



**PARTE A****PROVA DI COMPrensIONE DI TESTI SCRITTI**

**A.1** *Leggere i testi. Indicare con ✕ la lettera A, B, C o D corrispondente alla affermazione corretta fra le quattro proposte.*

**I°** *testo*

## **UN'INDAGINE SULLE REAZIONI AI FARMACI Al Forum sulla Sanità Futura la ricerca dell'Istituto Mario Negri**

La farmacovigilanza, il sistema di controllo sugli effetti avversi dei farmaci, segna il passo a causa della mancanza di segnalazioni da parte dei medici che in caso di problemi nei pazienti dovrebbero sempre inviare un'informativa alle autorità di riferimento.

Secondo uno studio presentato durante il forum di Cernobbio elaborato dalla Edra, in collaborazione con l'Istituto di ricerche farmacologiche Mario Negri, infatti, solo il 33% dei medici ammette di avere segnalato, talvolta in modo improprio, una reazione avversa fra i propri pazienti.

L'analisi è stata condotta da settembre 2002 a gennaio 2003 su 12 mila medici. Non tutti segnalano le reazioni avverse incontrate o sospettate, come sarebbe dovuto, e il principale ostacolo sta proprio nella difficoltà di attribuire ad un farmaco specifico la reazione avversa. Quanto a quali reazioni segnalare, una metà del campione ritiene siano tutte, ma una percentuale di poco inferiore crede che la segnalazione scatti solo nel momento in cui si è di fronte ad un fenomeno sconosciuto o grave. Ma se questo è il parere di chi risponde, quando si domanda esplicitamente che cosa richiede la legge, il risultato si focalizza sull'obbligo di segnalarle nella loro interezza.

Insomma, un quadro in prima analisi molto variegato soprattutto se, come spinge a ritenere l'evoluzione dei consumi, la farmacovigilanza è destinata ad assumere un ruolo più centrale nella tutela della salute.

«E' verissimo che i medici non danno segnalazione degli effetti collaterali dei farmaci – conferma Mario Falconi, segretario nazionale della Fimmg (Federazione medici di famiglia) –. Come sempre in Italia c'è una legge assurda che prevede sanzioni pesantissime per chi non segnala anche il disturbo più stupido ed inoltre c'è una burocrazia che non agevola certo questa funzione». Il segretario Falconi non ha dubbi nel criticare l'attuale normativa: «Sarebbe stato molto più facile se ai medici fossero state consegnate delle buste preaffrancate dove inserire solo le segnalazioni, oppure se fosse stato creato un indirizzo di posta elettronica dove fare le comunicazioni. Inoltre sarebbe stato più giusto creare dei medici sentinella, magari retribuendoli pure per il loro servizio, per cui ora si avrebbero dei dati veritieri come accade per l'influenza». «Non segnalare gli effetti collaterali è sicuramente molto grave e non ci sono giustificazioni per questo; allargando però il discorso c'è da sottolineare come in campo farmacologico le norme siano talmente tante e cambino con tale velocità che può essere comprensibile per il medico commettere qualche errore», è il commento di Serafino Zucchelli, segretario nazionale dell'Anaa.

(R.Craverò, "Il Messaggero", 26 marzo 2003)

1. Il problema relativo ai farmaci esposto nell'articolo riguarda
  - A la mancanza di un sistema di controllo centralizzato
  - B la scarsa efficacia registrata sulle patologie dei pazienti
  - C la non segnalazione di effetti negativi da parte dei pazienti
  - D la difficoltà di monitorarne tutti gli effetti collaterali
  
2. Nell'ambito del campione dei medici preso in esame
  - A la metà ha constatato effetti negativi in tutti i farmaci
  - B buona parte prende in considerazione solo alcune reazioni
  - C molti ammettono di non conoscere nel dettaglio la legge
  - D pochi sono al corrente della necessità di segnalare tutti i casi
  
3. Il segretario nazionale della Fimmg
  - A evidenzia le incongruenze dell'attuale normativa
  - B propone sanzioni più pesanti per chi trasgredisce la legge
  - C suggerisce la non punibilità per chi non segnala disturbi lievi
  - D esige uno snellimento delle formalità burocratiche
  
4. Inoltre Falconi critica
  - A la scarsa efficienza del sistema di raccolta dei dati
  - B la difficoltà nell'accedere all'indirizzo di posta elettronica
  - C la limitata disponibilità dei medici a offrire altri servizi
  - D la mancata creazione di una banca dati sull'influenza
  
5. Infine, secondo il segretario nazionale dell'Anaa,
  - A i farmaci vengono sostituiti con troppa velocità
  - B la normativa vigente è troppo rigida e antiquata
  - C i medici non sono i soli responsabili della situazione
  - D è possibile che i medici facciano errori diagnostici

## 2° testo

## NUOVE REGOLE DEL COMUNE DI ROMA PUBBLICITÀ SUI PALAZZI, STOP AI FURBI

ROMA - Sta per essere risolta l'annosa questione dei cartelloni pubblicitari sui palazzi in ristrutturazione. Nelle piazze del centro non ci potranno più essere due palazzi in contemporanea «fasciati» da ponteggi e pubblicità. I restauri saranno su un edificio alla volta, in modo da evitare per il futuro quanto accaduto in piazza della Fontana di Trevi, dove il monumento di Nicola Salvi si è trovato circondato da mega-manifesti. La delibera che stabilisce le nuove regole per gli impianti pubblicitari sui restauri delle facciate sarà presentata questo pomeriggio in Giunta dall'assessore al Commercio.

Tre i punti qualificanti del provvedimento, che è stato studiato in contemporanea, oltre che dall'assessorato al Commercio, da quello ai Lavori Pubblici e da quello alla Cultura, d'accordo anche con le Sovrintendenze. Oltre a non avere più piazze invase dai ponteggi e relativi impianti degli sponsor, i manifesti si vedranno drasticamente diminuito lo spazio disponibile: dal 50% di pubblicità (l'altro 50% doveva essere di *trompe l'oeil*, cioè di pannelli che riproducono la facciata del palazzo), si passerà d'ora in poi al 10%, 15%, massimo al 20% di quota pubblicitaria a seconda del pregio del fabbricato. «Questa delibera infatti – spiega l'assessore al Commercio – stabilisce nuove regole che oltre a far respirare le facciate, soprattutto nel centro storico, permettano tuttavia di non rinunciare del tutto a una risorsa importante quando si devono attuare costosi lavori di restauro. Abbiamo quindi cercato un nuovo equilibrio – spiega – tra la necessità di finanziamenti per rendere più belle le facciate e il decoro della città durante i lavori».

Terzo punto è il limite di tempo: l'esposizione pubblicitaria avrà una data di inizio ed una di fine, coincidente con quella della durata effettiva dei lavori. I contratti con gli sponsor non potranno essere più lunghi di quelli con il cantiere: se i ponteggi dovranno essere installati, ad esempio, per sei mesi, per altrettanti e non di più vi sarà la pubblicità. E il contratto sarà legato all'impianto, non più alla ditta pubblicitaria: prima, infatti, era stato trovato un espediente per cui, se cambiava il contratto, il tempo non veniva cumulato.

La delibera entrerà poi a far parte del nuovo «Regolamento per affissioni e pubblicità» che la Commissione consultiva sta studiando: «Sarà inserita al suo interno non appena sarà terminato – aggiunge l'assessore – ma ho voluto anticipare questo provvedimento perché era arrivato il momento di mettere ordine in una questione che si andava trascinando da tempo». I cartelloni «sponsorizzati» che permettono un aiuto economico nei lavori di manutenzione ordinaria e straordinaria, infatti, avevano invaso piazze e strade del centro trasformandole in una sorta di scenografica *réclame* a cielo aperto. Gli esempi non sono mancati: oltre a Fontana di Trevi basta ricordare piazza Navona, Sant'Andrea della Valle, piazza di Spagna.

6. Il primo punto della delibera sui cartelloni pubblicitari stabilisce
- A le loro dimensioni massime
  - B i prodotti che vi vengono reclamizzati
  - C il formato che possono assumere
  - D il numero di facciate occupabili
7. Inoltre la delibera stabilisce
- A la percentuale della superficie occupabile dai cartelloni
  - B la diminuzione del numero degli sponsor per i restauri
  - C che l'estetica del manifesto si armonizzi con il contesto
  - D che gli edifici di pregio non possono essere ricoperti
8. Qual è lo scopo delle norme presenti nella delibera?
- A Permettere ai turisti la visione d'insieme delle piazze
  - B Nascondere ai turisti la vista dei lavori in corso
  - C Trovare un punto di incontro fra esigenze diverse
  - D Aggiornare le norme di sicurezza sui cantieri
9. In base al terzo punto della delibera
- A gli impianti pubblicitari verranno rimossi alla fine dei lavori
  - B i manifesti dovranno essere tolti dopo sei mesi di esposizione
  - C lo sponsor ha la facoltà di rinnovare il contratto a lavori terminati
  - D più sponsor potranno avvicinarsi nello stesso spazio pubblicitario
10. Con questa delibera l'assessore ha voluto
- A aumentare il contributo degli sponsor ai restauri artistici
  - B promuovere il restauro dei palazzi importanti del centro
  - C prevenire il ripetersi della diffusione selvaggia dei manifesti
  - D stilare un elenco delle zone della città proibite alla pubblicità

**A.2 Leggere il testo. Rispondere alle domande.*****Le mire degli affaristi su Portofino***

**C**aro sindaco di Portofino, lei amministra, è vero, un comune di piccole dimensioni. Portofino non è San Francisco, Los Angeles o New York; non è una megalopoli, e non lo diventerà mai; non ha milioni di abitanti. La popolazione affidata alle sue cure è contenuta nella cifra modesta di 600 unità. Adesso lei, caro sindaco, potrebbe passare alla storia come Giuliani di New York, anche se per altre ragioni. In un momento di svolta, in circostanze difficili, lei potrebbe dimostrare di essere un grande amministratore, risolvendo alcuni annosi problemi di accesso e di fruibilità, rendendo più godibile lo splendido borgo, e resistendo con coraggio a tutti quei progetti vecchi e nuovi che minacciano i suoi equilibri e la sua bellezza, miracolosamente intatta attraverso gli anni. Ci sono sempre persone al mondo che venderebbero l'anima al diavolo pur di guadagnare. Portofino è oggetto di infinite brame, da sempre. Ora più che mai l'assedio è pesante. Resistendo, lei si guadagnerebbe, oltre alla riconoscenza dei posteri, l'ammirazione di tutti coloro che aspirano a difendere le bellezze d'Italia.

Ma lei rischia di passare alla storia, caro Artioli, per la ragione contraria: come il sindaco che segna l'inizio della fine. Francamente non la capisco. Lei non è, che io sappia, un costruttore; non è un affarista. Come mai mostra tanto accanimento nella battaglia che si è accesa in questi ultimi tempi, schierato dalla parte sbagliata? Di recente, l'Ente del Parco ha vietato l'esecuzione di vari progetti vecchi e nuovi: l'edificazione di un albergo e di alcune villette, l'ampliamento di alberghi esistenti, lo scavo di 64, dico 64, posti auto interrati, e altro ancora. Lei, signor sindaco, doveva esultare per quei divieti: Portofino non ha proprio bisogno di nuova abitabilità, tutt'altro; e deve aborrire il cemento. Doveva ringraziare l'Ente, e assecondarlo. Invece è saltato su come una vipera, accusando l'Ente di abuso di potere, minacciando di fare fuoco e fiamme, preannunciando ricorsi. Mi chiedo, anzi le chiedo: come si spiega una reazione così furibonda? Perché le sembrano, queste costruzioni, così importanti? Perché tanto furore, nel senso sbagliato?

Queste sono, l'ho già detto, giornate importanti. Si rinnova il consiglio dell'Ente del Parco, di quell'Ente al quale si deve, attraverso gli anni, il miracolo della conservazione di Portofino; e che lei, purtroppo, ha costantemente combattuto, alla testa di alcuni sindaci locali, cercando di impedirne il funzionamento. Si erano avute alcune avvisaglie a metà agosto, quando dalle nomine regionali era stata esclusa Marilena Franco, rappresentante degli ambientalisti: "Uno schiaffo al FAI", aveva detto Giulia Maria Crespi, che del Fondo Ambiente Italiano è presidente. Nei prossimi giorni si deve eleggere il Presidente dell'Ente del Parco. All'inizio del 2001, dopo avere praticamente costretto alle dimissioni la signora Capocaccia, che non vi piaceva, avevate ottenuto la nomina di una persona che ritenevate, diciamo così, uno dei vostri: Piero Crovetto, agricoltore, che aveva la fiducia degli agricoltori locali. Crovetto non è un ambientalista, tanto meno è un fanatico; ma è persona di buon senso, e investito della presidenza, ha sentito la responsabilità della sua funzione, ha mostrato fermezza su alcuni principi fondamentali. Ed ecco che ora fate la guerra anche a lui, volete toglierlo di mezzo, e lei, caro sindaco, è di nuovo in prima fila, con l'accanimento al quale ormai ci ha abituati, per promuovere la candidatura di qualcuno che, come lei, ha sempre combattuto l'Ente. Che grande successo sarebbe per voi, nominare governatore della fortezza assediata colui che era uno dei principali assediati! Vedremo anche questo?

1. Qual è il rischio a cui è esposta Portofino, secondo l'autore dell'articolo?  
(con un massimo di 20 parole)

---

---

---

---

2. Perché la reazione del sindaco alle decisioni dell'Ente del Parco è ingiustificata, secondo l'autore?  
(con un massimo di 20 parole)

---

---

---

---

3. Come era giunto Crovetto, nel 2001, a ricoprire la carica di presidente dell'Ente del Parco?  
(con un massimo di 30 parole)

---

---

---

---

4. Perché, secondo l'autore, il sindaco non appoggerà la rielezione di Crovetto?  
(con un massimo di 20 parole)

---

---

---

---

A.3 Leggere i due testi indicati rispettivamente con  A e  B. Abbinare le informazioni di seguito elencate segnando  se l'informazione è relativa al testo  A, segnando  se l'informazione è relativa al testo  B.

A

B

**MONICA A., 37 anni**

Mentre parla dei suoi inizi, colpisce la nostalgia di quando era studentessa all'Accademia delle belle Arti, da cui era uscita con una specializzazione in pittura, e poteva dare libero sfogo alla sua creatività. La ceramica per lei era questo, la voglia di esprimersi anche attraverso mostre di oggetti che oggi definisce «pazzi». Ma che comunque, venduti, le hanno dato un capitale sufficiente per creare un'impresa sua, anche grazie a contributi pubblici. «Nel '90, quando ho iniziato, avevo 25 anni e non sapevo niente di agevolazioni. Anche oggi, comunque, mi sembra ci sia poca pubblicità in proposito».

**Quali sono stati i sacrifici più significativi del suo percorso?**

Prima di tutto fare una scelta: soffocare la creatività pura e semplice per investire in un progetto che davvero mi facesse vivere. Sono passata da “pezzi” fantasiosi a oggetti utili, quotidiani, vendibili. E poi ho dovuto “programmare” a tavolino la mia maternità. La mia è un'azienda individuale, vive solo ed esclusivamente del mio impegno. Prima di avere un figlio dovevo aver raggiunto un livello soddisfacente, una certa sicurezza come imprenditrice. La maternità per me ha significato trascurare per molti mesi l'attività. Per carità, niente mi rende più felice di mio figlio, ma questi sono i dati di fatto, le realtà di molte ragazze come me.

**Che cosa chiede alle istituzioni?**

Perché non studiare, anche per chi è autonomo, dei fondi di categoria che sostengano la maternità? Sarebbe davvero un discorso di pari opportunità con le altre donne.

**MIRTA M., 50 anni**

«A Faenza, la ceramica è sempre stata donna. Perché la Romagna è una terra di cooperative, di signore che non “aspettano”, pronte a dare tutto per un'idea, per un progetto di lavoro», spiega Mirta M., ceramista “storica” con l'omonima “Bottega d'arte ceramica” nel cuore della città e un sito per far conoscere i suoi poetici animaletti (soprattutto ranocchie) in tutto il mondo. «Il nostro è un mestiere antico, fatto di segreti tramandati, di tradizioni, di istinto e sacrificio. Lavorare con le mani è un privilegio. Non è un caso che nella mia bottega sia passata anche gente che faceva altri lavori, che magari era laureata, ma ha scelto di cambiare vita».

**Che cosa rende difficile fare un'impresa in questo settore?**

I parametri fiscali che per noi artigiani stabiliscono rigidamente incassi e uscite. Senza tenere conto delle donne che spesso lavorano sole e la cui attività è a rischio: una maternità, un figlio o un parente da accudire, difficoltà extralavorative spesso si traducono in una “chiusura”, in una rinuncia. Pochi riescono a concretizzare il sogno di una bottega dove circolano idee, esperienze. Con me oggi lavorano tre persone, mi fa piacere vederle crescere, rendersi sempre più autonome.

**Bottega. Non è una parola affascinante, ma antica, forse anche un po' anacronistica nel mondo contemporaneo?**

Al contrario: è una “cellula” attivissima anche in vista del futuro globale. Forse le istituzioni dovrebbero concentrarsi su questo per integrare la scuola col mondo del lavoro. Con gli strumenti giusti, la bottega è il passato che diventa futuro.

(A. Santini, “Gioia”, 27 dicembre 2002)



1. Nella sua zona l'imprenditoria femminile è una realtà consolidata  A  B
2. Pubblicizza i suoi prodotti su Internet  A  B
3. Ricorda con rimpianto il tempo in cui poteva esprimere la sua inventiva  A  B
4. Ha realizzato la sua attività autonoma grazie al lavoro precedente  A  B
5. I criteri di tassazione sono poco flessibili  A  B
6. Per chi ha un'attività autonoma i problemi familiari risultano più gravi  A  B
7. Molti ignorano l'esistenza di facilitazioni economiche  A  B
8. I suoi prodotti hanno subito una evoluzione  A  B
9. Propone un sussidio per le madri imprenditrici  A  B
10. La sua attività tradizionale è proiettata verso l'avvenire  A  B

**PARTE B****PROVA DI PRODUZIONE DI TESTI SCRITTI****B.1 Riassuma il seguente testo, tenendo conto delle indicazioni fornite.**

*(Da un minimo di 150 ad un massimo di 200 parole)*

**ACQUA: FONTANELLE ROMANE SOTTO ACCUSA**

Impossibile non riconoscerli e non sentirli come familiari e caratteristici della città. Sono i cosiddetti “nasoni”, le tipiche fontanelle cilindriche di ghisa con il tubo arcuato d’uscita per l’acqua simile ad un lungo naso, comparse per la prima volta nel 1872 e, ormai, oggetto comune di arredo della città.

E proprio i nasoni, in tutta Roma se ne contano circa 2500, sono al centro di una accesa polemica. Simbolo dei rioni della Capitale, sorelle minori delle grandi fontane di Roma, sono considerate da numerosi cittadini come un assurdo spreco di acqua potabile visto che il getto che ne esce è continuo e costante. In molti pensano infatti che quest’acqua potrebbe essere utilizzata in altro modo e si domandano, nelle lettere inviate al nostro giornale, se non sia opportuno dotare le fontanelle di rubinetti, grazie al classico bottone a pressione.

La discussione si riduce a una domanda: trasformare i “nasoni” in “nasoni con bottone” oppure no? La risposta viene dall’Acea con una premessa. Molti anni fa per ridurre parzialmente il consumo si decise di installare su alcuni “nasoni” (circa 800) delle manopole, ma ben presto si ripristinò il flusso continuo dell’acqua. Innanzi tutto perché atti di vandalismo le rendevano di fatto inutilizzabili e poi anche perché non c’era un recupero significativo di acqua. «Dai circa 2500 “nasoni” della città - spiegano dalla azienda - esce complessivamente una quantità d’acqua pari a meno dello 0,8% di quella erogata complessivamente nell’intero territorio comunale. Non si può quindi parlare di spreco idrico».

Ma non finisce qui: secondo l’Acea ci sono anche notevoli vantaggi e il flusso continuo di acqua è stato in un certo senso studiato. Innanzi tutto benefici dal punto di vista igienico: si evita la stagnazione dell’acqua nelle condotte durante la notte, quando la richiesta delle case si riduce, si consente di mantenere una costante fluidità nelle fogne, si impedisce soprattutto d’estate il formarsi di cattivi odori. «Ma - continua l’Acea - ci sarebbero anche vantaggi più pratici: l’acqua è più facilmente accessibile ai bambini, a chi ha difficoltà a usare le mani per manovrare i rubinetti e perfino ai numerosi animali (cani, gatti, uccelli) che popolano la città». Non la pensano proprio allo stesso modo alcuni cittadini che denunciano come molti cani abbiano ormai imparato a dissetarsi direttamente dalla cannella, come molte persone le sfruttino per lavare auto o altro: ritengono di fatto uno spreco l’acqua che scivola nelle fogne e che si disperde per strada.

Dall’altra parte l’Acea continua a enumerare gli elementi positivi: «L’acqua delle fontanelle che si trovano vicino a piccole aree verdi, per cui non è conveniente la realizzazione di un impianto di irrigazione, può essere riutilizzata anche per l’innaffiamento». Sui nasoni insomma la questione rimane aperta: amore e odio insieme. Basta pensare che un’associazione del Quadraro non più tardi dello scorso marzo ha chiesto con forza e ottenuto di rimettere al proprio posto una fontanella scomparsa misteriosamente dopo i lavori di rifacimento dei marciapiedi.



**B.2 Svolgere UNO dei seguenti compiti**

- 1** Nello schema qui sotto viene presentata, seguendo un itinerario inconsueto e originale, una zona italiana di particolare interesse turistico.

**A PIEDI, ITINERARI PER I CINQUE SENSI****LA VISTA**

Dalla Malga Romeno si cammina per un'ora e mezza fino alla Cima Roen. Il panorama è mozzafiato: Dolomiti, dal Brenta all'Alto Adige, a 360°. Ritorno in due ore e mezza. Per escursionisti allenati.

**IL GUSTO**

Dalla Malga Bordolona di Sopra si scende nella conca dove si trovano i tre laghi di Trenta. Al ritorno, sosta in malga con degustazione di formaggi. Si cammina due ore.

**L'UDITO**

Musiche d'acqua lungo il facile Viale dei Sogni, che parte da Coredò. Si segue l'acquedotto e si prosegue per i laghi di Tavon e Coredò.

**IL TATTO**

Dal Centro visite del Parco Adamello passeggiata in piano intorno al lago di Tovel per individuare e riconoscere le specie di piante e funghi che crescono sulle rive. Il percorso dura tre ore.

**L'OLFATTO**

Da Vasio si risale il canyon di Fondo e lo si attraversa su una passerella sospesa. La meta è l'orto botanico di Bersaglio per un'immersione nei profumi delle erbe di montagna. L'itinerario dura l'intera mattinata. Riservato a chi non soffre di vertigini.

(“Viaggi e sapori”, maggio 2002)

Scriva un breve articolo in cui presenta una città o una zona del Suo Paese invitando il turista a muoversi secondo itinerari che appaghino i cinque sensi.

(Da un minimo di 220 ad un massimo di 250 parole)

- 2** «All'inizio c'erano solo gli adulti e i bambini e non c'erano vie di mezzo. Poi arrivarono gli anni '60 e vennero alla ribalta i teenagers, i ragazzi che avevano dai 13 ai 19 anni. Rappresentavano nuove idee, un nuovo modo di vivere e soprattutto un nuovo mercato su cui si gettarono le aziende di mezzo mondo. Ma ora cresce a velocità vorticoso un nuovo fenomeno sociale: emerge con incredibile energia un pubblico composto da preadolescenti, d'età compresa tra gli 8 e i 12 anni».

(“Il Messaggero”, 14 agosto 2000)

Commenti questo fenomeno analizzando gli stimoli che portano i ragazzi a crescere più in fretta. Sottolinei inoltre come il mercato (editoria, tv, abbigliamento, prodotti tecnologici, ecc.) si rivolga a classi d'età sempre più ristrette, selezionando i clienti in modo più preciso.

(Da un minimo di 220 ad un massimo di 250 parole)





**PARTE C****PROVA DI COMPETENZA LINGUISTICA**

**C.1** *Completare il testo. Inserire la parola mancante negli spazi numerati. Usare una sola parola.*

*Parla il direttore del laboratorio di biometeorologia del Cnr  
"L'Italia sembra diventata l'Africa..."*

La temperatura media del pianeta è salita di 0,6 gradi negli ultimi cento anni e l'habitat di piante ed animali ..... (1) ha già risentito. Cosa succederà allora da qui al 2100, ..... (2) che l'aumento previsto è di 6 gradi pieni? Il direttore del laboratorio di biometeorologia del Cnr risponde preoccupato: «E' difficile prevedere con l'anticipo di un secolo, sappiamo però ..... (3) certezza che un grande cambiamento è in ..... (4), e i suoi effetti sono già sotto ai nostri ..... (5). La prima risposta del pianeta alla temperatura che cambia è l'allargamento delle fasce tropicali, quelle in ..... (6) la Terra riceve dal sole più calore di ..... (7) ne riesca a disperdere.»

*Le previsioni potrebbero essere sbagliate, ma oggi la situazione qual è?*

«Non c'è bisogno di guardare troppo in là nel ..... (8): gli effetti del riscaldamento si..... (9) sentire nel clima che cambia, la primavera che si presenta in anticipo, gli alberi che fioriscono troppo ..... (10) e rimangono vittime delle gelate, gli uccelli che rinunciano alle migrazioni. Sono fenomeni che nel nostro laboratorio di Firenze osserviamo già ..... (11) almeno un decennio.»

**Quali sono gli effetti del cambiamento climatico in Italia?**

«Gli uccelli migratori sono ..... (12) molto tardi per svernare nel Nordafrica. Alcuni si sono fermati nel sud Italia. Altri hanno rinunciato del tutto alla migrazione. Le zanzare, insieme ad altri insetti stagionali, sono ..... (13) a sopravvivere fino a dicembre. Negli ultimi cento anni non avevamo mai visto ..... (14) del genere.»

(da Elena Dusi, "La Repubblica", 3 gennaio 2003)

**C.2** *Leggere l'articolo sottoriportato. Completare il testo. Inserire negli spazi numerati la parte di testo mancante scegliendola tra quelle di seguito elencate. Trascrivere in ogni spazio la lettera corrispondente alla parte scelta. Una sola è la scelta possibile.*

*Allarme lanciato dagli esperti nel vertice di Atene*  
**TROPPI ADULTI IN SOVRAPPESO**

Per la prima volta l'Oms, l'Organizzazione mondiale della sanità, punta il dito ..... (1), ma anche sull'offerta del mercato. Non basta scegliere una dieta sana, povera di grassi e ricca di frutta e verdura, bisogna anche migliorare la qualità dei cibi disponibili e ..... (2), investendo risorse in questa direzione.

Indubbiamente l'obesità è in questo momento ..... (3) per la salute nei Paesi industrializzati. Se l'America è ormai in una situazione di emergenza – il problema coinvolge quasi i due terzi della popolazione – l'Europa sta entrando in ..... (4) con percentuali di obesi adulti che sfiorano il 20-30% e una pericolosa tendenza al rialzo fra i bambini. L'Oms, ..... (5), ha riunito ad Atene per tre giorni nutrizionisti di 50 Paesi europei per pianificare ..... (6) che riguardano l'offerta del cibo.

Un richiamo che, tradotto in pratica, ..... (7), sulla quale si giocano interessi enormi.

«D'altro canto non si può più scaricare il problema di una corretta alimentazione ..... (8) – ha precisato Aileen Robertson, responsabile per la nutrizione ..... (9) –. Per un intervento che produca frutti tangibili è necessario migliorare l'agricoltura, la lavorazione dei cibi, il loro commercio e trasporto e, ..... (10), modificare le strategie di marketing sul consumatore.»



- a** una delle minacce più insidiose
- b** un nuovo corso nelle scelte politiche
- c** dell'ufficio europeo dell'Organizzazione mondiale della sanità
- d** va a toccare una catena di produzione estremamente complessa
- e** un'inversione di tendenza nel nostro Paese
- f** non solo sulla buona volontà individuale
- g** non ultimo
- h** solo sugli operatori sanitari e sulle linee guida per una dieta equilibrata
- i** presuppone uno schema centrale
- l** un'area a rischio
- m** raccogliendo l'allarme
- n** garantirne la genuinità

**C.3** *Il testo che segue contiene degli errori di battitura. Nella maggior parte delle righe numerate del testo ci sono degli errori. Individuare gli errori e sottolinearli nel testo. Trascrivere la forma corretta nelle righe numerate sotto il testo. Ogni riga può contenere più di un errore. Indicare con 0 la riga che non contiene errori.*

<b>0</b>	Sono state esposte 60 tele, dipinte tra fine '500 e metà '600 <u>dei</u> Gentileschi, padre e figlia
<b>1</b>	celebri giù in vita. Con una prima differenza tra Orazio, il maestro, e Artemisia,
<b>2</b>	l'allieva: lui fine ad oggi non era molto conosciuto, quindi la mostra permette di
<b>3</b>	scoprirelò, mentre i quadri di Artemisia si conoscevano melio, e forse per questo si
<b>4</b>	pensava che fosse più brava di lui. Qual'è la verità? Il primo posto come pittore aspetta
<b>5</b>	a lui, allievo e amico di Caravaggio, ma capace di precorrere una strada originale; come
<b>6</b>	personalità vince lei. Forte, determinata, irriducibile e bravissima. Mentre il padre,
<b>7</b>	contesso dalle corti europe, crea capolavori sempre più raffinati, Artemisia costruisce
<b>8</b>	una carriera di successo all'insegna di scene drammatiche e di colori violenti.

<b>Esempio</b>	<b>0</b>	<i>...dai.....</i> .....
<b>1</b>		.....
<b>2</b>		.....
<b>3</b>		.....
<b>4</b>		.....
<b>5</b>		.....
<b>6</b>		.....
<b>7</b>		.....
<b>8</b>		.....





**PARTE D**

**PROVA DI COMPrensIONE DI TESTI ORALI**

*D.1 Ascoltare il testo che tratta di alimenti. In base alle indicazioni contenute nel testo completare le informazioni con le parole mancanti (massimo tre). Ascolterete il testo due volte.*

1. Con una rete di elettrodi hanno .....  
..... del corpo umano.
2. L'acquisto di un prodotto non è solo .....  
.....
3. I colori assumono un'importanza fondamentale nella .....  
.....
4. E' una specie di suggerimento emotivo, capace di attivare ricordi o evocare .....  
.....
5. Suggestisce l'idea di energia e, nel caso di cibi, richiama .....  
.....
6. Senza il rosso fosforescente, che evocava tradimento e passione, .....  
.....
7. Se ne servono anche le grandi catene di supermercati per .....  
.....
8. Realizzano ripiani semi-nascosti, con luci .....  
..... sulle merci e musica di sottofondo.

**D.2** *Ascoltare il testo che tratta di musica. Indicare con  $\times$  nei  se le informazioni sono presenti o no nel testo.  
Ascolterete il testo due volte.*

	<b>Si</b>	<b>No</b>
<b>1.</b> Reazioni piacevoli all'ascolto della musica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>2.</b> Sensazioni fisiche indotte da un pezzo musicale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>3.</b> Esperimenti condotti anche su cavie animali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>4.</b> Influenza positiva sull'umore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>5.</b> Evoluzione storica del significato della musica	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>6.</b> Aspetti ancora non del tutto chiari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>7.</b> Risvolti positivi anche sullo studio di alcune patologie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>8.</b> Musicoterapia per persone con danni cerebrali	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>9.</b> Diverso "impatto" delle note sul cervello rispetto ad altri suoni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>10.</b> Differente attitudine a riconoscere un brano musicale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>11.</b> Utilità dell'educazione musicale nelle scuole elementari	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**D.3** *Ascoltare il testo. Quattro persone parlano del loro rapporto con la salute. Trasferire nella tabella solo le informazioni richieste nell'ordine in cui compaiono nel testo (massimo cinque parole). Ascolterete il testo una sola volta.*

	<b>ATTEGGIAMENTO PSICOLOGICO</b>	<b>FARMACI</b>	<b>PER MANTENERSI IN FORMA...</b>
<b>CLAUDIO</b>		solo quelli strettamente necessari	
<b>GIUSEPPINA</b>			
<b>GIOVANNI</b>			
<b>ANNA</b>			

**M = VOCE MASCHILE**

**F = VOCE FEMMINILE**

**M** **Università per Stranieri di Perugia**  
**Esame per il conseguimento del CELI4 – Certificato di conoscenza della lingua italiana –**  
**Livello 4**  
**Sessione di giugno 2003**  
**Prova di comprensione di testi orali**

**Inizio della prova**

**F** **D.1) *Ascolterete ora un testo che tratta di alimenti. Ascoltate attentamente e svolgete l'attività indicata nel foglio.***

**M** Gli alimenti che ci piacciono danno il batticuore. E ci seducono soprattutto con il colore. Lo hanno dimostrato i ricercatori dell'Istituto di alimentazione del Consiglio nazionale delle ricerche di Avellino che, con una rete di elettrodi, hanno misurato le reazioni del corpo umano di fronte ai banchi del supermercato. Scoprendo che se un cibo ci attrae il ritmo cardiaco accelera e i muscoli della bocca si muovono in maniera impercettibile.

«Quando entriamo in un supermercato siamo investiti da un'ondata di sollecitazioni sensoriali che, a nostra insaputa, ci guidano tra gli scaffali», dice Maria Paola Graziani del Cnr. «Perché l'acquisto di un prodotto non è solo un'azione razionale». A condizionarci non sono solo i consigli per gli acquisti, ma anche gli odori, la musica, le forme e soprattutto i colori. «Gli uomini non si limitano a mangiare il cibo, ma lo pensano», spiega Graziani. «E i colori assumono un'importanza fondamentale nella comunicazione non verbale: ci dicono, stimolando la nostra emotività, che valore ha una cosa, senza bisogno di parole». L'esperimento del Cnr di Avellino ha confermato che ogni colore è una specie di suggerimento emotivo, capace di attivare ricordi o evocare immagini simboliche. Il bianco, per esempio, è associato a valori positivi, come l'igiene e la freschezza, e viene per questo usato nei prodotti per bambini o anziani. Mentre il rosso suggerisce l'idea di energia e, nel caso di cibi, richiama calore e vitalità. La scelta cromatica può addirittura condizionare il successo di un prodotto. Non a caso molti supermercati impiegano luci di scena sui banchi, per esaltare il rosso della carne o raffreddare il bianco dei formaggi. «Un errore clamoroso», dice il presidente dell'Associazione italiana di tecnologia alimentare, «fu quello di commercializzare aperitivi bianchi o trasparenti. Senza il rosso fosforescente, che evocava tradimento e passione, le vendite precipitarono». Messaggi inconsci di cui si occupa la scienza dei consumi, una vera e propria disciplina emergente, a cavallo tra la statistica e la psicologia. Vi ricorrono, investendo alcuni milioni di euro all'anno, le aziende del settore agro-alimentare prima di "lanciare" un nuovo prodotto. Ma se ne servono anche le grandi catene di supermercati per organizzare gli scaffali.

I geni del marketing spiano i comportamenti dei consumatori per capire cosa comprano, quanto ne comprano e perché. E ogni mezzo è lecito: dalle raccolte dei punti alle telecamere a circuito chiuso nei supermercati. Poi mettono in pratica le loro strategie. Per esempio realizzando ripiani semi-nascosti, con luci posizionate ad arte sulle merci e musica di sottofondo.

(C. Mismetti Capua, "Venerdì di Repubblica", 31 maggio 2002)



**M** **D.2) Ascolterete ora un testo che tratta di musica. Ascoltate attentamente e svolgete l'attività indicata nel foglio.**

**F** La musica? Una vera droga. No, non è il commento di un melomane entusiasta o di un fan di Madonna. E' il risultato di uno studio sugli effetti che le note musicali hanno sul nostro cervello. Che di fronte ad una sinfonia reagisce attivando gli stessi centri del piacere che entrano in gioco durante attività che gli psicologi definiscono «gratificanti» come, appunto, assumere droga, ma anche mangiare. E' stato un neurologo canadese, Robert Zatorre, a scovare nel caos di emozioni scatenate dall'ascolto di un brano musicale qualcosa di ben definibile e identificabile, «qualcosa che altera il battito cardiaco e il tono muscolare». Dice il neurologo: «Abbiamo studiato i brividi e la pelle d'oca provocata da un brano particolarmente emozionante. A un gruppo di studenti scelti come cavie è stata fatta ascoltare "musica da brividi" ed è stata fotografata con una Pet (tomografia a emissione di positroni) la loro attività cerebrale, registrando anche altri parametri fisiologici come il ritmo respiratorio, la temperatura della pelle e la tensione muscolare. La cosa curiosa è che la musica, a differenza del cibo, è un'attività astratta, priva di uno specifico valore biologico». L'unica spiegazione avanzata finora ha poco di scientifico e molto di antropologico: se oggi la musica è intesa essenzialmente come intrattenimento, nelle società primitive era invece legata ad esigenze primarie, perché usata in tutti i rituali, da quelli di iniziazione a quelli per la caccia.

Il neurologo canadese ha parlato a Venezia, in un convegno, del rapporto tra musica e neuroscienze. Rapporto quanto mai controverso. Perché se da un lato arrivano i primi sorprendenti risultati, dall'altro sono ancora molti gli aspetti da chiarire. «Abbiamo più domande che risposte», dice Giuliano Avanzini, uno degli organizzatori del convegno. «Ma sono convinto che le rappresentazioni cerebrali delle funzioni musicali ci aiuteranno a fare diagnosi sempre più precise, individuando alterazioni anche minime della corteccia cerebrale. Per esempio, gli studi su un fenomeno poco comune come le epilessie scatenate da un brano musicale potranno aiutare a capire i meccanismi che scatenano una crisi epilettica».

Una volta si sosteneva che il linguaggio attivasse l'emisfero cerebrale sinistro e la musica quello destro. «Oggi sappiamo che le cose sono più complesse, soprattutto per quanto riguarda i musicisti», dice Avanzini, «e che i diversi elementi che compongono la musica (tono, ritmo, armonia, melodia) si distribuiscono su entrambi gli emisferi cerebrali». Mantenendo però una loro specificità: in altre parole, il nostro cervello «riconosce» la musica e la tratta in modo diverso da altri stimoli uditivi, come voci o rumori.

La musica comunque si conferma un'esperienza universale e accessibile a tutti. Vari studi dimostrano che musicisti professionisti e semplici ascoltatori utilizzano per analizzare un brano musicale gli stessi strumenti cognitivi. Sembra anzi che tutti i bambini al di sotto dei sei anni siano naturalmente dotati, per quanto in forma elementare, dell'orecchio assoluto, ossia di quell'abilità innata che permette ai musicisti più abili di riconoscere una nota isolata. Abilità che la maggior parte delle persone perde crescendo.

**M** **D.3) Ascolterete alcune persone che parlano del loro rapporto con la salute. Durante l'ascolto svolgete l'attività indicata nel foglio.**

**F** La salute è sempre un tema di attualità ed è anche l'argomento dell'inchiesta di oggi. Abbiamo infatti intervistato alcune persone che ci hanno parlato di cure, prevenzione, alimentazione e soprattutto ci spiegano il loro atteggiamento psicologico verso la salute. Cominciamo con Claudio...

**M** Il mio atteggiamento verso salute o malattie? Abbastanza tranquillo, direi. Infatti godo di buona salute, il che è una fortuna perché sono molto impegnato con il lavoro e non posso permettermi di perdere tempo con medici o file. Per quanto riguarda i farmaci, comunque, anche se c'è qualcosa che non va, cerco di prendere solo quelli strettamente necessari. Anche per quanto riguarda l'alimentazione non sono molto attento: se capita mangio anche uno yogurt scaduto... Alla forma però ci tengo e per mantenerla vado in palestra, perché poi mi sento meglio, anche psicologicamente.

**F** Salve, io mi chiamo Giuseppina. Dunque, il mio rapporto con la salute... io fondamentalmente sono un'allarmista e al primo sintomo «non convenzionale» il mio pensiero corre subito alle peggiori malattie. E poi non mi basta il parere di un solo medico: ce ne vogliono almeno due! Il mio consumo di farmaci quindi è notevole e quando devo fare un viaggio una valigia è praticamente riservata ai medicinali più vari e naturalmente più vado lontano, più aumenta la quantità. Anche sul fronte dell'alimentazione sono a dir poco «ossessiva»: mangio cibi biologici e controllo etichette e scadenze, anche se poi non so resistere alla cioccolata... Per mantenermi in forma quindi cerco di fare un po' di moto, almeno quando trovo il tempo.

**M** Io sono Giovanni. Il mio atteggiamento è quello di sdrammatizzare i problemi, sia miei che dei miei familiari; non ho paura delle malattie o del dolore, e solo un febbre da cavallo può tenermi a casa! Si può dire che non prendo quasi mai medicine. Comunque, non fumo, non bevo alcolici e cerco di mangiare in modo corretto, perché penso che per mantenersi in forma conti lo stile di vita.

**F** Salve, io sono Anna. Sono piuttosto attenta alla mia salute e cerco di assecondare quello che mi «dice» il mio corpo: per esempio, se non mi sento bene, preferisco magari andare a letto per essere in forma il giorno dopo. Comunque, fra le poche medicine che prendo, ci sono delle compresse vitaminiche che favoriscono l'attenzione e la concentrazione. Una cosa che mi piace curare è l'alimentazione, e amo cucinare anche se sono da sola, perché mi rilassa e mi mette di buon umore. E comunque credo che, per mantenersi in forma e in salute, sia necessaria la prevenzione: controllarsi periodicamente e non sottovalutare i problemi.

(“Gioia”, 28 gennaio 2003)

**M**

**FINE DELLA PROVA**

**CELI4**  
**Sessione giugno 2003**

**A.1**

<b>1 : D</b>	<b>2 : B</b>	<b>3 : A</b>	<b>4 : A</b>
<b>5 : C</b>	<b>6 : D</b>	<b>7 : A</b>	<b>8 : C</b>
<b>9 : A</b>	<b>10 : C</b>		

**A.3.**

<b>1 : B</b>	<b>2 : B</b>	<b>3 : A</b>	<b>4 : A</b>
<b>5 : B</b>	<b>6 : B</b>	<b>7 : A</b>	<b>8 : A</b>
<b>9 : A</b>	<b>10 : B</b>		

**C.1**

<b>1 : ne</b>	<b>2 : visto/dato/considerato</b>		
<b>3 : con</b>	<b>4 : atto/corso</b>		
<b>5 : occhi</b>	<b>6 : cui</b>		
<b>7 : quanto</b>	<b>8 : futuro/tempo</b>	<b>9 :</b>	
<b>possono/fanno</b>	<b>10 : presto</b>		
<b>11 : da</b>	<b>12 : partiti</b>		
<b>13 : riuscite</b>	<b>14 : nulla/niente/qualcosa/cose/effetti/fenomeni</b>		

**C.2**

<b>1 : f</b>	<b>2 : n</b>	<b>3 : a</b>	<b>4 : l</b>	<b>5 : m</b>	<b>6 : b</b>
<b>7 : d</b>	<b>8 : h</b>	<b>9 : c</b>	<b>10 : g</b>		

## C.3

Esempio	0	...dai.....	
1	.....già .....	.....differenza.....	.....
2	.....fino.....	.....conosciuto.....	.....
3	.....scoprirlo .....	.....meglio .....	.....
4	.....qual.....	.....spetta.....	.....
5	.....percorrere.....	.....	.....
6	.....	.....ö.....	.....
7	.....conteso.....	.....europee.....	.....raffinati.....
8	.....successo.....	.....	.....

## D.1

1 : misurato le reazioni

3 : comunicazione non verbale

5 : calore e vitalità

7 : organizzare gli scaffali

2 : un'azione razionale

4 : immagini simboliche

6 : le vendite precipitarono

8 : posizionate ad arte

## D.2

Si : 1 2 5 6 7 9

No : 3 4 8 10 11

## D.3

	<b>ATTEGGIAMENTO PSICOLOGICO</b>	<b>FARMACI</b>	<b>PER MANTENERSI IN FORMA...</b>
<b>CLAUDIO</b>	abbastanza tranquillo		va in palestra
<b>GIUSEPPINA</b>	allarmista	consumo notevole	cerca di fare moto
<b>GIOVANNI</b>	sDRAMMATIZZA (non ha paura)	quasi mai	conta lo stile di vita
<b>ANNA</b>	piuttosto attenta	pochi – compresse vitaminiche	è necessaria la prevenzione