1) PROGRAMMA SVOLTO NELL'ANNO SCOLASTICO 2018/19

L'età barocca

Organizzazione della cultura, intellettuali e pubblico in Italia

Giovan Battista Marino: la vita e le opere principali (*Lira, Adone*)

Dalla *Lira*: "Donna che si pettina"

La rivoluzione scientifica

Galileo Galilei: la vita e le opere principali (*Lettere, Sidereus Nuncius, Il saggiaiore, Dialogo sopra i due massimi sistemi del mondo, tolemaico e copernicano*)

Dalle *Lettere*: "Lettera a Benedetto Castelli",

Dal *Sidereus nuncius*: "La superficie della luna"

L'Illuminismo

L'illuminismo francese: Diderot, Voltaire, Rousseau, Montesquieu

L'Illuminismo italiano: la prosa e la poesia

I luoghi della produzione culturale

Pietro Verri: *Il caffè*, "Cos'è questo caffè?"

Cesare Beccaria: *Dei delitti e delle pene*

L'Arcadia: organizzazione della cultura, intellettuali e pubblico in Italia.

La lirica dell'Arcadia.

Pietro Metastasio e la riforma del melodramma

Carlo Goldoni: la vita e le opere principali

La riforma della commedia

L'itinerario della commedia goldoniana

Giuseppe Parini: vita, pensiero e opere

Le *Odi*: struttura, tematiche e finalità. Lettura e commento del brano: "La salubrità dell'aria"

Il *Giorno*: struttura, tematiche e finalità. Lettura e commento dei brani: "Il giovin signore inizia la sua giornata", "La vergine cuccia".

L'età napoleonica: strutture politiche, sociali ed economiche

Neoclassicismo e preromanticismo in Europa e in Italia

Ugo Foscolo: vita, pensiero e opere

Le *Ultime lettere di Jacopo Ortis*: struttura, tematiche e finalità. Lettura e commento del brano: "La lettera da Ventimiglia".

I *Sonetti*: struttura, tematiche e finalità. Lettura e commento dei brani: "Alla sera", "A Zacinto", "In morte del fratello Giovanni"

Dei Sepolcri

Le *Odi*

L'età del Romanticismo in Europa

Il Romanticismo italiano

M. de Stael: "Sulla maniera e l'utilità delle traduzioni"

G. Berchet: "La poesia popolare"

Alessandro Manzoni: vita, pensiero e opere

Lettere a M. Chauvet: Storia e invenzione poetica

Lettera sul Romanticismo: "L'utile, il vero, l'interessante"

Letture, analisi e commento del brano "Il cinque maggio"

Divina commedia: "Purgatorio": introduzione e tematiche principali

Scrittura di saggi brevi e di testi secondo le nuove tipologie A, B e C dell'Esame di Stato.

2) ARGOMENTI DEL PROGRAMMA DI MAGGIOR RILIEVO

L'età barocca

Giovan Battista Marino

Galileo Galilei: la vita e le opere principali (*Lettere, Sidereus Nuncius, Il saggiaiore, Dialogo sopra i due massimi sistemi del mondo, tolemaico e copernicano*)

L'illuminismo francese: Diderot, Voltaire, Rosseau, Montesquieu

L'Illuminismo italiano: la prosa e la poesia

I luoghi della produzione culturale

L'età dei Lumi in Italia

L'Arcadia: organizzazione della cultura, intellettuali e pubblico in Italia.

Carlo Goldoni: la riforma della commedia

Giuseppe Parini: vita, pensiero e opere

L'età napoleonica: strutture politiche, sociali ed economiche

Neoclassicismo e preromanticismo in Europa e in Italia

Ugo Foscolo: vita, pensiero e opere (*Ultime lettere di Jacopo Ortis, I Sonetti, Dei Sepolcri, Le Odi*)

L'età del Romanticismo in Europa

Il Romanticismo italiano

Alessandro Manzoni: vita, pensiero e opere

Tecniche di scrittura: Saggi brevi, Tipologia A, tipologia B e tipologia C della Prima prova del Nuovo Esame di Stato

3) 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.

- Dino Buzzati: Il deserto dei tartari
- G. Bassani: Il giardino dei Finzi-Contini
- I. Calvino: Il barone rampante» o altro volume 'fantastico' o Il sentiero dei nidi di ragno
- Natalia Ginzburg: Lessico familiare
- Primo Levi: Se questo è un uomo o La tregua
- Elsa Morante: L'isola di Arturo o Storia
- Alberto Moravia: Gli indifferenti
- Pier Paolo Pasolini: Ragazzi di vita
- Luigi Pirandello: Il fu Mattia Pascal o Uno, nessuno e centomila □
- Mario Rigoni Stern: Il sergente nella neve
- Leonardo Sciascia: Il giorno della civetta o Il teatro della memoria □
- Italo Svevo: La coscienza di Zeno
- Giuseppe Tomasi di Lampedusa: Il gattopardo □
- Umberto Eco: Il Nome della rosa
- Cesare Pavese: La casa in collina o La luna e i falò
- H. Lee, Il buio oltre la siepe
- S. Benni, La compagnia dei Celestini
- A. Baricco, City
- A. Baricco, OceanoMare
- N. Lilin, Educazione siberiana
- G. G. Marquez, Dell'amore e di altri demoni
- G. G. Marquez, Vivere per raccontarla
- L. Sepulveda, Diario di un killer sentimentale

- U. Eco, Numero Zero
- D. Pennac, Il paradiso degli orchi
- M. Richler, La versione di Barney
- Fëdor Dostoevskij: Delitto e castigo o Il giocatore o Memorie dal sottosuolo o L'idiota o L'adolescente o I fratelli Karamazov o Le notti bianche
- Nikolaj Vasilevic Gogol: Le anime morte
- Lev Nikolaevic Tolstoj: Anna Karenina o Guerra e pace
- James Joyce: Gente di Dublino
- George Orwell: La fattoria degli animali o 1984

Stesura di due testi come simulazione di Prima Prova.

TIPOLOGIA B

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. Analizza l'aspetto formale e stilistico del testo.
3. A cosa fa riferimento l'autrice con l'espressione "comportamento" come rappresentazione mentale dell'italianità?
4. In cosa consiste la differenza 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

TRACCIA 1

Argomento: Il valore delle regole

Durante un'intervista il noto scrittore siciliano Andrea Camilleri denuncia la tendenza a non rispettare le regole, piuttosto diffusa nella nostra vita quotidiana:

“Questo continuo spostamento dei confini tra legalità e illegalità produce un disagio altissimo, che non è solo morale. Diventa un fatto di costume sociale. È quello che io chiamo la morale del motorino, che imperversa in Italia. Con il motorino si può evitare la fila, destreggiarsi tra le auto e poi passare con il rosso. Tanto con il motorino si ha facilità di manovra, si può andare contromano, si fa lo slalom. Insomma, si fa quel che si vuole, fregandosene delle regole. Che anzi, diventano un elemento di fastidio, di disturbo.

(A. Camilleri, *Ormai comandano i signori dell'illegalità*, in *L'unità*, 20 novembre 2003)

A partire dalla riflessione di Camilleri, scrivi un testo espositivo-argomentativo, basandoti su conoscenze apprese durante il tuo percorso di studio, su informazioni ricevute attraverso i mezzi di informazione, su esperienze personalmente vissute o conosciute nella cerchia dei tuoi coetanei. Organizza il testo in paragrafi ai quali darai un titolo e infine assegna al tuo elaborato un titolo generale coerente con i suoi contenuti.

4) AGLI STUDENTI RINVIATI ALLA VERIFICA DI SETTEMBRE

- 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, altri due testi di **tipologia C**.

TRACCIA 1

«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.

TRACCIA 2

Argomento: La capacità di stupire delle nuove forme di comunicazione

“È del poeta il fin la meraviglia” è un celebre verso del poeta barocco Giovan Battista Marino (1569-1625), con il quale egli intendeva affermare come la bravura e il successo di un letterato dipendessero dalla sua capacità di destare “meraviglia”, cioè di suscitare nel lettore un'impressione particolarmente viva grazie all'uso di mezzi linguistici e stilistici “ad effetto”.

Anche oggi possiamo riconoscere nella “meraviglia”, cioè nella capacità di stupire il proprio destinatario, lo scopo non solo della letteratura e dell'arte, ma pure delle varie forme della moderna comunicazione: dalla pubblicità al giornalismo, dalla musica al cinema?

Rispondi a questa domanda scrivendo un testo espositivo-argomentativo.

Argomenta le tue opinioni facendo riferimento anche alla tua esperienza personale e a quella dei tuoi coetanei, riflettendo sul vostro modo di reagire a forme di comunicazione finalizzate a stupire.

Possibili spunti:

- Nel linguaggio pubblicitario, con quali strumenti coloro che creano slogan, spot, immagini ecc. si prefiggono di colpire l'attenzione del consumatore cui si rivolgono? E il giornalismo adotta modalità ad effetto per attirare il lettore?
- Nella musica attuale, nei vari generi in cui si esprime, ci sono artisti che hanno come fine quello di "stupire" l'ascoltatore?
- Quale rapporto esiste tra il messaggio che ognuna di queste forme di comunicazione intende adottare e la forma adottata? Si potrebbero dire le stesse cose in modo diverso?