



ITALIAN B – HIGHER LEVEL – PAPER 1
ITALIEN B – NIVEAU SUPÉRIEUR – ÉPREUVE 1
ITALIANO B – NIVEL SUPERIOR – PRUEBA 1

Friday 2 November 2001 (morning)
Vendredi 2 novembre 2001 (matin)
Viernes 2 de noviembre de 2001 (mañana)

1 h 30 m

TEXT BOOKLET – INSTRUCTIONS TO CANDIDATES

- Do not open this booklet until instructed to do so.
- This booklet contains all of the texts required for Paper 1 (Text handling).
- Answer the questions in the Question and Answer Booklet provided.

LIVRET DE TEXTES – INSTRUCTIONS DESTINÉES AUX CANDIDATS

- Ne pas ouvrir ce livret avant d’y être autorisé.
- Ce livret contient tous les textes nécessaires à l’épreuve 1 (Lecture interactive).
- Répondre à toutes les questions dans le livret de questions et réponses.

CUADERNO DE TEXTOS – INSTRUCCIONES PARA LOS ALUMNOS

- No abra este cuaderno hasta que se lo autoricen.
- Este cuaderno contiene todos los textos requeridos para la Prueba 1 (Manejo y comprensión de textos).
- Conteste todas las preguntas en el cuaderno de preguntas y respuestas.

TESTO A

La Garanzia Totale di Esperya

La vendita online è equiparata alla **vendita per corrispondenza**.

La legge obbliga chi esercita questa attività a dare al consumatore alcune garanzie, concentrate soprattutto nel **diritto di recesso** (D. Lgs. 15/01/92, nr. 50).

Noi abbiamo deciso di non rispettare la legge, ma di superarla.

Le garanzie di legge

Il Cliente [- X -] idea entro 10 giorni dall'ordine.

Il Cliente che cambia idea [- 1 -] a mezzo lettera A. R. al fornitore a sue spese.

Il Cliente [- 2 -] la merce al fornitore a sue spese.

Se il Cliente non è soddisfatto del prodotto [- 3 -] che si trattava di un vizio di fabbricazione.

Il Cliente [- 4 -] la merce contestata o rifiutata in confezione integra.

Morale: fidarsi è bene, non fidarsi è [- 5 -]. Il Cliente è messo in condizioni di non nuocere.

La Garanzia Totale di Esperya

Il Cliente può cambiare idea. Quando gli pare.

E il telefono, il fax, a cosa servono? E la posta elettronica, che costa meno? Il Cliente può comunicarci di avere cambiato idea come gli pare.

Il Cliente non deve inviare nulla: siamo noi che ci andremo a riprendere la merce a nostre spese.

Se il Cliente non è soddisfatto del prodotto, ce lo dice, e noi lo sostituiamo con un altro di pari o maggior valore, o - a sua scelta - rimborsiamo l'importo.

E come fa il Cliente ad essere insoddisfatto del vino che gli abbiamo mandato, se prima non lo ha stappato ed assaggiato? Saremo noi a ritirare la merce, anche aperta e usata, solo se ci servirà per esaminarne i difetti ed eliminarli in futuro.

Morale: Cerchiamo un Cliente esigente, ma corretto: lui si deve fidare di noi, e noi ci fidiamo di lui.

TESTO B

SMANIE (INUTILI) PER LA VILLEGGIATURA

Quest'estate, come in ogni altra estate, sentiamo affermare che «tutti vanno in vacanza». Ma l'affermazione è falsa per due ragioni. Innanzi tutto perché, come riferiscono recenti sondaggi, una metà degli italiani trascorre le ferie in casa. In secondo luogo perché non è vero che la restante metà riesca davvero a godersi la vacanza.

Tanto per cominciare ci sono gli snob che per essere considerati «in» sono costretti a recarsi in luoghi che magari non amano affatto. Ci sono poi e molto più semplicemente i padri, le mogli o i figli di famiglia, i quali devono anch'essi spostarsi in luoghi non amati per obbedire alla volontà dei parenti. C'è infine la grande moltitudine dei turisti, che viaggia senza posa, affaticandosi al volante, ansiosa di trovare i letti per dormire, o alla ricerca dei ristoranti e ristorantini in cui occupare fortunatamente un tavolo. È una moltitudine che trova raramente la pace e che chiama impropriamente «vacanza» un frenetico andirivieni.

Qualcuno immaginerà che ai benestanti o quanto meno ai ricchi venga garantito un destino diverso, vale a dire un compiuto e beato godimento del periodo di riposo. Ma neppure questo è sempre vero. Di solito, infatti, le vacanze delle persone danarose sono perpetuamente disturbate dai telefoni, dai telefoni cellulari, dai fax, dalla posta elettronica, dagli impegni improvvisi. Le persone di successo, o sedicenti tali, non trovano mai requie.

Nella civiltà contemporanea, del resto, vige una regola la quale dice che «chi ha molto tempo libero è povero, mentre chi ha molto denaro non ha mai tempo».

Viceversa ogni vacanza, per essere tale, dovrebbe necessariamente consistere in tempo perso, vale a dire in niente lavoro, niente far soldi, niente doveri. Diciamo ancora di più: la parola vacanza è strettamente imparentata con il latino «vacuum», vuoto.

Ma il vuoto, di solito, fa spavento. C'è innanzi tutto una paura fisica di esso, che spinge i vacanzieri a prediligere i luoghi affollati, nonostante gli svantaggi che l'affollamento può creare. E c'è una paura spirituale del vuoto, dato che esso costringe a pensare, a riflettere sulla fragile condizione umana, a prendere coscienza dei propri limiti e dei problemi più profondi che abitualmente vengono accantonati e rimossi.

Le fatiche della villeggiatura, gli improvvisi impegni di affari, le attività sportive, le conversazioni più o meno futili con i vicini di ombrellone o i compagni di gita servono a drogarsi contro le riflessioni e le meditazioni che non si sono mai volute affrontare.

L'industria [- X -] turismo si è subito adeguata [- 26 -] chiasso, esotismi, avventure. I vacanzieri dell'età contemporanea, nella quasi totalità, preferiscono lo stordimento al «vacuum» latino. Perché da soli, molto probabilmente, non [- 27 -] capaci di riempirlo. Se [- 28 -] ospitati sulla più bella terrazza di questo mondo, per qualche settimana, con un bel libro in mano, [- 29 -] dalla noia.



di Piero Melograni

TESTO C

IL PARADISO

- Da quel giorno vivo con quest'ossessione che la mia vita non sia reale ma sia invece l'imitazione di cose che non mi riguardano e con cui non ho rapporti. Poiché continuo a voler bene a mio marito, non voglio tenergli nascosta la mia preoccupazione e ogni tanto ritorno sull'argomento. Gli dico per esempio: «che credi di essere in questo momento? Credi di essere l'architetto giovane e brillante che con la sua cara moglietta al fianco, guida l'automobile sull'autostrada per Fregene? No, caro, alza un momento gli occhi a quel cartellone pubblicitario della marca della nostra automobile. In realtà tu stai imitando in tutto e per tutto l'immagine di quel cartellone.»
- 5 Lui risponde con il buon senso un po' ottuso che gli è proprio: «Che me ne importa? Il mio scopo è di arrivare il più presto al mare e di godermi un po' di riposo lontano dalla città.»
- 10 Insisto: «Al mare, sì, come nella *réclame* dei luoghi balneari.»
- «Ma va'al diavolo, te e la tua ossessione.»
- A questo punto mio marito si calma e dice «Finché si scherza si scherza. Ma ti sembra sostenibile che la nostra vita sia un'imitazione della pubblicità industriale? Tutta la nostra vita? Per caso non ti lasci andare a una generalizzazione eccessiva e pericolosa?»
- 15 Rispondo prontamente: «Chi ti ha detto che noi imitiamo la pubblicità industriale? Noi imitiamo la pubblicità soltanto quelle volte, non tanto frequenti in realtà, in cui la pubblicità c'è. Ma il resto del tempo noi imitiamo non già i cartelloni della pubblicità bensì l'idea che si fanno della vita coloro che fabbricano i prodotti che noi adoperiamo.
- 20 Quest'idea è costituita dalla totalità dei prodotti, dal nostro rapporto con questi prodotti e dagli effetti su di noi di questo rapporto. Ammetterai che ben poco o meglio nulla sfugge alla fine al fatto imitativo che mi ossessiona.»
- «Se nulla sfugge tanto vale non pensarci. È come se tu dicessi: voglio sottrarmi alle leggi della natura: non mangiare, non bere, non dormire, non amare, non nascere, non morire e così via.»
- 25 «Ma questa imitazione non è un fatto naturale. È appunto perché dipende in fondo da noi di perpetuarla o meno, che io mi ribello. Alla natura non ci si ribella o per lo meno non nel modo con il quale ci si ribella a noi stessi. Perché questo è il punto: dipende da noi rifiutare l'imitazione.»
- «E in che modo?»
- 30 «Non è facile. Per ora non ho trovato che un modo.»
- «Quale?»
- «Lo sai. Gli ipnotici, i sedativi, i tranquillanti. Dormire, dormire, dormire.»
- «Dormire, eh. Ma eccoti là, alza a tua volta gli occhi, guarda, eccoti là, in quel cartellone con la pubblicità di un sonnifero, eccoti là, in un letto ben ricalzato, la testa che spunta appena
- 35 dalle coltri, sei tu, non lo vedi, sei proprio tu, eccoti là.»

Alberto Moravia (*testo adattato*)

TESTO D

RISCHI

Precauzione: è il principio a cui ispirarsi

- ① Durante la presentazione del mio ultimo libro - **Inquinamento elettromagnetico ad alta frequenza (Maggioli editore)** - avvenuta a Roma, alla Sala della Sacrestia, ho evidenziato come sia fondamentale riavvicinare il cittadino alle istituzioni attraverso un nuovo stile di gestione del rischio consistente non soltanto in risposte tecniche e valutazioni probabilistiche, ma anche attento alle aspettative, ai bisogni e alle legittime preoccupazioni dei cittadini.
- ② Un primo segnale di cambiamento nella gestione del rischio potrà essere quello di adottare una posizione prudente, e cioè il **principio della precauzione**, che significa in parole povere: di fronte a un rischio incerto, come è quello elettromagnetico, se non c'è una soglia scientificamente determinata, qualsiasi esposizione comporta un rischio per quanto minimo.
- ③ Quale sarà il **livello di rischio**, e quindi di esposizione, giudicato **accettabile**? Non spetta alla scienza dirlo: il principio della precauzione trasferisce la responsabilità della protezione dalla scienza alla politica. Se si sceglie questa strada, non si può però attendere che un rischio venga scientificamente dimostrato per adottare misure nei suoi confronti.
- ④ In una società come la nostra, basata sul consumismo esasperato, le tecnologie **cambiano continuamente** e così velocemente che non appena siamo in grado di disporre di conoscenze più approfondite e certe sul loro impatto ambientale e sanitario queste vengono sostituite da nuove tecnologie delle quali non conosciamo quasi nulla sotto questo punto di vista.
- ⑤ Tipico è il caso / - X - / telefonia cellulare: [- 53 -] qualche anno, arriveremo alle comunicazioni satellitari per tutti gli utenti o ad altre tecnologie completamente diverse [- 54 -] precedenti, senza conoscere quali saranno i possibili effetti nel tempo di alcune di queste. È necessario [- 55 -] studiarle prima, per conoscere preventivamente se possono essere nocive per la salute. [- 56 -] in altri ambiti questo avviene da tempo: [- 57 -] vuole lanciare sul mercato un nuovo farmaco, deve documentare l'assenza di rischi anche a lungo termine. La recente approvazione del decreto 10/9/98 n.381 è un segnale che qualcosa si sta [- 58 -] verso una maggiore attenzione per la salute e il rispetto dei cittadini e [- 59 -] per il principio della precauzione e della prevenzione.

■ **Paolo Bevitori**

*Specialista, autore di pubblicazioni
sull'inquinamento elettromagnetico*

DA "IL SALVAGENTE" 10/2000