



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

Monday 7 May 2007 (morning)
Lundi 7 mai 2007 (matin)
Lunes 7 de mayo de 2007 (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.
- Answer the questions in the Question and Answer Booklet provided.

LIVRET DE TEXTES – INSTRUCTIONS DESTINÉES AUX CANDIDATS

- N'ouvrez pas ce livret avant d'y être autorisé(e).
- Ce livret contient tous les textes nécessaires à l'épreuve 1.
- Répondez à toutes les questions dans le livret de questions et réponses fourni.

CUADERNO DE TEXTOS – INSTRUCCIONES PARA LOS ALUMNOS

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

TESTO A

«COSTRUIRE CASTELLI DI SABBIA: VI SPIEGO IL MIO LAVORO»

5 Nemmeno lui forse ancora ci crede e quando parla della sua "professione" Leonardo Ugolini sorride. Da bambino amava giocare con la sabbia, plasmare castelli in riva al mare è sempre stata la sua passione, da grande ne ha fatto un lavoro: il "costruttore di castelli di sabbia".

Come ha cominciato?

10 «Da bambino, come tutti; però non ho più smesso. Stavo ore e ore sulla riva. Nell'estate del 1995, avevo 25 anni, costruivo castelli sulla spiaggia per i passanti che mi lasciavano qualcosa in offerta. La mattina con mio padre ammucciamo la sabbia, alle nove parte della scultura era già pronta, poi continuavo a lavorare tutto il giorno».



15 **Fino a diventare campione del mondo nel 1998 a Hot Springs, Vancouver Canada. Ne ha fatta di strada!**

«In Italia il movimento era quasi inesistente. Devo ringraziare Internet. Ho avuto così i primi contatti con scultori stranieri, dove le opere in sabbia godono di una maggiore attenzione, e ho scoperto che esistevano gare internazionali».

20 **La prima sfida importante?**

«Ho partecipato nel 1998 ai campionati del mondo in Canada con Richard Varano, uno dei più grandi in quest'arte. Abbiamo vinto nella sezione architettura e dopo sono iniziati ad arrivare inviti per competizioni ed esibizioni internazionali».

Cosa serve per costruire una scultura in sabbia?

25 «Semplicemente sabbia e acqua. Si fanno dei mucchi di sabbia bagnata, poi si comincia a scolpirli. Per le strutture più grandi si usano casse di legno che vengono riempite di sabbia e acqua».



Quest'anno si è lanciato in una nuova avventura a Riccione.

30 «Assieme a un collega stiamo lavorando da più di un mese per allestire il primo parco in Italia dedicato alle sculture di sabbia».

Da dove nascono le sue creazioni: fantasia o realtà?

35 «Dipende, nelle gare abbiamo a volte motivi obbligati, altre volte c'è la possibilità di dare libero sfogo alla fantasia. Ho scolpito anche inferno, paradiso e purgatorio ispirandomi a Dante».

Lei è nato e vive in un paesino come Fiumana?

40 «Credo che se non fossi nato in un piccolo paese non sarei diventato uno scultore di sabbia. Tutti sono sempre pronti a darmi una mano».

E lei ha ricambiato donando un'opera a Fiumana.

45 «Per Natale ho scolpito il primo presepe di sabbia in Italia. Un'associazione di Fiumana mi ha perfino acquistato una struttura da migliaia di euro [per proteggere la scultura]. Li avevo assicurati che con il prezzo del biglietto avremmo coperto le spese. Così è stato».

Si sente un po' come un bambino che non è mai cresciuto?

50 «Un bambinone? Diciamo di sì. Io ho la fortuna di fare una cosa che è nata come un gioco e se continua così, ne sarò felice. Alla fine hai spazio per la fantasia, sei libero nelle tue scelte. È la continuazione di un gioco che amavo fare da bambino».

di Matteo Ranucci (testo adattato)

TESTO B

Confessioni di un viaggiatore pigro



Col tempo ho sviluppato una vera e propria antipatia verso i viaggiatori professionisti. Quelli che a intervalli regolari prendono e partono. Perché, dicono, devono cambiare aria, vedere nuovi posti, magari più belli, più strani, più vivi di quelli visti l'anno prima.

Non è che io sia contrario al viaggio su tutta la linea. Viaggiare in fondo è un fatto occasionale capace di generare un benefico cambiamento d'umore (anche se non più di una bella giornata uscita fuori all'improvviso). Ma appunto si tratta di casualità, imprevisti della vita che non andrebbero teorizzati. E invece il viaggiatore professionista pretenderebbe attenzione costante alle sue esperienze di viaggio. Il viaggiatore professionista scrive la legge universale che regola il viaggio e vorrebbe convertirvi ad essa.

È inutile dirvi che molti viaggiatori compilano guide di viaggio. Dove mangiare, dormire, cosa comprare e cosa non comprare, cosa aiuterebbe o danneggerebbe i paesi visitati. Non riesco ad usarle, faccio fatica perfino a sfogliarle. La sola idea di dover vivere un'emozione da altri già rigidamente codificata mi getta nello sconforto. Quando qualcuno viaggia traccia una strada personale. Direi molto personale, quasi pudica. Il viaggio promuove movimenti interiori, strane associazioni, libera cattivi e buoni umori in una tale quantità che spesso siamo i primi a sorprenderci della capacità del nostro serbatoio interno. Dunque, vista la quantità di sensazioni, diciamo così, provocate dalla strada, per quale motivo dovrei segnare il mio percorso con un percorso tracciato da altri?

Non vorrei mai partire, perché pensare che di assomigliare ai viaggiatori con i trolley mi avvilisce, e soprattutto quello che mi frena e mi toglie le forze mattutine è la certezza che anch'io, in fondo, per consuetudine, assumo le sembianze di un viaggiatore professionista, di quelli che sanno consigliare il ristorante giusto, l'hotel dove si spende poco e si fa una buona colazione.

Questa contraddizione mi scoraggia e mi immobilizza. Da sempre. Fin da piccolo mi sono trovato a viaggiare non per volontà e desiderio ma per motivi che non capivo, trascinato dai miei in vacanza o in qualche gita scolastica. Il viaggio è sempre stato un'intrusione nella tranquillità domestica della mia vita. Adesso, alle soglie dei quarant'anni, posso dire di prendere bene questo genere di intrusioni, a patto che le mie meditazioni sul passato e sul futuro, i miei ricordi e i miei stati d'animo non siano annullati dal viaggio, dalla cima o dal traguardo da raggiungere.

Sono un uomo da pausa, non da arrivo. Piuttosto che esultare per aver raggiunto l'obiettivo, preferisco quando i miei occhi si rivoltano a guardare il mio animo, le braccia si stancano e allora dico a me stesso: non ce la faccio più, quasi quasi mi fermo un momento. È lì, in quel momento, che comprendo a fondo il senso del viaggio: socializzare con persone che puoi incontrare solo nelle pause, cambiare obiettivo, sentire il territorio sotto i tuoi piedi.

Il viaggio, per me, significa muoversi il meno possibile, proprio per permettere agli umori, nelle pause, di manifestarsi senza ulteriore pena.

Tratto da: Antonio Pascale, *Non è per cattiveria. Confessioni di un viaggiatore pigro* (adattato)

TESTO C

CENTURIA SESSANTUNO

Un giovane uomo si sta recando ad un appuntamento con una giovane donna, alla quale intende dire che trova inutile, dannoso, dispersivo e monotono continuare a vedersi; in realtà egli non ha mai amato la giovane, ma ha provato per lei, via via, sensi di galanteria, di devozione, di ammirazione, di speranza, di perplessità, di distacco, di delusione, di irritazione; ora l'irritazione sta quietamente trapassando in una forma di
5 blando e insultante fastidio, perché egli suppone che in qualche modo la donna non sia disposta a dimenticarlo, e teme di avere conseguito nella vita di lei una dignità che lo allarma. Ripassando la serie dei sentimenti che ha provato per la giovane donna, egli riconosce di essersi talora comportato con eccessiva fragilità, e di aver sperato – sperato
10 che cosa? – che entrambi fossero diversi, e che avessero uno spazio in cui inventare una storia; ammette che parte del suo cruccio non dipende da lei, ma dal suo comportamento risibilmente fantastico e irresponsabile.

Nello stesso momento la giovane donna si reca allo stesso appuntamento, avendo in animo di mettere tutto in chiaro; è una donna che ama la semplicità e la chiarezza, e
15 pensa che le ambiguità e le imprecisioni di un rapporto che non esiste si siano protratte troppo a lungo. Ella non ha mai amato quell'uomo, ma deve riconoscere di essere stata debole, di aver chiesto il suo aiuto in modo incauto, di aver tollerato il crescere di un tacito equivoco in cui ora ella si sente ingiustamente invischiata. La donna è irritata, ma la saggezza le consiglia di essere solo ferma e calma. Ella sa che quell'uomo è un
20 affettivo, un fantastico, capace di veder cose che non ci sono, e di porre in esse una fede costante quanto infondata e vana; sa anche che quell'uomo ha un alto concetto di sé, ed è incline a mentire pur di non subirne umiliazioni. Per questo sarà saggia, benevola, lucida.

Puntuali, il giovane uomo e la giovane donna si avvicinano al luogo
25 dell'appuntamento: ecco, si sono visti, si fanno un segno di saluto, in cui la consuetudine tiene il posto della cordialità. Quando sono ormai a pochi metri, entrambi si fermano e si guardano attentamente, in silenzio; ed improvvisa una furia di gioia li coglie, quando entrambi capiscono, sanno, che nessuno dei due ha mai amato l'altro.

G. Manganelli, Centuria

TESTO D

VIENE DAL BASSO, FA RIDERE E NON IRRITA PIÙ: STORIA DEL MARKETING CHE CAMBIA STRADA

Il marketing tradizionale sta cominciando a fare acqua mostrando qualche debolezza con le centinaia di annunci pubblicitari in onda su radio e tv recepiti con crescente fastidio dagli acquirenti potenziali, aggrediti mentre ascoltano musica, o tentano di rilassarsi davanti a un film. Invasi nella loro privacy dai cartelloni del traffico cittadino mentre fanno zig zag tra le macchine, o dalla selva di banner che si aprono a tutto schermo sui contenuti online che vorrebbero leggere in pace. Spesso a costi favolosi per il committente.

Ma qualcosa sta cambiando. Si sta per inaugurare una fiera del libro? Improvvisamente nelle casse di mele dei supermercati appaiono copie di Biancaneve infilate tra le bucce rosse. Volumi sui vampiri fanno capolino tra le teste d'aglio, Moby Dick si insinua sul banco del pesce, in mezzo alle sardine e la biografia di Jack lo squartatore fa la sua comparsa tra le bistecche nel banco della carne. Con un piccolo segnalibro che sporge ad arte e annuncia l'evento. Una trovata divertente. E può succedere anche di imbattersi in una serie di jeans apparentemente capaci di muoversi da soli -in realtà infilati in dei sostegni rigidi- che sembrano incamminarsi proprio verso quella strada dove oggi apriranno un nuovo negozio di pantaloni. Piantati durante la notte dai dipendenti della ditta stessa.

Dice un rappresentante di questa nuova pubblicità: "Tempo fa, per pubblicizzare l'uscita di Crossfire, la nuova vettura di una casa automobilistica che non aveva molti soldi da spendere, abbiamo inventato l'operazione "Prova del fuoco" utilizzando anche centinaia di post-it scritti a mano e incollati sui finestrini delle macchine con la frase "Tesoro, stasera non posso venire perché devo andare alla prova del fuoco.it. Fammi sapere". Ha funzionato e il sito è stato visitato da decine di utenti".

E. A. lavora come strategist di un'agenzia pubblicitaria specializzata proprio in quello che loro chiamano "behavioral marketing", ovvero un nuovo modo di fare pubblicità. "Noi entriamo nel flusso vitale delle persone, nei loro comportamenti abituali, senza l'impatto invasivo degli spot che interrompono i momenti di relax ritagliati con fatica durante la giornata. Riuscendo a far sorridere la gente, a costi più che sostenibili per i nostri clienti".

Gaia Giuliani (adattato)