

A1 PROGRAMMA SVOLTO, ARGOMENTI DI MAGGIOR RILIEVO E COMPITI

CLASSE: 4AFM

MATERIA: ITALIANO

DOCENTE: CRISTINA FRATUS

1) **PROGRAMMA SVOLTO NELL'ANNO SCOLASTICO 2018/2019**

L'ETA' DEL BAROCCO E DELLA SCIENZA NUOVA

LA LIRICA BAROCCA

G.B. Marino: vita, pensiero e opere

Lettura, analisi e commento della poesia "Onde dorate"

LA PROSA SCIENTIFICA: LA SCIENZA NUOVA

Galileo Galilei: vita, pensiero e opere (*Dialogo sopra i due massimi sistemi del mondo*)

Lettura e commento "Contro l'ipse dixit"

L'ILLUMINISMO

L'età dei Lumi in Italia, la stampa periodica, i luoghi della produzione culturale

La prosa saggistica in Italia: Pietro Verri e Cesare Beccaria

Di Beccaria lettura di "Contro la tortura e la pena di morte, verso un governo "illuminato" dello Stato"

CARLO GOLDONI

Vita, pensiero, la riforma della commedia e le fasi della commedia goldoniana

Lettura e commento de *La Locandiera*

GIUSEPPE PARINI

Vita, pensiero, le *Odi* e il *Giorno*

Lettura, analisi e commento "Il giovin signore inizia la sua giornata" dal *Mattino*, *La salubrità dell'aria* dalle *Odi*

NEOCLASSICISMO E PREROMANTICISMO IN EUROPA

UGO FOSCOLO

Vita, pensiero, le *Ultime lettere di Jacopo Ortis*, le *Odi*, i *Sonetti* e il *Carme Dei Sepolcri*

Lettura e commento "Il sacrificio della patria nostra è consumato" e "La sepoltura lacrimata" da *Ultime lettere di Jacopo Ortis*

Lettura, analisi e commento: *Alla sera*, *A Zacinto*, *In morte di fratello Giovanni*

IL ROMANTICISMO EUROPEO

Contesto storico, le tematiche affrontate e la figura dell'intellettuale

Lettura e commento di *Non so chi fui; però di noi gran parte* di Foscolo

IL ROMANTICISMO ITALIANO

Contesto storico, la figura dell'intellettuale, il pubblico di massa, Madame de Staël

Lettura e commento *Sulla maniera e l'utilità delle traduzioni*

ALESSANDRO MANZONI

Vita, pensiero ("l'utile per iscopo, il vero per soggetto e l'interessante per mezzo"), le *Odi* e le tragedie

Lettura, analisi e commento *Il cinque maggio*, la "Morte di Ermengarda" dall'*Adelchi*, corro dell'atto IV

DANTE ALIGHIERI, *La Divina Commedia*, Il Purgatorio, presentazione, lettura e commento Canti I, III, VI, XXVIII

2) **ARGOMENTI DEL PROGRAMMA DI MAGGIOR RILIEVO:**

A PRESCINDERE DAL RIPASSO GENERALE DI TUTTO IL PROGRAMMA SVOLTO SI INDICANO I PUNTI DI MAGGIOR RILIEVO CHE OGNI STUDENTE DEVE RIPASSARE.

Barocco, Galileo, Illuminismo, Parini, Romanticismo, Foscolo, Manzoni

AGLI STUDENTI CHE HANNO LA VERIFICA DI SETTEMBRE E' RICHIESTO UNO STUDIO APPROFONDITO DEGLI ARGOMENTI INDICATI, AL FINE DI COLMARE LE LACUNE MANIFESTATE AL TERMINE DELL'ANNO.

IL ROMANTICISMO EUROPEO

Contesto storico, le tematiche affrontate e la figura dell'intellettuale

Lettura e commento di *Non so chi fui; perì di noi gran parte* di Foscolo

IL ROMANTICISMO ITALIANO

Contesto storico, la figura dell'intellettuale, il pubblico di massa, Madame de Staël

Lettura e commento *Sulla maniera e l'utilità delle traduzioni*

ALESSANDRO MANZONI

Vita, pensiero ("l'utile per iscopo, il vero per soggetto e l'interessante per mezzo"), le Odi e le tragedie

Lettura, analisi e commento *Il cinque maggio*, la "Morte di Ermengarda" dall'Adelchi, corro dell'atto IV

CLASSE: 4AFM

MATERIA: ITALIANO

DOCENTE: CRISTINA FRATUS

1) COMPITI PER LE VACANZE ESTIVE (PER TUTTI GLI STUDENTI DELLA CLASSE)

- Ripasso di tutti gli argomenti in programma
- Lettura di tre libri a scelta tra quelli proposti.

- U. Eco, *Il fascismo eterno*
- I. Calvino, *Il sentiero dei nidi di ragno*
- E. Morante, *La storia*
- G. D'Annunzio, *Il piacere*
- L. Pirandello, *Il fu Mattia Pascal*
- C. Pavese, *La casa in collina*
- P. Levi, *Se questo è un uomo*

- Svolgere n. 2 elaborati scritti secondo le nuove tipologie testuali previste nella prima prova di maturità. A seguire le tracce:

TIPOLOGIA B: ANALISI E PRODUZIONE DI UN TESTO ARGOMENTATIVO

Testo tratto da: **Selena Pellegrini**, *Il marketing del Made in Italy*, Armando Editore, Roma, 2016, pp. 28-30.

L'italianità sembra influenzare gli elementi di eccellenza percepiti nei prodotti italiani, e la percezione spinge il consumatore all'acquisto di quello che chiamiamo il Made in Italy. Il quadro fin qui è molto ottimista, ma ci sono problemi. È vero che il Made in Italy sembra tuttora competitivo, ma la domanda è la seguente: la competitività nasce dall'esser fatto in Italia o da altro? Se consideriamo il "fare" nel senso letterale, la realtà è già diversa. Molti prodotti sono progettati in Italia e realizzati altrove per svariati motivi, legati principalmente ma non esclusivamente ai costi e alle relazioni industriali. Una quantità crescente non è più Made in Italy e la situazione potrebbe quindi far pensare che ad attirare davvero il consumatore sono i prodotti pensati, inventati, concepiti e progettati in Italia. È il famoso know-how o conoscenza implicita dei designer italiani, il risultato di secoli di perizia, talenti artigianali, tradizione estetica e abilità pratica che fanno dell'Italia un Paese unico. Potremmo aspettarci quindi che la condizione necessaria per identificare l'italianità di un prodotto è che sia pensato in Italia. [...]

A questo punto si pongono altre domande. "Pensato in Italia" È una condizione veramente necessaria o soltanto sufficiente? Esistono altre condizioni [...] perché il consumatore si rappresenti un prodotto come italiano e ne venga attratto?

La realtà pare rispondere "sì, esistono altre condizioni". Purtroppo, sappiamo che nel mondo cresce il tasso di prodotti che si fingono italiani e non sono né fatti né pensati in Italia. In molti Paesi come la Cina, per attirare i consumatori basta apporre un marchio dal nome italiano, anche se non corrisponde ad alcuna griffe famosa. Oppure basta progettare una campagna di comunicazione e di marketing che colleghi i prodotti a qualche aspetto del nostro stile, o vita quotidiana, territorio, patrimonio culturale, antropologia, comportamenti. [...]

Da queste considerazioni emerge che la condizione necessaria per innescare una rappresentazione mentale di italianità non è il luogo della produzione o della concezione, ma quello del *comportamento*. Nel senso che il prodotto è collegato a un atteggiamento, al popolo, allo stile, alla storia, alla terra, alla vita sociale dell'Italia.

Qualcuno si chiederà com'è possibile che consumatori razionali cadano in una trappola simile. Che siano disposti ad acquistare qualcosa di simbolicamente legato all'Italia, sebbene il produttore non sia italiano e il prodotto non sia né pensato né ideato in Italia.

La risposta è che quel consumatore razionale non esiste. È un mito assiomatico e aprioristico dell'economia neoclassica. [...] Il modello è ormai superato dalla nuova teoria del consumatore emotivo.

Comprensione e analisi

1. Sintetizza il contenuto del testo, individuando i principali snodi argomentativi.
2. Nel testo si sottolinea l'importanza della comunicazione. Commenta tale passaggio.
3. Cosa intende l'autrice per "conoscenza implicita" dei designer italiani?
4. A cosa fa riferimento l'autrice con l'espressione "comportamento" come rappresentazione mentale dell'italianità? E quale differenza può essere individuata tra "consumatore razionale" e "consumatore emotivo"?

Produzione

Elabora un testo argomentativo nel quale sviluppi le tue opinioni sulla questione del "made in Italy" e della percezione dell'"italianità" nel mondo. Potrai confrontarti con la tesi dell'autrice del testo, confermandola o confutandola, sulla base delle conoscenze, acquisite, delle tue letture e delle tue esperienze personali.

TIPOLOGIA C: RIFLESSIONE CRITICA DI CARATTERE ESPOSITIVO-ARGOMENTATIVO SU TEMATICHE DI ATTUALITÀ

La fragilità è all'origine della comprensione dei bisogni e della sensibilità per capire in quale modo aiutare ed essere aiutati.

Un umanesimo spinto a conoscere la propria fragilità e a viverla, non a nasconderla come se si trattasse di una debolezza, di uno scarto vergognoso per la voglia di potere, che si basa sulla forza reale e semmai sulle sue protesi. Vergognoso per una logica folle in cui il rispetto equivale a fare paura.

Una civiltà dove la tua fragilità dà forza a quella di un altro e ricade su di te promuovendo salute sociale che vuol dire serenità. Serenità, non la felicità effimera di un attimo, ma la condizione continua su cui si possono inserire momenti persino di ebbrezza.

La fragilità come fondamento della saggezza capace di riconoscere che la ricchezza del singolo è l'altro da sé, e che da soli non si è nemmeno uomini, ma solo dei misantropi che male hanno interpretato la vita propria e quella dell'insieme sociale.

Vittorino ANDREOLI, *L'uomo di vetro. La forza della fragilità*, Rizzoli 2008

La citazione proposta, tratta da un saggio dello psichiatra Vittorino Andreoli, pone la consapevolezza della propria fragilità e della debolezza come elementi di forza autentica nella condizione umana. Rifletti su questa tematica, facendo riferimento alle tue conoscenze, esperienze e letture personali. Puoi eventualmente articolare la tua riflessione in paragrafi opportunamente titolati e presentare la trattazione con un titolo complessivo che ne esprima sinteticamente il contenuto.

- 2) **GLI STUDENTI RINVIATI ALLA VERIFICA DI SETTEMBRE SONO TENUTI A SVOLGERE, OLTRE AI COMPITI DI CUI SOPRA, ANCHE I SEGUENTI ESERCIZI.**

- è richiesto uno studio approfondito degli argomenti del programma, al fine di colmare le lacune manifestate al termine dell'anno.

- è richiesto di svolgere, oltre ai compiti sopra indicati, un terzo elaborato

TIPOLOGIA C: RIFLESSIONE CRITICA DI CARATTERE ESPOSITIVO-ARGOMENTATIVO SU TEMATICHE DI ATTUALITÀ

«Bisogna proporre un fine alla propria vita per viver felice. O gloria letteraria, o fortune, o dignità, una carriera in somma. Io non ho potuto mai concepire che cosa possano godere, come possano viver quegli scioperati e spensierati che (anche maturi o vecchi) passano di godimento in godimento, di trastullo in trastullo, senza aversi mai posto uno scopo a cui mirare abitualmente, senza aver mai detto, fissato, tra se medesimi: a che mi servirà la mia vita? Non ho saputo immaginare che vita sia quella che costoro menano, che morte quella che aspettano. Del resto, tali fini vaglion poco in sé, ma molto vagliono i mezzi, le occupazioni, la speranza, l'immaginarseli come gran beni a forza di assuefazione, di pensare ad essi e di procurarli. L'uomo può ed ha bisogno di fabbricarsi esso stesso de' beni in tal modo.»

G. LEOPARDI, *Zibaldone di pensieri*, in *Tutte le opere*, a cura di W. Binni, II, Sansoni, Firenze 1988, p. 4518,3

La citazione tratta dallo Zibaldone di Leopardi propone una sorta di “arte della felicità”: secondo Leopardi la vita trova significato nella ricerca di obiettivi che, se raggiunti, ci immaginiamo possano renderci felici. Rinunciando a questa ricerca, ridurremmo la nostra esistenza a “nuda vita” fatta solo di superficialità e vuotezza. Ritieni che le parole di Leopardi siano vicine alla sensibilità giovanile di oggi? Rifletti al riguardo facendo riferimento alle tue esperienze, conoscenze e letture personali.

Puoi eventualmente articolare la tua riflessione in paragrafi opportunamente titolati e presentare la trattazione con un titolo complessivo che ne esprima sinteticamente il contenuto.