

Con Zanichelli 'la cultura si fa (in) strada'



Zanichelli dà inizio in questi giorni a una campagna di sensibilizzazione sulla lingua, italiana e straniera che porta direttamente sui marciapiedi,

in forma di graffiti urbani, occasioni di riflessione sulle nostre capacità di espressione. L'editore, storicamente punto di riferimento per l'italiano e le altre lingue, conferma con questa azione di "didattica urbana" il proprio ruolo di educatore e divulgatore.

Particolare attenzione viene dedicata alle "Parole da salvare": voci ricche di sfumature ed espressività ma che stanno finendo nel dimenticatoio perché nella lingua corrente si privilegiano i loro sinonimi più comuni; diciamo infatti profumo anziché fragranza, chiacchierone anziché garrulo, diligente anziché solerte, saporito e non sapido.

Sono parole che rendono il lessico più variopinto e più interessante, la lingua italiana più ricca e completa: può forse l'italiano permettersi di perdere parole affascinanti come ghiribizzo o beffardo? Come faremmo a cucinare certe pietanze senza usare il pane raffermo? Esiste una parola più onomatopeica di ondivago? Che cosa ruberanno i banditi d'ogni crime-story che si rispetti se sarà scomparso il malloppo? Quale aggettivo descriverebbe Zio Paperone meglio di taccagno?

Nelle pagine del vocabolario Zingarelli queste parole a rischio sono evidenziate con il segno grafico del “fiore”:♣. Un richiamo anche visivo e un invito a utilizzare più spesso quelle voci. Tra le 3125 voci riportate dallo Zingarelli, Zanichelli ne ha scelte ora cinque, e le propone all’attenzione dei passanti aggiungendo al semplice significato anche l’etimologia completa, la data di prima attestazione in lingua scritta e qualche esempio d’uso. Si tratta di: **boria, denigrare, insigne, solerte e corroborare.**

La campagna non si limita alle Parole da salvare: **vengono tradotti in graffiti anche figure retoriche come Anacoluto, Iperbole, Metonimia, Onomatopea**, descritte tramite citazioni da autori classici. Alcuni graffiti saranno poi dedicati ai **‘falsi amici’**, cioè parole straniere che sembrano simili a parole italiane ma hanno tutt’altro significato, come **il francese Limon (‘fango’), lo spagnolo Burro (‘asino’), l’inglese Terrific (‘straordinario’)**. Infine gli **Intraducibili**: parole di altre lingue che non hanno un corrispondente diretto in italiano e richiedono, per la traduzione, una lunga perifrasi. Il termine giapponese **Tsundoku, ad esempio, indica la mania di accumulare libri, senza leggerli.**

I graffiti saranno 50 per città, e verranno realizzati in prossimità delle scuole o in zone pedonali per offrire a studenti e passanti uno spunto di riflessione sulla nostra lingua e sulle lingue straniere. L’hashtag **#laculturasifastrada**, riportato su ogni graffito, aumenta il coinvolgimento di tutti e stimola il passaparola. L’operazione è partita da Milano, poi Torino, Padova e Napoli. L’hashtag **#laculturasifastrada** ha iniziato fin da subito ad avere grande diffusione spontanea a Torino e Milano. La tecnica è quella dei green graffiti, che utilizza una miscela completamente naturale per realizzare i graffiti sull’asfalto. Quando la campagna è finita, i messaggi vengono cancellati usando soltanto acqua. I residui del graffito che finiscono nel sistema di scarico sono totalmente innocui per l’ambiente.