistenza è **presupposta dalla semantica** (di solito del verbo) o di un altro elemento del testo. Un gioco fondamentale svolgono anche le **cornici di senso** e **l'enciclopedia condivisa**.

Presupposizioni, cornice ed enciclopedia

Qui accanto, un frammento di pubblicità di un profumo.

Il nome è in francese; gli slogan sono in inglese; la marca è giapponese; il giornale è italiano.



- Per **presupposizione**, i profumi e i cosmetici francesi sono i migliori. L'inglese dà garanzia di superiorità e prestigio, e nella moda è cool.
- Il lettore o la lettrice **presuppongono**, capiscono che il prodotto è buono, è prestigioso ecc.
- La presupposizione è veicolata dall'uso del francese e dell'inglese



C'est plus chic

Presupposizioni, cornice ed enciclopedia

"GRAND SOIN" ANTI-DESSÈCHEMENT:

I nomi dei prodotti, di solito profumi o creme o trattamenti di bellezza, sono in francese. A volte intere frasi e le *headlines* (le scritte principali).

Xxxx Le Maquillage

Yyyy Zzzz Parfums

Eau de Toilette ZZ by Ffff

Eau de Toilette Vvvvvv pour homme

Kkkkk, ça sent beau. Eau de parfum. Eau de toilette.

Ppppp grand soin anti-dessèchement nuit.

Aaaaaa Parfum Lait Velours Corps

Presupposizioni, cornice ed enciclopedia



Per cosmetici e profumi, il francese fa presupporre la qualità: è una questione di enciclopedia condivisa. Lo stesso vale per l'inglese nel campo di tecnologia e informatica, oppure nella moda.

Fffff Superior Cashmere. Ultralight Cashmere.

Rrrrrr Spirit Collection. The pioneer spirit lives on. *[orologi]*

Ppppp pure forms *[boutique]*

Persuasione nella pubblicità

“Ieri il mio vicino avvocato mi ha regalato la sua Porsche”

Il mio interlocutore non crederà che sia vero, ma presupporrà – senza chiederselo – che io abbia un vicino avvocato.

- La freschezza di Ggggg ha solo il 7% di grassi. → *Ggggg è fresco*
- Rrr Vive la vie. Il nuovo gusto ha meno grassi → *Rrr ha un nuovo gusto*
- La sicurezza di Vvv non va in vacanza. Buone vacanze da Vvvv → *Vvv fa macchine sicure, la mia vacanza sarà buona*

Persuasione nella pubblicità

Osservateli, e vedrete che anche quelli che vi affascinano di più non costano mai una cifra irraggiungibile [*marca di orologi*]

L'argomento principale pare essere il prezzo, ma la presupposizione mette al centro dell'attenzione, con una frase relativa, e dà per scontato che quegli orologi vi *affascinano*.



Presupposizioni testuali

Persuasione nella pubblicità

“La sicurezza di Xxxxxxxx non va in vacanza.

Buone vacanze da Xxxxxx” *[marca di automobili]*

Le automobili Xxxxxxxx sono sicure, e piacevoli quanto una vacanza.

Persuasione nella pubblicità

Siete ancora competitivi?

[marca di processori per computer]

Siete stati competitivi. Sarebbe un peccato cessare di esserlo. Potete evitarlo comprando un processore Xxxxx.

Persuasione nella pubblicità

È semplicissimo sostituire la vecchia
lampadina avvitando al suo posto *Zzzzzz*

Tu vuoi sostituire la vecchia lampadina. Cambiarla è davvero facile (in generale, non solo perché è semplice farlo)

Mostra e dimostra

Porta in classe alcuni esempi di presupposizioni in pubblicità, spiegane ai compagni i meccanismi e illustra l'effetto prodotto.

L'esperienza può essere replicata anche con altri ambiti della comunicazione:

- Politica
- Giornali e informazione
- Parlato quotidiano

E. Lombardi Vallauri, *Parlare l'italiano*, il Mulino, 2012

Idem, *La lingua disonesta, Contenuti impliciti e strategie di persuasione*, il Mulino, 2019

Ulteriori risorse di Italiano disponibili su *INVALSIopen*:

- *Percorsi & Strumenti INVALSI*: <https://www.invalsiopen.it/percorsi-strumenti-invalsi/italiano/>
- *Il canale Youtube*: https://www.youtube.com/channel/UCjLPdI35y_o7N5bPkEnB6kA
- *I Webinar di Italiano*: <https://youtu.be/BAywQ80TKKc>
- Per ricevere aggiornamenti sulle iniziative INVALSI: <http://bit.ly/NewsletterINVALSIopen>