

1. IL POZZO DI CASCINA PIANA



A metà strada tra Saronno e Legnano, sulla riva di un grande bosco, c'era la Cascina* Piana, che comprendeva in tutto tre cortili. Ci vivevano undici famiglie. A Cascina Piana c'era un solo pozzo¹ per cavare l'acqua, ed era uno strano pozzo, perché la carrucola² per avvolgerla la corda c'era, ma non c'era né corda né catena. Ognuna delle undici famiglie in casa, accanto al secchio³, teneva appesa una corda, e chi andava ad attingere acqua la staccava, se l'avvolgeva al braccio e la portava al pozzo; e quando aveva fatto risalire il secchio staccava la corda dalla carrucola, e se la riportava gelosamente a casa. Un solo pozzo e undici corde. E se non ci credete, andate a informarvi e vi racconteranno, come hanno raccontato a me, che quelle undici famiglie non andavano d'accordo e si facevano continuamente dispetti, e piuttosto che comprare insieme una bella catena, e fissarla alla carrucola perché potesse servire per tutti, avrebbero riempito il pozzo di terra e di erbacce.

Scoppiò la guerra, e gli uomini della Cascina Piana andarono sotto le armi raccogliendo alle loro donne tante cose, e anche di non farsi rubare le corde.

Poi ci fu l'invasione tedesca, gli uomini erano lontani, le donne avevano paura, ma le undici corde stavano sempre al sicuro nelle undici case.

Un giorno un bambino della Cascina andò al bosco per raccogliere un fascio di legna e udì uscire un lamento da un cespuglio⁴. Era un partigiano ferito a una gamba, e il bambino corse a chiamare sua madre. La donna era spaventata e si torceva le mani, ma poi disse: "Io porteremo a casa e lo terreno nascosto. Speriamo che qualcuno aiuti il tuo babbo se ne ha bisogno. Noi non sappiamo nemmeno dove sia, e se è ancora vivo⁵".

Nasosero il partigiano nel granaio⁶ e mandarono a chiamare il medico, dicendo che era per la vecchia nonna. Le altre donne della Cascina però, avevano visto la nonna proprio quella mattina, sana come un gallo e indovinarono che c'era sotto qualcosa. Prima che fossero passate ventiquattrore tutta la Cascina seppe che c'era un partigiano ferito in quel granaio, e qualche vecchio contadino disse: "Se lo sanno i tedeschi verranno qui e ci ammazzeranno. Faremo tutti una brutta fine".

Ma le donne non ragionarono così. Pensarono ai loro uomini lontani e pensavano che anche loro, forse, erano feriti e dovevano nascondersi, e sospiravano. Il terzo giorno, una donna prese un salamino del maiale che aveva appena fatto macellare, e lo portò alla Caterina, che era la donna che aveva nascosto il partigiano, e le disse: "Quei poveretti ha bisogno di rinforzarsi. Dategli questo salamino".

Dopo un po' arrivò un'altra donna con una bottiglia di vino, poi una terza con un sacchetto di farina gialla per la polenta⁷ poi una quarta con un pezzo di lardo⁷, e prima di sera tutte le donne della Cascina erano state a casa della Caterina, e avevano visto il partigiano e gli avevano portato i loro regali, asciugandosi una lagrима.

E per tutto il tempo che la ferita impiegò a rimarginarsi, tutte le undici famiglie della Cascina trattarono il partigiano come se fosse un figlio loro, e non gli fecero mancare nulla.

Il partigiano guarì, uscì in cortile a prendere il sole, vide il pozzo senza corda e si meravigliò moltissimo. Le donne, arrossendo gli spiegarono che ogni famiglia aveva la sua corda ma non gli potevano dare una spiegazione soddisfacente. Avrebbero dovuto dirgli che erano nemiche tra loro, ma questo non era più vero, perché avevano sofferto insieme, e insieme avevano aiutato il partigiano. Dunque non lo sapevano ancora, ma erano diventate amiche e sorelle, e non c'era più ragione di tenere undici corde.

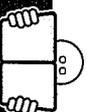
Allora decisero di comprare una catena coi soldi di tutte le famiglie e di attaccarla alla carrucola. E così fecero. E il partigiano cavò il primo secchio d'acqua, ed era come l'inaugurazione di un monumento.

La sera stessa il partigiano, completamente guarito, ripartì per la montagna.

(G. RODARI, Favole al telefono, Einaudi, Torino, 1962)

* Cascina è un insediamento agricolo tipico dell'Italia settentrionale, costituito da un complesso di costruzioni disposte intorno ad un grande cortile comprendente le abitazioni dei contadini, le stalle per gli animali, i magazzini per gli attrezzi agricoli e i locali per la lavorazione del latte o di altri prodotti della terra. ■ 1. buca più o meno profonda scavata nel terreno per attingere acqua ■ 2. disco scanalato sul quale scorre una corda o una catena ■ 3. recipiente a forma circolare di metallo o legno o plastica usato per prendere e portare l'acqua ■ 4. insieme di rami e piante e non molto alte e aggrovigliate che partono da una stessa radice ■ 5. locale usato come deposito del grano ■ 6. piatto preparato con farina di mais ■ 7. grasso di maiale

a COMPrensione DEL TESTO



1. Informazioni specifiche

➤ Rispondete alle seguenti domande:

1. Dove si svolge la storia?
2. Chi ne sono i protagonisti?
3. Quale stranezza c'era alla Cascina?
4. Cosa raccomandano gli uomini alle donne prima di partire per la guerra?
5. Perché tutte le donne aiutano il partigiano?
6. Perché qualche vecchio contadino è contrario ad aiutare il partigiano?
7. Cosa insegna questa vicenda alle donne della Cascina?

3. L'articolo determinativo e indeterminativo

In italiano notiamo che davanti a quasi tutti i sostantivi (o nomi) c'è un articolo, o determinativo (**il** o **la**) o indeterminativo (**un** o **una**). La funzione dell'articolo è quella di meglio individuare un nome e inserirlo in un discorso o contesto linguistico. La scelta tra le due forme, in concreto, è determinata da due opposizioni:

1. **classe <> membro**
2. **noto <> nuovo**

Osserviamo le seguenti frasi:

- 1.a. **Il** maiale è allevato per la qualità delle sue carni
(con "il" si indica la classe)
- 1.b. Nella stalla della cascina c'era **un** maiale
(con "un" si indica un singolo membro)
- 2.a. A Cascina piana c'era **un** pozzo per cavare l'acqua
(con "un" si introduce un termine nuovo nel testo)
- 2.b. Avrebbe riempito **il** pozzo di terra e erbacce
(con "il" si riprende un termine già citato prima)

Quando in un testo si nomina per la prima volta un nuovo elemento nominale lo si fa precedere dall'articolo indeterminativo (**un** **pozzo**), quando invece si fa riferimento ad un termine precedentemente introdotto, e quindi noto, si ricorre all'articolo determinativo. Nel testo di Rodari, ad esempio, incontriamo prima "un pozzo", "una corda", "un bambino", "un partigiano", e successivamente questi sono indicati con "il pozzo", "la corda", "il bambino", "il partigiano".

Ma noto non è solo ciò che è stato già nominato nel testo, ma anche ciò che si presuppone che il lettore o l'ascoltatore già conosce. Così, noti sono i termini che indicano cose o elementi che sono unici in natura (es.: *sole, luna, terra*) o che, come si capisce dal contesto, si riferiscono ad una cosa o persona specifica nota a chi ascolta o legge (es.: *E arrivato il professore!*), o che indicano una classe, un tipo, una specie o una cosa astratta (*la virtù, la pazienza*) o una materia (*il grano, l'olio, loro*)

Es.: *Il partigiano uscì in cortile a prendere il sole.*

Si usa ancora l'articolo determinativo per indicare un nome che si riferisce a qualcosa o a qualcuno determinato e ben individuabile. Questo, in genere, si ha quando il nome è accompagnato da un aggettivo possessivo, oppure da una determinazione come una frase relativa (*Mi è piaciuto il libro che mi hai prestato*), o un complemento del nome (*il figlio della Caterina*) o un aggettivo di relazione, vale a dire quando il nome è accompagnato da un altro elemento linguistico che seleziona un referente specifico tra i tanti cui il nome rimanda.

Osservate i seguenti esempi:

1. *Ogni famiglia aveva una corda*
2. *Ogni famiglia aveva la sua corda*
3. *Ogni famiglia usava la corda che aveva in casa*
4. *La corda della Caterina era sempre legata al secchio.*

L'articolo indeterminativo, come si vede, si usa per indicare un termine indefinito, generico o ancora non noto. Tuttavia, qualche volta esso indica anche il tipo, la categoria e/o la classe, ed allora ha il senso di "ogni".

5. *Il giovane è pieno di ideali*
6. *Un giovane è pieno di ideali.* (= ogni giovane)

a. *Rileggete i paragrafi IV e V (dalla riga 18 alla riga 29) e spiegate perché è usato ora l'articolo determinativo e ora quello indeterminativo.*

b. *Reinserite nel brano che segue gli opportuni articoli e le preposizioni, semplici o articolate, mancanti:*

_____ salotto che serviva da stanza d'aspetto per _____ clienti (di) _____ dottor Pastone, deserto e luminoso, era immerso (in) _____ silenzio. Saprì _____ porta e _____ cameriera introdusse _____ ometto pallido e tremulo, seguito (da) _____ donnone congestionato.

E si ritirò pianamente.

(in) _____ stanza c'era _____ silenzio uggioso. Nessun rumore studiava di là (da) _____ porta chiusa che immetteva (in) _____ gabinetto di consultazione, non _____ minimo segno di vita veniva dal resto (di) _____ casa, ch'era anche abitazione. Forse _____ bambini dei medici, in casa, non si muovono, non fiatano. Forse _____ moglie è sempre fuori.

_____ nuovi venuti si misero a sedere, dettero _____ occhiata distratta (a) _____ soliti quadri che sono appesi (a) _____ pareti di questi salotti. Sul tavolino c'erano _____ solite riviste vecchie che si trovano (in) _____ anticamera dei medici. _____ donnone ne prese una a caso e si mise a sfogliarla distrattamente.

(A. Campanile)

C RITORNO AL TESTO



1. Punto di vista

Ogni narrazione presuppone un "narratore". Il narratore è un artificio letterario creato dall'autore. In pratica è la voce che racconta la storia. Nei racconti e nelle storie giornalistiche il giornalista è narratore e autore della storia che racconta. Nei racconti letterari, invece, il narratore è semplicemente la "voce" che riferisce i fatti: la voce *narrante*.

Il narratore può raccontare i fatti secondo una prospettiva o un *punto di vista* particolare. Secondo il *punto di vista* assunto si può avere:

a. un **racconto non focalizzato**: il narratore rappresenta la coscienza dei personaggi, ne riporta i pensieri, il loro passato, come il loro presente e il loro futuro. Il narratore è esterno e viene definito onnisciente: ne sa più dei personaggi.

b. **un racconto a focalizzazione interna:** il narratore è interno; adotta il punto di vista di uno dei personaggi e quindi ne sa quanto ne sa il personaggio di cui assume il punto di vista. La narrazione può essere fatta in prima o in terza persona, e la focalizzazione può essere fissa, se tutto è filtrato attraverso gli occhi del personaggio narrante, oppure variabile se il narratore assume il punto di vista ora di uno ora di un altro dei protagonisti della storia, oppure ancora può essere multipla quando assume via via i punti di vista dei vari personaggi.

c. **un racconto a focalizzazione esterna:** il narratore adotta un punto di vista esterno ai personaggi, ma non è onnisciente. In pratica racconta e descrive quello che un qualsiasi osservatore esterno può vedere e notare. Di conseguenza lui sa meno di quanto può sapere qualsiasi personaggio.

1. *Il testo che segue è il racconto in prima persona del bambino che ha trovato il partigiano. Provatelo a completarlo con le parole mancanti (una sola parola per ogni spazio vuoto):*

Mi chiamo Marco e vivo a Cascina Piana, un piccolo gruppo di case tra Saronno e Legnano. Qui ci vivono undici famiglie. Ora a Cascina Piana si vive tranquilli e tutte le famiglie vanno d'amore e di _____ (1) tra loro, ma fino a qualche _____ (2) fa, le famiglie erano in guerra tra loro, litigavano spesso le une con le altre per i motivi più futili. Pensate, nel cortile c'era un _____ (3), ma non aveva la corda e il secchio perché le famiglie non si mettevano d'accordo per comprare una _____ (4) comune. Ognuna aveva la sua corda e il suo secchio per _____ (5) l'acqua.

Durante la guerra, quando _____ (6) appena sei anni, mentre, un giorno, giocavo _____ (7) al bosco, ho sentito venire da dietro un cespuglio dei _____ (8). Mi sono avvicinato e ho visto un giovane uomo _____ (9) ad una spalla. Mi sono spaventato, _____ (10) corso a casa e ho raccontato tutto a mia madre. Lei, pensando a mio padre lontano per la guerra, è andata subito _____ (11) il bosco. Io l'ho seguita. Arrivata al _____ (12), ha aiutato il giovane soldato ad alzarsi e l'ha accompagnato a _____ (13) nostra, passando per la porta di dietro, quella della cantina. Lo ha sistemato nel granaio, su un vecchio _____ (14), e mi ha detto di andare a _____ (15) il dottore. Il medico l'ha visitato e gli ha _____ (16) la ferita alla spalla. Per _____ (17) la ferita non era profonda, però il partigiano aveva perso molto _____ (18) ed era debole. Nello stesso giorno sono cominciate ad arrivare le donne delle altre famiglie; prima una poi un'altra, poi via via quasi tutte. Non so come, avevano _____ (19) del partigiano ferito e avevano pensato _____ (20) aiutarlo portandogli qualcosa da _____ (21): chi un salamino, chi

un po' di lardo, chi della _____ (22) gialla, chi un po' di vino. E così per tutto il tempo della _____ (23).

Quando il partigiano è _____ (24), è uscito nel cortile e ha visto il pozzo senza corda. Ha chiesto a mia madre come mai il pozzo non _____ (25) la corda, ma lei non sapeva che rispondere, non poteva _____ (26) che erano nemiche quando tutte insieme l'avevano aiutato a guarire. Lo stesso giorno, quando mia madre ha riferito alle altre _____ (27) la domanda che le aveva fatto il partigiano, hanno _____ (28) di comprare tutte insieme una catena. Il giorno dopo c'è stata come l' _____ (29) del pozzo e il partigiano ha _____ (30) su il primo secchio di acqua con la nuova catena. È stata una grande festa, perché finalmente era tornata la pace e l'armonia tra le famiglie di Cascina Piana.

2. *Tutte le donne delle altre famiglie andate a trovare il partigiano gli portarono qualcosa. Ma la fiaba indica solo i regali di quattro di loro.*

Provate voi a completare l'elenco:

- 1ª donna: → un salamino di maiale
- 2ª donna: → una bottiglia di vino.
- 3ª donna: → un sacchetto di farina di granturco
- 4ª donna: → un pezzo di lardo
- 5ª donna: → _____
- 6ª donna: → _____
- 7ª donna: → _____
- 8ª donna: → _____
- 9ª donna: → _____
- 10ª donna: → _____



1. La narrazione fantastica o fiabesca appare in declino. I bambini non ascoltano più fiabe dalla voce dei loro genitori o dei loro nonni: quasi nessuno oggi le sa o le sa raccontare. Ma c'è ancora bisogno della fiaba?
2. Le fiabe tradizionali, pur narrando fatti irreali, si riferiscono a realtà e modi di vita dell'epoca in cui sono nate. Di una fiaba della tradizione del vostro Paese indicate, ad esempio, tutti quegli oggetti di uso quotidiano, quelle attività, quei mestieri che si riferiscono ad una realtà ormai scomparsa.
3. Provate ad "inventare" una fiaba in cui siano presenti personaggi come l'eroe, l'antagonista, la persona o l'oggetto magico da ricercare, l'aiutante dell'eroe, ed eventi come la partenza e il ritorno dell'eroe, l'inganno o tranello, il salvataggio, la vittoria, la punizione e il lieto fine.
4. Spesso quando una sciagura o un grave dolore colpisce qualcuno nasce tra le persone vicine un sentimento di solidarietà.
- Raccontate un episodio in cui avete potuto constatare un'autentica solidarietà tra le persone.
5. Molte delle fiabe che si leggono o si ascoltano appartengono alla tradizione popolare e riflettono un mondo spesso molto antico e comunque diverso da quello di oggi: l'ambiente è quello contadino, le persone si spostano a piedi o su asini o cavalli, le case sono molto povere o sono fagge, ecc.
- Provate a raccontare una fiaba della tradizione popolare del vostro paese, ambientandola però alla nostra epoca e al nostro mondo

Profilo dell'autore

GIANNI RODARI

Scrittore e giornalista, è nato ad Omegna (Novara) nel 1920, ed è morto a Roma nel 1980. Diplomatosi maestro nel 1938, si è dedicato al giornalismo. In seguito si è affermato come autore di libri di testo per bambini, che gli hanno valso, tra l'altro, il premio Andersen per la letteratura infantile. Ha rinnovato la fiaba tradizionale, mettendola in relazione con la realtà contemporanea. Le sue storie hanno, infatti, per protagonisti personaggi del mondo di oggi, gli ambienti e le esperienze sono quelli che anche un bambino della nostra epoca può conoscere e vivere. Per Rodari "la fiaba è il luogo di tutte le ipotesi: essa ci può dare delle chiavi per entrare nella realtà per strade nuove, può aiutare il bambino a conoscere il mondo".

Tra i molti libri scritti, di cui numerosi quelli tradotti in tante lingue, ricordiamo: *Le avventure di Cipollino* (1950), *La freccia azzurra* (1952), *Favole al telefono* (1960), *Filastrocche in cielo e in terra* (1960), *Il pianeta degli alberi di Natale* (1962), *Gip nel televisore* (1964), *Il libro degli errori* (1964), *Grammatica della fantasia* (1974), *Cara due volte il barone Lamberto* (1978), e postume *Il cane di Magonza* (1982) e *Storie di tre Mida* (1983).

2. IL BOSCO SULL'AUTOSTRADA

10 Il freddo ha mille forme e mille modi di muoversi nel mondo: sul mare corre come una mandra di cavalli, sulle campagne si getta come uno sciame di locuste¹, 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 stecchi², e la famiglia, tutta incappottata, guardava nella stufa impallidire le braci³, 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 sbuffava⁴ verso l'alto a scatti come lampi di genio che subito svaniscono.

15 Alla fine Marcovaldo si decise: - Vado per legna: chissà che non ne trovi -. Si cacciò quattro o cinque giorni tra la giacca e la camicia a fare da corazza⁵ contro i colpi d'aria, si nascose sotto il cappotto una lunga sega⁶ 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 bavero⁷.

20 Andare per legna in città: una parola! Marcovaldo si diresse subito verso un pezzo 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...

25 Il piccolo Michelino, battendo i denti, leggeva un libro di fiabe, preso in prestito alla biblioteca della scuola. Il libro parlava di un bambino figlio di un taglialegna, che usciva con l'accetta⁸, 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 gancio⁹, uno una corda, salutarono la mamma e andarono in cerca di un bosco.

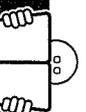
30 Camminavano per la città illuminata dai lampioni¹⁰ e non vedevano che case: di boschi, neanche lombra. Così giunsero dove finivano le case della città e la strada diventava un'autostrada.

35 Ai lati dell'autostrada, i bambini videro il bosco: una folta vegetazione di strani alberi copriva la vista della pianura. Avevano i tronchi¹¹ fini fini, dritti o obliqui; e chiodi e estese, dalle più strane forme e dai più strani colori, quando un'auto passando le illuminava coi fanali¹². Rami a forma di dentifricio, di faccia, di formaggio, di mano, di rasoio, di bottiglia, di mucca, di pneumatico, costellati da un fogliame di lettere dell'alfabeto.

40 "Ewival - 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 abbatterono 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.



55 "Dove l'avete preso?" esclamò indicando i resti del carrello pubblicitario che, essendo di legno compensato¹³, era bruciato molto in fretta.
 "Nel bosco!" fecero i bambini.
 "E che bosco?"
 "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.

60 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 monelli¹⁴ stava buttando giù i cartelloni pubblicitari. L'agente Astolfo parte di spezione.

65 Ai lati della strada la selva di strane figure ammonitrici e gesticolanti¹⁵ accompagna Astolfo, che le scruta ad una ad una, strabuzzando¹⁶ gli occhi miopi. Ecco che, al lume del fanale della moto, sorprende un monellaccio arrampicato su un cartello. Astolfo frena: "Eni che fai lì, tur? Salta giù subito!" Quello non si muove e gli fa la lingua. Astolfo si avvicina e vede che è la réclame di un formaggino, con un'amboccione che si lecca le labbra. "Già, già", fa Astolfo, e riparte a gran carriera¹⁷.
 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 dolente dipinto in mezzo a un piede tutto calli¹⁸: la réclame di un callifugo. "Oh, scusi", dice Astolfo, e corre via.

70 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 arrampicato¹⁹ 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.
 Astolfo studia bene, dice: "Ah, sì: compresse Stappa! Un cartellone efficace! Ben trovati! Quell'omino lassù con quella sega significa l'emicrania che taglia in due la testa! L'ho subito capito!" E se ne riparte soddisfatto.

75 Tutto è silenzio e gelo. Marcovaldo dà un sospiro di sollievo, si riassetta sullo scomodo trespolo²⁰ e riprende il suo lavoro. Nel cielo illuminato dalla Luna si propaga lo smorzato gracchiare della sega contro il legno.

(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. coltello 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. la parte aerea dell'albero da cui partono i rami
12. apparecchio che serve ad illuminare
13. legno formato da sottili fogli incollati fra loro
14. ragazzo di strada, vivace e discolorito
15. che fanno gesti
16. spalancare gli occhi
17. a gran 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 che si allargano verso il basso

1. Informazioni specifiche

a. *Completate la griglia che segue indicando:*

- a. i personaggi del racconto
- b. i luoghi in cui si svolge la vicenda
- c. i prodotti pubblicizzati dai cartelloni
- d. gli oggetti usati dai personaggi

personaggi:
luoghi:
prodotti:
oggetti:

b. Rispondete alle seguenti domande:

1. Qual è il segno più evidente del freddo in casa di Marcovaldo?
2. Cosa pensa di fare Marcovaldo per riscaldare la casa?
3. Quale idea viene in mente a Michelino mentre legge un libro di fiabe?
4. Cosa sono, in realtà, gli alberi che i bambini vedono?
5. Perché l'agente Astolfo non distingue bene le figure?
6. Come interpreta Astolfo la pubblicità delle compresse contro l'emicrania?

2. Sintesi

> *Riassumete il testo letto passando per i seguenti punti:*

freddo ovunque / andare per legna / sega nascosta sotto il cappotto / Michelino e il libro di fiabe / il bosco / i bambini alla ricerca della legna / gli strani "alberi" dell'autostrada / stufa accesa / l'ispezione dell'agente Astolfo / lume del fanale / moto / la réclame del formaggino / la réclame di un callifugo / la réclame delle compresse contro l'emicrania / lo spavento di Marcovaldo.

4. I ragazzi dietro arrancavano _____ su per la salita.
5. Alla vista di un topo sotto il lavandino Carla _____ un urlo disperato.
6. La tramontana _____ da nord verso sud.
7. Chissà dove si _____ Marco: due minuti fa era qui ed ora non si vede più.
8. Gli _____ nell'orecchio un terribile sospetto sul suo migliore amico.
9. Il professore ha scoperto che uno studente copiava il compito da un libro ed allora lo _____ dall'aula.
10. Nella fressa sull'autobus gli _____ il portafogli.

5. Nomi collettivi

I nomi si suddividono in diversi modi: in relazione ai referenti (oggetti) che designano possono essere **concreti** o **astratti**, **propri** o **comuni**. Possono designare singoli referenti (**nome individuale**) o anche un insieme omogeneo di persone o animali o cose della stessa specie (**nome collettivo**). Così i termini *sciame*, *mandria* e *branco* che abbiamo incontrato nel testo di Calvino sono "collettivi", in quanto indicano un gruppo o un insieme di animali: *sciame* è un insieme di insetti come api e vespe, *mandria* (o *mandra*) è un insieme di animali domestici di grossa stazza, *branco* indica un insieme numeroso di animali allo stato selvatico o brado. Il nome collettivo ha la caratteristica di essere di numero singolare pur riferendosi ad una pluralità di individui.

a. Completate le definizioni con una delle parole suggerite nella tabella seguente:

arcipelago - banda - clero - flotta - giuria - gregge - pineta - risma - scolaresca - stormo

1. Il _____ è un insieme di pecore.
2. Una _____ è costituita da tantissimi pini.
3. Una _____ è un gruppo di alunni della stessa scuola.
4. Una _____ è formata da un insieme di suonatori.
5. Un insieme di isole costituisce un _____.
6. La totalità dei preti costituisce il _____.
7. Una _____ è un insieme di giudici o persone giudicanti.
8. Una _____ è formata da circa 500 fogli di carta.
9. Tanti uccelli della stessa specie formano uno _____.
10. Un insieme di navi formano una _____.

b. Completate, anche con l'aiuto del dizionario, le frasi seguenti con l'opportuno nome collettivo:

1. All'arrivo della maestra tutta la _____ ha smesso di fare chiasso.
2. L'_____ della nave Ausonia è rimasto a bordo per tutto il tempo necessario allo scarico delle merci.
3. Dopo una lunga discussione la _____ del festival di Venezia ha premiato il film di Salvatores.
4. La _____ del Napoli ha superato per tre a due l'inter.
5. L'_____ del teatro alla Scala ha tenuto un concerto al teatro Verdi di Parma.
6. Un _____ di lupi affamati è stato avvistato nella periferia della città.

6. Nomi alterati

Aggiungendo alla radice di una parola un suffisso si ottiene una nuova parola che ha un significato diverso rispetto alla parola d'origine: la parola è o "derivata" o "alterata". L'alterazione è un tipo di suffissazione mediante il quale il significato e la natura della parola base non cambia se non per alcuni aspetti marginali, come la diminuzione, la qualità o la valutazione. Si hanno così alterati diminutivi, accrescivi, vezzeggiativi e spregiativi o peggiorativi. I suffissi più comuni usati per alterare una parola sono: **-ino**, **-ello**, **-uccio**, **-one**, **-otto**, **-acchio**, **-accio**, **-astro**, ecc. Non sempre, tuttavia, tali suffissi modificano semplicemente una parola base: spesso (anche perché in certi casi l'originario valore alterato si è perduto) danno luogo a nuove parole dal significato completamente diverso: ad esempio, *gradino* non è diminutivo di *grado*, come *postino* non è un piccolo posto, e *copertone* non indica una grossa coperta.

a. Ricercate nel testo letto le parole alterate ed indicate la parola base da cui derivano:

parola alterata	parola base
1.
2.
3.
4.
5.

b. Indicate se nelle seguenti frasi le parole in corsivo sono alterate (a) o no (n):

1. I bambini abbattono un alberello.
2. Vuoi chiudere il *finestrino*? Entra troppa aria.
3. Michelino ha preso in prestito un libro di fiabe dalla *biblioteca* della scuola.
4. Hanno fatto un pic-nic nel *boschetto* vicino al fiume.

5. Oggi Michelino è venuto a scuola senza cartella.
6. Passa la giornata o a leggere fumetti o a guardare cartoni animati alla TV.
7. Bisogna cambiare la lampadina: è fulminata.
8. Nella sua borsetta trovi di tutto: dal rossetto alle mollette per capelli, dagli specchietti ai pettinini, dalle lamette da barba alle bottigliette di profumo.
9. Quando le è nato il bambino, le hanno regalato una copertina per la culla.
10. La copertina dell'Espresso di questa settimana mi pare un po' scandalistica.
11. Il cartellone era la pubblicità di un formaggio: vi era raffigurato un bamboccione che si leccava le labbra.
12. Non ho fame: però un pezzettino di torta lo prendo volentieri.



C PRODUZIONE ORALE O SCRITTA

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 e strategie come quella di dare informazioni solo apparentemente obiettive o tecniche, o enfatizzare ed esaltare le caratteristiche e le proprietà benefiche del prodotto, o 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 prestigio, ecc. La pubblicità arriva a 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.

Anomale 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.

A livello lessicale si ha il maggior numero di innovazioni: moltissime sono le parole create dai pubblicitari: queste sono costruite o accostando parole esistenti o utilizzando in modo improprio i meccanismi di derivazione e suffissazione della lingua. Per fortuna la gran parte di queste parole dura il tempo di una stagione "pubblicitaria".

Ecco qualche curioso esempio:

sardomobili, amarevole, uvamaro, digestimola, ammazzasete, puliziotto, impappatarsi, croccarsi, comoda, risparmiosa, ecc.

La lingua pubblicitaria deve convincere e per questo attinge a piene mani dall'arte della retorica. Tra le figure retoriche usate dalle pubblicità troviamo:

- *la metafora* - o paragone abbreviato, ad es.:
Accendi la tua serata con un grande scotch.

- *l'allusione* - cioè il riferimento a espressioni o detti famosi o proverbi: ad es.:
Non avrai altro Gesù all'Inferno di me.
Incredibile ma Whurer.

- *l'allitterazione*, che consiste nel ritmo ripetitivo di suoni o sillabe, come ad es.:
Fiesta ti tenta tre volte tanto

- *la similitudine*, cioè un paragone esteso; ad es.:
La tua pelle è come un fiore: dissestata con CUPRA magra!

- *l'eufemismo*, che consiste nel dire con parole meno crude ed esplicite qualcosa di spiacevole o non gradito, per cui, ad esempio, "le rughe" su un volto sono "gli inutili segni del tempo", o il sudore è indicato come "traspirazione eccessiva" e "la stitichezza" è indicata come "intestino pigro";

- *la metonimia*, che consiste nell'uso di una parola al posto di un'altra a cui è semanticamente contigua; per esempio indicare la causa al posto dell'effetto, come nei messaggi:

Un prodotto ricco di sole
Ducros: la passione del gusto

- *il bisticcio*, che consiste nell'accostamento di termini simili nella forma ma diversi per significato; es.:

Non bucate il bucato!

- *l'anitissi*, che consiste nell'usare all'interno dello stesso messaggio termini o espressioni di significato opposto; es.:

XIRXI: la grande industria dei piccoli elettrodomestici.
 -l'assonanza e la rima; es.:

BALENO e lavoro meno.

ecc.

1. Invenzione e interpretazione

a. Create dei messaggi pubblicitari per:

- una schiuma da bagno
- un vino italiano
- un profumo maschile
- una località della riviera ligure
- una salsa di pomodoro
- una ditta di scarpe italiane.

b. Provate a individuare il prodotto pubblicizzato dai seguenti messaggi:

1. Uno. Tra mille passioni, la passione guida.
2. Per una bocca sana ed un alito fresco la soluzione c'è: è AGLIODENT.
3. Nutri il tuo bambino con un prodotto sano e nutriente, ricco di ingredienti naturali: farina, latte uova e tante vitamine. Nutrito con CEREALI.
4. I capelli grassi sono il tuo problema? Ti preoccupa la forfora? I laboratori Progen hanno creato per te un prodotto a base di vitamine, cheratina e principi attivi naturali,
5. Un profumo che ti prende, il sapore genuino d'altri tempi: tutta frutta da spalmare, in tanti gusti a piacere: prezioso dono di natura da portare ogni giorno sulla tavola.
6. Unto sulle piastrelle. Grasso sui fornelli. Macchie sul pavimento. Basta con tutto questo. Ora c'è LINDORI.
7. Naso chiuso? CALYPTOL apre.
CALYPTOL decongestiona come coadiuvante le prime vie respiratorie in caso di riniti, faringiti, laringiti. CALYPTOL agisce in virtù dei suoi componenti naturali: essenze di pino, di timo, di rosmarino, 'eucalipto e terpineolo.
8. Smettiamola di travestirci. Parliamo invece di quei valori che piace sempre portare addosso. Parliamo di comfort e taglio impeccabile: di uno stile personale fatto di sobrietà e buon gusto; di morbidezza dei tessuti e qualità delle finiture.
9. Visto che a scuola si deve andare meglio andarci con un SORRISO! Con un sorriso la vita è più allegra, meglio ancora se il sorriso è MKB! Giovane e dinamico nella linea e nelle colorazioni, SORRISO MKB corre silenzioso in barba alla noia e al traffico cittadino. Il suo affidabile motore macina chilometri e chilometri senza affaticarsi, con consumi e tassi di inquinamento ridottissimi.

2. Figure retoriche

➤ *Indicate le figure retoriche (antitesi, iperbole, metatona, metonimia, allusione, ecc.) presenti nei seguenti messaggi pubblicitari:*

1. ESSO: metti un tigre nel motore.
2. Timberland. Sotto qualsiasi cielo, sopra qualsiasi terra.
3. Artemide: il lume della ragione.
4. Datevi all'itica. Il pesce aguzza l'ingegno.
5. DULUX-EL. Grande perché piccola.
6. All'origine di un grande vino frizzante c'è una calma assoluta.
7. Videoregistratori Philips: basta un tasto.
8. Marbella Sprint: più bella fuori più ricca dentro.

3. Analisi della stampa periodica

➤ *Se hai in casa un giornale o una rivista italiana, osserva gli inserti e le pagine di pubblicità, e completa la scheda che segue indicando il prodotto pubblicizzato, le idee-forza contenute, il pubblico cui è destinato il messaggio, le immagini che evocano e le figure retoriche o giochi di parole presenti:*

Messaggio	prodotto pubblicizzato	Idea - forza	Destinatario

4. Il ruolo della pubblicità

➤ *Indicate i mezzi e gli espedienti di cui si serve la pubblicità per attirare e persuadere il pubblico dei consumatori.*

Profilo dell'autore a pag.

400