

## IL BOSCO SULL'AUTOSTRADA

Il freddo ha mille forme e mille modi di muoversi nel mondo: sul mare corre come una mandria di cavalli, sulle campagne si getta come uno sciame di locuste<sup>1</sup>, nelle città come lama di coltello taglia le vie e infila le fessure delle case non riscaldate. A casa di Marcovaldo quella sera erano finiti gli ultimi stecchi<sup>2</sup>, e la famiglia, tutta incappottata, guardava nella stufa impallidire le braci<sup>3</sup>, e dalle loro bocche le nuvolette salire ad ogni respiro. Non dicevano più niente; le nuvolette parlavano per loro: la moglie le cacciava lunghe lunghe come sospiri, i figlioli le soffiavano assorti come bolle di sapone, e Marcovaldo le sbuffava<sup>4</sup> verso l'alto a scatti come lampi di genio che subito svaniscono.

Alla fine Marcovaldo si decise: - Vado per legna; chissà che non ne trovi -. Si cacciò quattro o cinque giornali tra la giacca e la camicia a fare da corazza<sup>5</sup> contro i colpi d'aria, si nascose sotto il cappotto una lunga sega<sup>6</sup> dentata, e così uscì nella notte, seguito dai lunghi sguardi speranzosi dei familiari, mandando fruscii cartacei ad ogni passo e con la sega che ogni tanto gli spuntava dal bavero<sup>7</sup>.

Andare per legna in città: una parola! Marcovaldo si diresse subito verso un pezzetto di giardino pubblico che c'era tra due vie. Tutto era deserto. Marcovaldo studiava le nude piante a una a una pensando alla famiglia che lo aspettava battendo i denti... Il piccolo Michelino, battendo i denti, leggeva un libro di fiabe, preso in prestito alla bibliotechina della scuola. Il libro parlava di un bambino figlio di un taglialegna, che usciva con l'accetta<sup>8</sup>, per far legna nel bosco. - Ecco dove bisogna andare, - disse Michelino, - nel bosco! Lì sì che c'è la legna! - Nato e cresciuto in città, non aveva mai visto un bosco neanche di lontano. Detto fatto, combinò coi fratelli: uno prese un'accetta, uno un gancio<sup>9</sup>, uno una corda, salutarono la mamma e andarono in cerca di un bosco.

Camminavano per la città illuminata dai lampioni<sup>10</sup> e non vedevano che case: di boschi, neanche l'ombra. Così giunsero dove finivano le case della città e la strada diventava un'autostrada.

Ai lati dell'autostrada, i bambini videro il bosco: una folta vegetazione di strani alberi copriva la vista della pianura. Avevano i tronchi<sup>11</sup> fini fini, diritti o obliqui; e chiome piatte e estese, dalle più strane forme e dai più strani colori, quando un'auto passando le illuminava coi fanali<sup>12</sup>. Rami a forma di dentifricio, di faccia, di formaggio, di mano, di rasoio, di bottiglia, di mucca, di pneumatico, costellate da un fogliame di lettere dell'alfabeto.

- Evviva! - disse Michelino, - questo è il bosco!

E i fratelli guardavano incantati la luna spuntare tra quelle strane ombre: - Com'è bello...

Michelino li richiamò subito allo scopo per cui erano venuti lì: la legna. Così abbattono un alberello a forma di fiore di primula gialla, lo fecero in pezzi e lo portarono a casa.

Marcovaldo tornava col suo magro carico di rami umidi, e trovò la stufa accesa.

buylabaf  
suno  
il greppe  
(kicash bar)  
u. suno

man mano  
suzza

gja for

di carta

nasir  
ilac

gop e karr  
firmant  
got  
almo

epik  
ruota  
lastik

selici 7  
futup  
yahal  
appari 1  
trench 5  
stretto d  
ca la man ti  
il  
si  
-  
si

na  
meh

yanan



compensare → sđin lemel  
karı, lamalı  
ideemeli  
denklestemeli

- Dove l'avete preso? - esclamò indicando i resti del cartello pubblicitario che, essendo di legno compensato,<sup>13</sup> era bruciato molto in fretta.

- Nel bosco! - fecero i bambini.

- E che bosco?

45 - Quello dell'autostrada. Ce n'è pieno!

Visto che era così semplice, e che c'era di nuovo bisogno di legna, tanto valeva seguire l'esempio dei bambini. Marcovaldo tornò a uscire con la sua sega, e andò sull'autostrada.

50 L'agente Astolfo della polizia stradale era un po' corto di vista, e la notte, correndo in moto per il suo servizio, avrebbe avuto bisogno degli occhiali; ma non lo diceva, per paura d'averne un danno nella sua carriera.

Quella sera, viene denunciato il fatto che sull'autostrada un branco di monelli<sup>14</sup> stava buttando giù i cartelloni pubblicitari. L'agente Astolfo parte d'ispezione.

55 Ai lati della strada la selva di strane figure ammonitrici e gesticolanti<sup>15</sup> accompagna Astolfo, che le scruta ad una ad una, strabuzzando<sup>16</sup> gli occhi miopi. Ecco che, al lume del fanale della moto, sorprende un monellaccio arrampicato su un cartello. Astolfo frena: - Ehi! che fai lì, tu? Salta giù subito! - Quello non si muove e gli fa la lingua. Astolfo si avvicina e vede che è la reclame di un formaggino, con un bamboccione che si lecca le labbra. - Già, già, - fa Astolfo, e

60 riparte a gran carriera<sup>17</sup>. → con velocità

Dopo un po', nell'ombra di un gran cartellone, illumina una trista faccia spaventata. - Alto là! Non cercate di scappare! - Ma nessuno scappa: è un viso umano dolorante dipinto in mezzo a un piede tutto calli<sup>18</sup>: la reclame di un callifugo. - Oh, scusi, dice Astolfo, e corre via.

65 Il cartellone di una compressa contro l'emicrania era una gigantesca testa d'uomo, con le mani sugli occhi dal dolore. Astolfo passa, e il fanale illumina Marcovaldo arrampicato<sup>19</sup> in cima, che con la sua sega cerca di tagliarsene una fetta. Abbagliato dalla luce, Marcovaldo si fa piccolo piccolo e resta lì immobile, aggrappato a un orecchio del testone, con la sega che è già arrivata a mezza fronte.

70 Astolfo studia bene, dice: "Ah, sì: compresse Stappa! Un cartellone efficace! Ben trovato! Quell'omino lassù con quella sega significa l'emicrania che taglia in due la testa! L'ho subito capito! - E se ne riparte soddisfatto.

Tutto è silenzio e gelo. Marcovaldo dà un sospiro di sollievo, si riassetta sullo scomodo trespolo<sup>20</sup> e riprende il suo lavoro. Nel cielo illuminato dalla luna si propaga lo smorzato gracchiare della sega contro il legno.

75 (I. CALVINO, Marcovaldo, Einaudi, Torino, 1963)

- 1. cavalletta. - 2. ramoscelli secchi. - 3. carboni che ardono senza produrre fiamma. - 4. soffiare forte. - 5. armatura in ferro o legno che protegge il corpo. - 6. strumento a lama dentata per tagliare il legno. - 7. colletto della giacca o del cappotto. - 8. arma o arnese tagliente per spaccare la legna. - 9. arnese di metallo per afferrare, appendere o collegare. - 10. fanale per illuminare le strade. - 11. fusto di albero. - 12. apparecchio che serve ad illuminare. - 13. materiale formato da foglie di legno incollati fra loro. - 14. ragazzo di strada, vivace e discolo. - 15. che fanno gesti. - 16. spalancare gli occhi. - 17. a tutta velocità. - 18. indurimento della pelle di forma rotonda che si produce sulle mani o sui piedi. - 19. salito. - 20. arnese formato da un piano sorretto da tre o quattro piedi divaricanti.

faltari  
giti arnah

foruli  
ajam

nasir  
ilaci

göz komar  
firman  
got  
almah

sıkak  
tutup  
yahalama  
afferrare  
kırak  
stretto  
sola man

yak  
bilarmak

wumrah  
maylag  
-lal  
arçketi  
ile konuşan

sokak  
gözü  
maylak

hats/fahir  
voksul

krahlama  
kraykrah  
mettere  
ordine



## IL TESTO PUBBLICITARIO

Il tipo di testo sicuramente più diffuso, ascoltato o letto, è il **testo pubblicitario**. La realtà del mondo di oggi è pervasa da messaggi pubblicitari che ci giungono in qualsiasi momento della giornata attraverso i più diversi mezzi della comunicazione sia in forma di suoni che di immagini.

Il testo pubblicitario è solitamente espresso in una lingua dalle caratteristiche e dai tratti più vari ed originali. Attinge tanto dal linguaggio comune come dalle diverse varietà linguistiche settoriali, come dai diversi registri e livelli linguistici: ora è una lingua semplice e piana, ora ricercata e accurata, ora tecnica o scientifica.

La funzione linguistica prevalente è quella *direttiva* o *imperativa*: deve convincere qualcuno a fare qualche cosa, cioè ad acquistare un certo prodotto. Per questo il testo pubblicitario è costituito o si conclude con uno slogan, vale a dire con una breve frase destinata a colpire l'immaginazione e ad essere ricordata.

Per far colpo sul pubblico o per persuaderlo si ricorre a vari procedimenti o strategie come dare informazioni solo apparentemente oggettive o tecniche, enfatizzare od esaltare le caratteristiche o proprietà del prodotto, fare leva sulle aspirazioni e desideri anche inconsci del pubblico richiamando certe idee-forza come il successo, la bellezza, la ricchezza, la forza, il potere, il fascino, il prestigio, ecc..., stravolgere la lingua attraverso l'uso di forme linguistiche strane o nuove.

La pubblicità ricorre, infatti, ai più arditi accorgimenti e accostamenti linguistici che interessano i diversi livelli della lingua: la grafia, il lessico e la morfosintassi. Frequenti sono le grafie anomale: ad esempio:

*Snakkiamoci una FIESTA snak.*

*Dillo anche tu "melacompro la Vespa"*

Innovazioni ardite si verificano in ambito morfosintattico: si possono citare a titolo esemplificativo i seguenti messaggi:

*Le vacanze sono più vacanze con COCA-COLA*

*Lacca xx fissa morbido morbido.*

Anomalie sintattiche e lessicali spesso si presentano insieme, come nei seguenti messaggi:

*Le sardomobili si rubano l'aria. Respira "chi vespa".*

*Le sardomobili urlano clacson: sussurra "chi boxer";*

qui le automobili sono indicate come "sardomobili", vale a dire piccole scatole in cui le persone sono chiuse e separate come le sardine in una scatola. Le automobili inquinano e sporcano l'aria, fanno rumore, mentre i motocicli (Vespa e Boxer) permettono di respirare l'aria aperta e non fanno rumore.