

LIVELLI C1 & C2 (secondo la scala del Consiglio d'Europa)
FASE 1 (comprensione scritta e consapevolezza linguistica)

SESSIONE
2024 A

PRIMA PARTE (a): Faccio una scelta

PROVA 1

Abbinare ad ogni titolo la notizia corrispondente. Attenzione! C'è una notizia in più!

TITOLI	SOTTOTITOLI
1a. Come cambiano le cose	A. Nel 2017, nel mondo, sono state fatte oltre 5 milioni di raccolte fondi online. In Italia, secondo Starteed, l'anno scorso il crowdfunding ha permesso di raccogliere oltre 112 milioni di euro. Come funziona? Ci sono siti internet dedicati – il più grande è Kickstarter, creato negli USA nel 2009 – che permettono di presentare il proprio progetto in vetrine virtuali e gestiscono le transazioni dei donatori, trattenendo piccole percentuali.
2a. Etica professionale	B. Uno studio americano dimostra come i giovani uomini offrono alla prima cena in coppia circa il 90% delle volte, mentre le donne pagano solo nel 2% dei casi (si divide nell'8% delle occasioni). E anche chi è più progressista si attiene alla tradizione.
3a. Un aiuto importante	C. <i>Cuore Nero</i> , il nuovo romanzo di Silvia Avallone, (Rizzoli) racconta il male, ma anche la fragilità e la redenzione. Il dolore e il modo che ognuno ha di affrontarlo. L'amore e l'odio cieco, la purezza di un paese di montagna e il microcosmo di un carcere minorile. La protagonista si chiama Emilia, fisico minuto, capelli rossi. Un passato da nascondere, che irrompe all'improvviso, come una folata di vento che spalanca tutte le finestre delle anime vicine a lei.
4a. Ideologie stabili	D. L'allarme dell'Associazione italiana editori: gli studenti preferiscono studiare su «risorse light» come gli appunti. E quelli che usano i libri di testo preferiscono il formato cartaceo a quello digitale.
5a. Un'analisi profonda	E. Condannato uno psichiatra ora in pensione. La donna gli aveva lasciato un legato di 50.000 euro, in segno di riconoscenza per le cure. Ma il Codice di comportamento dei dipendenti pubblici non consente di accettare denaro oltre i 150 euro.
6a. Come un tempo	F. Gianluca Grimalda è uno scienziato ribelle, nel senso sia di appartenenza al gruppo Scientist Rebellion, sia per le sue scelte che potrebbero apparire controcorrente ma fedeli alla sua decisione di uno stile di vita lento e a bassa impronta di carbonio. A <i>Green&Blue</i> aveva raccontato che pur di non volare - per il bene del Pianeta - è disposto a perdere il lavoro.
	G. In passato l'Italia era la meta prediletta per laurearsi e tornare in patria, poi è diventata un luogo ambito per chi aveva già completato gli studi. Ora il nostro Paese deve andare fuori dai confini (anche europei) per trovare chi possa curarci e compensare le migliaia di posizioni scoperte.

1a.	A. <input type="checkbox"/>	B. <input type="checkbox"/>	C. <input type="checkbox"/>	D. <input type="checkbox"/>	E. <input type="checkbox"/>	F. <input type="checkbox"/>	G. <input type="checkbox"/>
2a.	A. <input type="checkbox"/>	B. <input type="checkbox"/>	C. <input type="checkbox"/>	D. <input type="checkbox"/>	E. <input type="checkbox"/>	F. <input type="checkbox"/>	G. <input type="checkbox"/>
3a.	A. <input type="checkbox"/>	B. <input type="checkbox"/>	C. <input type="checkbox"/>	D. <input type="checkbox"/>	E. <input type="checkbox"/>	F. <input type="checkbox"/>	G. <input type="checkbox"/>
4a.	A. <input type="checkbox"/>	B. <input type="checkbox"/>	C. <input type="checkbox"/>	D. <input type="checkbox"/>	E. <input type="checkbox"/>	F. <input type="checkbox"/>	G. <input type="checkbox"/>
5a.	A. <input type="checkbox"/>	B. <input type="checkbox"/>	C. <input type="checkbox"/>	D. <input type="checkbox"/>	E. <input type="checkbox"/>	F. <input type="checkbox"/>	G. <input type="checkbox"/>
6a.	A. <input type="checkbox"/>	B. <input type="checkbox"/>	C. <input type="checkbox"/>	D. <input type="checkbox"/>	E. <input type="checkbox"/>	F. <input type="checkbox"/>	G. <input type="checkbox"/>

ATTENZIONE

- Per ognuna delle 70 domande dare UNA SOLA risposta sul modulo No 1.
- Tempo a disposizione: **120 minuti**.

PROVA 2

Completate il testo scegliendo ogni volta una delle proposte date.

Riccardo Milani: «A scuola come in trincea racconto bambini e maestri della Provincia che resiste»

di Gianna Fregonara

In 'Un mondo a parte' il regista descrive la lotta per salvare l'istituto di un paesino con meno di 400 abitanti, nel Parco Nazionale d'Abruzzo



È cominciato con un crampo allo stomaco. Siamo a Opi, nel cuore del Parco Nazionale d'Abruzzo, 379 abitanti all'ultimo censimento. Ai primi di gennaio di due anni fa, entrando nella scuola chiusa e abbandonata per **-7a-** di bambini, il regista Riccardo Milani si era subito **-8a-**. Ma il crampo vero e proprio è arrivato dopo: «Con me c'era un ragazzo della Proloco, che mi aveva aperto l'edificio. Entriamo e giriamo in queste tre aule vuote: muri scrostati, banchi impolverati, computer accatastati. Lui guardava senza nessun dolore, **-9a-**. Come se pensasse: è così, le cose sono

cambiate e dovevamo farlo, chiudere la scuola e passare oltre. Ecco io invece non faccio **-10a-** con la rassegnazione». E infatti il film di Riccardo Milani *Un mondo a parte* (prodotto da Wildside in associazione con Medusa) in uscita il 28 marzo, racconta un altro **-11a-**. Una soluzione creativa, collettiva e possibile. La vicepresidente (Virginia Raffaele) e il supplente (Antonio Albanese) si ribellano all'**-12a-** di chiusura della loro scuola e organizzano una vera e propria **-13a-** di tutta la comunità per salvare l'istituto. Milani, che frequenta l'Abruzzo da quando era piccolo, l'ha voluto **-14a-** intitolare a Cesidio Gentile detto Jurico, poeta-pastore di Pescasseroli, coevo e concittadino di Benedetto Croce. Molti altri suoi compaesani sono tra gli attori e le comparse (anche tutti e cinque i bambini) che Milani ha scelto per il film, in cui si mescolano continuamente realtà e **-15a-**.

<https://www.corriere.it>

7a.	A. <input type="checkbox"/> privazione B. <input type="checkbox"/> mancanza C. <input type="checkbox"/> insufficienza	8a.	A. <input type="checkbox"/> disperato B. <input type="checkbox"/> incuriosito C. <input type="checkbox"/> meravigliato	9a.	A. <input type="checkbox"/> sorpreso B. <input type="checkbox"/> rassegnato C. <input type="checkbox"/> imbarazzato
10a.	A. <input type="checkbox"/> pace B. <input type="checkbox"/> accordi C. <input type="checkbox"/> compromessi	11a.	A. <input type="checkbox"/> finale B. <input type="checkbox"/> incontro C. <input type="checkbox"/> termine	12a.	A. <input type="checkbox"/> ordine B. <input type="checkbox"/> ordinanza C. <input type="checkbox"/> ordinazione
13a.	A. <input type="checkbox"/> forza B. <input type="checkbox"/> violenza C. <input type="checkbox"/> resistenza	14a.	A. <input type="checkbox"/> idealmente B. <input type="checkbox"/> simbolicamente C. <input type="checkbox"/> metaforicamente	15a.	A. <input type="checkbox"/> falsità B. <input type="checkbox"/> finzione C. <input type="checkbox"/> simulazione

PROVA 3

Leggete attentamente il testo.



Ci vuole un Erasmus di Cittadinanza per i nuovi giovani europei



Ci ho chiacchierato a Stoccolma, mi sono seduto accanto a loro durante le lezioni all'università di Riga, ai tavoli delle start up high-tech di Dublino, a fumare narghilè negli shisha bar di Varsavia, ad ascoltare musica dal vivo nei locali di Strasburgo. Li ho invitati a raccontarmi la propria storia e le proprie aspirazioni mentre servivano ai tavoli di un caffè di Praga o di un locale illegale di Siviglia. Ho bevuto, ballato, manifestato con loro.

-16a- , li ho ascoltati. Tanto. Ho avuto il privilegio, lavorando e scrivendo per la rivista **7**, nel corso di molti reportage, **-17a-** meglio una generazione: quella che ha fra i venti e i trentacinque anni. E la

racconto in un libro dal **titolo esplicito**: *Europa. La meglio gioventù* (esce il 16 maggio da Neri Pozza).

Voglio che sia chiaro: non si tratta di coloro che tutti chiamano “cervelli in fuga”. Questa per me è una categorizzazione francamente fastidiosa: come se in fondo oggi **-18a-** del fatto che una generazione **-19a-** l'Italia solo per quella parte con un quoziente di intelligenza superiore alla media. I giovani che ho incontrato sono sì, per la maggior parte, talenti, ma non nel senso in cui di questa parola si abusa oggi. Si tratta di ragazzi che cercano di dar valore alla parte migliore di **-20a-**, i talenti della parabola evangelica – e su questa costruire la propria vita.

Che **-21a-** nella città in cui vivono oppure in quella in cui hanno deciso di trasferirsi per **mettersi alla prova**. Sono in parecchi, oggi, a emigrare. Lasciano la patria – l'Italia ma anche la Lettonia, l'Irlanda, la Polonia... – sempre più spesso per non tornare. Mi hanno spiegato cosa lasciavano e cosa cercavano. Un'opportunità per lavorare, certo: il primo denominatore comune, però, è soprattutto la volontà di trovare il modo per esprimere sé stessi. Per questo l'ho chiamata Generazione Desiderius: con il primo nome latino di Erasmo da Rotterdam, l'intellettuale simbolo dell'umanesimo cristiano oggi acronimo del programma di mobilità studentesca dell'Unione Europea, e più in generale della connessione fra i giovani dei Paesi Ue.

<https://www.corriere.it/sette>

3.1

Completate il testo scegliendo tra le proposte seguenti.

16a.	A. <input type="checkbox"/> Infatti B. <input type="checkbox"/> Persino C. <input type="checkbox"/> Soprattutto	17a.	A. <input type="checkbox"/> pur conoscendo B. <input type="checkbox"/> se conoscessi C. <input type="checkbox"/> di conoscere	18a.	A. <input type="checkbox"/> siamo dispiaciuti B. <input type="checkbox"/> fossimo dispiaciuti C. <input type="checkbox"/> saremmo dispiaciuti
19a.	A. <input type="checkbox"/> lasciando B. <input type="checkbox"/> stia lasciando C. <input type="checkbox"/> stesse lasciando	20a.	A. <input type="checkbox"/> sé B. <input type="checkbox"/> loro C. <input type="checkbox"/> stessi	21a.	A. <input type="checkbox"/> è B. <input type="checkbox"/> sia C. <input type="checkbox"/> fosse

3.2.

Indicate la risposta giusta, in base a quanto si dice nel testo che avete letto.

22a. L'espressione del testo "*titolo esplicito*" significa che il titolo ha un significato...

- A. ☐ particolare.
- B. ☐ strano.
- C. ☐ chiaro.

23a. Nel testo l'espressione "*mettersi alla prova*" ha il significato di...

- A. ☐ capire le proprie potenzialità.
- B. ☐ cercare di trovare nuove strade.
- C. ☐ sperimentare nuovi modi di vita.

24a. L'autore dell'articolo afferma che...

- A. ☐ i "cervelli in fuga" sono i giovani pieni di talento.
- B. ☐ oggi non è facile trovare nei giovani dei veri talenti.
- C. ☐ avere talento non significa avere un'intelligenza superiore.

25a. L'autore dell'articolo descrive questa generazione...

- A. ☐ con un senso di preoccupazione.
- B. ☐ manifestando la sua ammirazione.
- C. ☐ esprimendo una certa amarezza.



PROVA 4

Leggete attentamente il testo e svolgete l'attività che segue

SETTE / CULTURA-SOCIETÀ

7

IN EVIDENZA

La mamma di Matteo Falcinelli, arrestato a Miami: «Mio figlio ha paura di tutto, gli hanno distrutto la vita»

Nicola Lagioia: «La lezione di mia nonna? Pasta fatta in casa e racconti»



di Luca Mastrantonio



Cosa ha significato per Lei Sua nonna?

«Era nata nel 1916, veniva da una famiglia di coltivatori diretti, che forse erano stati mezzadri qualche generazione prima. Abitava a Capurso, dove ho trascorso l'infanzia. Avere un passo in quel mondo, e un altro in una città moderna com'era Bari già dagli anni Settanta, quando io ero un bambino, ha significato per me vivere contemporaneamente in due secoli. Forse in più di due secoli, dal momento che la civiltà contadina conservava elementi

perfino precristiani, insieme ad altri invece cristianissimi. I racconti delle donne come mia nonna, sedute intorno a una grande tavolata a fare pasta fresca erano letteratura allo stato puro, nel senso che quelle donne erano abilissime narratrici, e allo stesso tempo era letteratura allo stato iniziale, dal momento che l'arte del racconto attraverso le parole nasce orale. Quei racconti erano ancorati ai secoli precedenti, eppure era sempre "la prima volta", raccontavano con una freschezza e una potenza sbalorditive».

Questa estate sono morte Sua nonna e la scrittrice Michela Murgia. Come ha vissuto queste due assenze?

«Sono due dolori diversi. Mia nonna ha avuto una vita lunghissima, perderla significa sentirsi mancare il terreno sotto i piedi ma è nell'ordine delle cose. Mi restano moltissimi ricordi, moltissime chiacchierate. Con Murgia è diverso. Benché Michela avesse parlato pubblicamente della sua malattia, mi sono reso conto che non ero pronto a gestire emotivamente la notizia della sua morte. Mi sembra incredibile non poterla più vedere».

Negli anni del Covid e della bulimia di social, come è cambiato il nostro rapporto con la morte?

«A parte i funerali, il mondo laico ha perduto i dispositivi rituali attraverso cui dare senso ai momenti importanti della vita, che poi sono sempre momenti di passaggio. Il rituale non può che essere collettivo, la parola "comunità" senza rituale ha poco senso. Nei rituali c'è sempre una dimensione se non religiosa trascendente. È quella che ci manca, senza di quella alla lunga siamo perduti».

Come immagina le persone care quando non sono più tra noi?

«I gesti d'amore di cui siamo stati capaci intaccano l'invisibile intorno a noi, creano un significato che sopravvive alla fisicità di chi quell'amore è stato capace di scambiarlo. Nulla va distrutto. Se l'umanità si estinguessse domani, resterebbe l'amore di cui è stata capace, in una particolare forma a cui Simone Weil e Emily Dickinson hanno fatto accenno».

<https://www.corriere.it/sette>

Indicate la risposta giusta, in base a quanto si dice nel testo che avete letto.

26a. Nicola Lagioia racconta...

- A. ☐ che la civiltà contadina ha in realtà radici antichissime.
- B. ☐ di avere molti ricordi della civiltà contadina degli anni Settanta.
- C. ☐ che le tradizioni contadine si tramandano attraverso le generazioni.

27a. Nell'intervista Nicola Lagioia racconta che...

- A. ☐ nel mondo contadino non conoscono la letteratura.
- B. ☐ la letteratura nasce dall'arte contadina del narrare.
- C. ☐ i piccoli gesti della vita contadina sono già una forma di letteratura.

28a. A proposito della scomparsa di queste due figure Lagioia risponde che...

- A. ☐ non si è mai pronti ad accettare la morte di persone care.
- B. ☐ non è riuscito ancora a superare la morte di Michela Murgia.
- C. ☐ deve ancora imparare a gestire la morte di queste due persone.

29a. Parlando degli anni del Covid Lagioia afferma che...

- A. ☐ ogni cultura ha i propri rituali religiosi.
- B. ☐ ogni rito ha bisogno di essere condiviso.
- C. ☐ i funerali sono uno dei momenti importanti della vita.

30a. Parlando della scomparsa delle persone care Lagioia dice che...

- A. ☐ la persona rimane sempre viva nei ricordi.
- B. ☐ la mancanza della fisicità ci aiuta a dimenticare più rapidamente.
- C. ☐ l'amore provato per la persona cara rimane in qualche modo intorno a noi.

31a. La frase del testo "*manicare il terreno sotto i piedi*" significa...

- A. ☐ avere difficoltà a camminare.
- B. ☐ sentirsi a disagio tra la gente.
- C. ☐ provare un senso di smarrimento.



PROVA 5

Leggete il testo e svolgete le attività che seguono.



CORRIERE DELLA SERA

La voce di **Canepa**
- como

Moda e creatività: guardare al passato per fare innovazione

*Gli archivi storici delle aziende tessili raccontano un'eccellenza manifatturiera italiana. E offrono agli stilisti contemporanei preziosi **-32a-** per le nuove collezioni in continuità con la tradizione.*



La vera **-33a-** non può mai prescindere da un solido legame con il passato: nell'arte come nella tecnologia, nella letteratura come nella musica. E anche la moda non sfugge a questo **-34a-**. In un settore così dinamico e sempre in evoluzione, dove la creatività è **il motore trainante** delle nuove tendenze, partire dall'eredità della memoria si rivela una soluzione vincente per progettare il futuro. La moda, infatti, non è solo un fenomeno estetico **-35a-** legato al "qui e ora", ma un continuum che si alimenta e trae ispirazione dalla sua stessa storia. Il valore dell'eredità: gli archivi storici. Gli stilisti più innovativi sono quelli che sanno cogliere l'essenza delle epoche precedenti, reinterpreandola per il pubblico contemporaneo.

Afferrare il **-36a-** storico di stili, tessuti e dettagli è la base della **-37a-** di nuovi approcci. Per questo gli archivi dei marchi aziendali acquistano il valore di preziose **-38a-**: sono un patrimonio culturale che diventa laboratorio di creatività. La loro esplorazione è come un viaggio circolare alla **-39a-** del bello che parte e ritorna sempre allo stesso punto, riflesso di un'identità che arricchisce di consapevolezza e **-40a-** i progetti di chi riesce a comprenderla e condividerla.

<https://www.corriere.it>

5.1. Completate il testo scegliendo una delle proposte seguenti.

32a.	A. <input type="checkbox"/> spunti B. <input type="checkbox"/> motivi C. <input type="checkbox"/> incentivi	33a.	A. <input type="checkbox"/> notizia B. <input type="checkbox"/> novità C. <input type="checkbox"/> innovazione	34a.	A. <input type="checkbox"/> inizio B. <input type="checkbox"/> principio C. <input type="checkbox"/> fondamento
35a.	A. <input type="checkbox"/> provvisorio B. <input type="checkbox"/> permanente C. <input type="checkbox"/> temporaneo	36a.	A. <input type="checkbox"/> senso B. <input type="checkbox"/> concetto C. <input type="checkbox"/> contesto	37a.	A. <input type="checkbox"/> prova B. <input type="checkbox"/> verifica C. <input type="checkbox"/> sperimentazione
38a.	A. <input type="checkbox"/> risorse B. <input type="checkbox"/> strategie C. <input type="checkbox"/> potenzialità	39a.	A. <input type="checkbox"/> caccia B. <input type="checkbox"/> ricerca C. <input type="checkbox"/> richiesta	40a.	A. <input type="checkbox"/> verità B. <input type="checkbox"/> veridicità C. <input type="checkbox"/> autenticità

5.2. Che cosa significa l'espressione sottolineata?

41a. Nel testo la frase la creatività è il motore trainante significa che è...

- A. ☐ uno stimolo
- B. ☐ una novità
- C. ☐ un modello

42a. Nel testo si dice che...

- A. ☐ la moda deve adeguarsi ai tempi.
- B. ☐ certi gusti del passato sono ormai superati.
- C. ☐ il legame col passato è importante anche nella moda.

43a. Gli archivi delle aziende sono considerati preziosi perché...

- A. ☐ contengono raccolte di abiti lussuosi.
- B. ☐ aiutano gli stilisti a creare nuovi modelli.
- C. ☐ gli abiti sono riutilizzati per varie occasioni speciali.

44a. L'autore del testo...

- A. ☐ vuole sottolineare l'importanza dei ricordi personali.
- B. ☐ afferma che la tecnologia ha rivoluzionato il nostro passato.
- C. ☐ crede che la memoria della nostra storia possa essere un'ispirazione in molti campi.



<https://annalisascaffidi.wordpress>

PROVA 6

Leggete l'articolo e svolgete l'attività che segue.



La solidarietà vende?

Siamo circondati da spot e réclame gentili, nei toni e nei messaggi. Per un marchio, abbracciare una causa (sociale, ambientale o etica) è sempre una strategia vincente?

di Chiara Severgnini



«La tua storia non deve piacere, deve illudere». Così recita una delle massime raccolte da Giulio Mozzi nel suo *Oracolo manuale per scrittrici e scrittori* (Marsilio). Sembra il comandamento della pubblicità, che da sempre si serve di immagini idealizzate – e quindi illusorie – per vendere. Le strategie che usa, però, dicono molto di noi: per certi versi, la pubblicità è **un termometro della società**. Ma che temperatura segna oggi che gli spot pullulano di bambini che si riappacificano, adulti altruisti, divi del cinema premurosi, prese di posizione etiche e buone azioni? Sempre più marchi **si fanno portavoce** (anche) di cause più o meno legate a ciò che vendono. E ci tengono a farlo sapere. Così le réclame ci invitano a comprare un prodotto, sì, ma anche a combattere il bullismo o a rispettare l'ambiente. Per venderci un biscotto, non ci mostrano più soltanto idilliache colazioni in famiglia o scanzonate merende tra amici, ma anche storie che a prima vista sembrano uscite dai resoconti di una ong, più che da una riunione con il marketing.

I pubblicitari sono diventati buoni samaritani? No: il loro obiettivo resta lo stesso di sempre: vendere. Ma la società si aspetta cose diverse dai brand e i copywriter hanno preso appunti. Il motivo è semplice: i consumatori americani ed europei (ovvero quelli più danarosi) fanno la spesa anche in base ai loro valori. Negli USA il 66% dei consumatori desidera che i brand prendano posizione su temi sociali e politici. In Italia, secondo i dati Nielsen, 7 persone su 10 sono propense ad acquistare un prodotto se l'azienda che lo commercializza supporta cause ambientali o promuove iniziative sociali. Lo ribadisce anche un recente report di Accenture: il 71% degli italiani vuole acquistare beni e servizi da aziende che riflettono i valori in cui crede. Risultato? Quello che negli Stati Uniti è stato ribattezzato *woke advertisement*: pubblicità "sveglia", nel senso di consapevole e impegnata. Attenzione, però: il dizionario dei modi di dire Urban Dictionary riporta che "woke" è usato anche con tono sarcastico per denigrare chi ostenta in modo ipocrita il proprio interesse per le cause sociali. Una doppia accezione che va al cuore del problema: qual è il confine tra impegno e strategia commerciale?

<https://www.corriere.it>

Scegliete la risposta giusta tra quelle proposte.

45a. L'autore dell'articolo fa riferimento al libro di Mozzi per affermare che...

- A. ☐ la pubblicità in fondo ci vende solo illusioni.
- B. ☐ i destinatari di questo libro sono i pubblicitari.
- C. ☐ anche la pubblicità vuole illudere come le storie.

46a. La frase del testo "la pubblicità è un termometro della società" significa che...

- A. ☐ ci fa capire cosa pensa la gente.
- B. ☐ influenza completamente le persone.
- C. ☐ per molti la pubblicità è come un vangelo.

47a. L'espressione del testo "si fanno portavoce" può essere sostituita da...

- A. ☐ rappresentano.
- B. ☐ denunciano.
- C. ☐ descrivono.

48a. Nel testo si dice che...

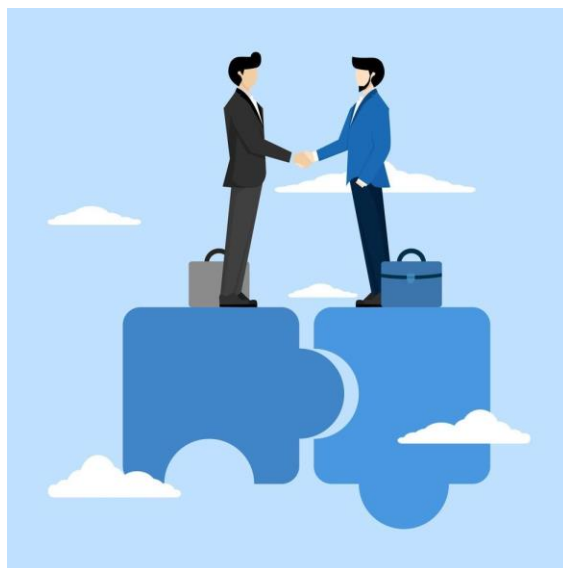
- A. ☐ i problemi sociali oggi si studiano anche nel marketing.
- B. ☐ i pubblicitari hanno difficoltà a capire cosa vuole la gente.
- C. ☐ le reclame sfruttano problematiche sociali per vendere i prodotti.

49a. Nel testo viene sottolineato che...

- A. ☐ i pubblicitari devono seguire i desideri del pubblico.
- B. ☐ i clienti europei hanno criteri diversi dagli americani.
- C. ☐ i compratori di oggi danno molto valore ai problemi sociali.

50a. Dal testo si evince che l'autore dell'articolo...

- A. ☐ manifesta ammirazione per le nuove pubblicità.
- B. ☐ ha dei dubbi sulle vere intenzioni delle pubblicità.
- C. ☐ si chiede se questa nuova strategia abbia buoni risultati.



SECONDA PARTE (b): Scrivo la mia risposta

PROVA 7

Completate il testo con una sola parola per ogni spazio.

CORRIERE DELLA SERA

BUONENOTIZIE

L'IMPRESA DEL BENE



CIVIL WEEK

CHI SIAMO

COMITATO SCIENTIFICO

DIALOGHI

RICICLO DI CLASSE

LAVORO DA MANUALE

Una Giornata internazionale senza sacchetti di plastica: ecco cosa possiamo fare



Le associazioni ecologiste calcolano che nel **-1b-** ogni anno si «consumino» ancora 5 trilioni di sacchetti di plastica, 160mila al secondo. Così comodi, sottili, leggeri, utili giusto per quel quarto d'**-2b-** che serve a trasportare la **-3b-**. E poi resistenti: non è un caso che, se dispersi nell'**-4b-**, impiegano da 10 a 30 anni per decomporsi e che sono tra i primi 5 oggetti ritrovati **-5b-** le operazioni di pulizia di spiagge e fiumi **-6b-**

a bottigliette, mascherine, guanti, flaconi di detersivi. E meno dell'1% viene **-7b-**. Per questo dal 2009 grazie a *The Marine Conservation Society*, un'**-8b-** britannica che ha come obiettivo primario la **-9b-** degli oceani, ogni 12 settembre si **-10b-** il *No-Plastic Bag Day*, la Giornata internazionale senza sacchetti di plastica.

<https://www.corriere.it>

1b. ✎

6b. ✎

2b. ✎

7b. ✎

3b. ✎

8b. ✎

4b. ✎

9b. ✎

5b. ✎

10b. ✎

PROVA 8

Completate il testo con una sola parola per ogni spazio.

MENU

CERCA

la Repubblica

ABBONATI

GEDI SMILE

R

Seguici su: f

il venerdì

CERCA

Q

Ipocondria: quanto fa male aver paura di stare male

di Giuliano Aluffi

Un libro racconta la storia dell'ossessione per le malattie, disturbo che colpì tante celebrità e riesplode nell'-11b- di Internet. Il paradosso? Secondo uno studio aumenta il rischio di -12b- del 60 per cento. Se su Google chiedete "Pressione alta è -13b- di...", uno dei primi e allarmanti -14b- offerti per completare la ricerca è "infarto". Chi invece -15b- uno smartwatch, può ricevere notifiche in tempo reale – e quindi iniziare a -16b- – quando qualche parametro, come il battito -17b- a riposo, cambia. Sono solo due esempi che danno l'idea di come la tecnologia sia la -18b- nemica degli ipocondriaci: il problema di chi è costantemente in -19b- per la propria salute è ormai generalizzato ma tocca nella sua forma più seria, quella diagnosticabile come -20b- patologia, circa il 6 per cento della popolazione (soprattutto le persone di mezz'età) e il 20 per cento dei pazienti ambulatoriali.



<https://www.repubblica.it>

11b. ✎

16b. ✎

12b. ✎

17b. ✎

13b. ✎

18b. ✎

14b. ✎

19b. ✎

15b. ✎

20b. ✎

ΣΑΣ ΥΠΕΝΘΥΜΙΖΟΥΜΕ ΟΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΜΕΤΑΦΕΡΕΤΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΑΣ ΣΤΟ ΕΝΤΥΠΟ 1

ΤΕΛΟΣ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ