

**Italiano 111**  
**Wesleyan University**

*Assaggi*  
(ITALIANO INTERMEDIO)

## ESPRESSIONI UTILI IN CLASSE

|                                     |                               |
|-------------------------------------|-------------------------------|
| - Per favore/Per piacere ...        | (Please)                      |
| - Scusa / Scusi ...                 | (Excuse me)                   |
| - Come si dice ... ?                | (How do you say...?)          |
| - Cosa vuol dire ...?               | (What does ... mean?)         |
| - Non ho capito.                    | (I didn't understand.)        |
| - Come si scrive...?                | (How do you spell...?)        |
| - Ho una domanda.                   | (I have a question.)          |
| - Puoi / può ripetere, per piacere? | (Could you repeat, please?)   |
| - Posso andare al bagno?            | (Could I go to the restroom?) |
| <br>                                |                               |
| - Grazie! / Grazie mille!           | (Thank you! / Thanks a lot!)  |
| - Prego.                            | (You're welcome.)             |
| - Scusa / Scusi. Mi dispiace.       | (I am sorry.)                 |
| - Non fa niente.                    | (It's nothing.)               |
| - Non preoccuparti.                 | (Don't worry about it.)       |

## SIMBOLI UTILI PER LE ATTIVITÀ



= **A CASA**



= **PARLA**



= **LEGGI**



= **VERO/FALSO**



= **ASCOLTA**



= **GUARDA**



= **SCRIVI**

## SOMMARIO

### Unità 1 – L’Italia e il resto del mondo

Parleremo di alcune differenze tra Italia e altri paesi del mondo (in particolare gli Stati Uniti), sotto diversi aspetti; faremo un po’ di ripasso delle strutture studiate in Italiano 101-102 e studieremo alcune strutture nuove.

#### Materiali:

- |  |           |
|--|-----------|
| 1. Per cominciare  | p. 4      |
| 2. <i>Il “made in Italy”</i>                                       | pp. 6-23  |
| 3. <i>Italia – Stati Uniti: un confronto</i> – mappa e statistiche | pp. 24-32 |
| 4. <i>L’Italia fisica</i>  | pp. 33-40 |
| 5. <i>Un Italiano in America</i> di Beppe Severgnini               | pp. 41-55 |
| 6. <i>La testa degli italiani</i> di Beppe Severgnini              | pp. 56-64 |
| 7. <i>Canzoni sull’Italia</i> – canzoni                            | pp. 65-78 |
| 8. <i>Conversazione finale</i> – infografica e video               | pp. 79-81 |
| 9. Scriviamo! (laboratorio di scrittura)                           | pp. 82-84 |

#### Strutture:

- Ripasso sostantivi singolari/plurali
  - Ripasso articoli indeterminativi
  - Ripasso articoli determinativi
  - Ripasso aggettivi qualificativi
  - Introduzione comparativi regolari e irregolari
  - Introduzione superlativi relativi e assoluti regolari e irregolari
  - Ripasso verbi *essere* e *avere* e verbi regolari presente indicativo
  - Ripasso verbi regolari presente indicativo
  - Ripasso verbi irregolari e modali presente indicativo
  - Ripasso verbi riflessivi presente indicativo
  - La forma *stare* + gerundio (progressivo) e *stare per* + infinito
- AS pp. 26-32  
AS pp. 36-40

#### Appendici:

- |   |           |
|---|-----------|
| 1. I numeri                             | pp. 85-87 |
| 2. I plurali di alcuni aggettivi        | pp. 88-89 |
| 3. Gli aggettivi e pronomi dimostrativi | p. 90     |
| 4. I mesi e le stagioni                 | pp. 91-92 |
| 5. Che tempo fa?                        | p. 93     |
| 6. I possessivi                         | p. 94     |
| 7. Che ora è?                           | pp. 95-97 |
| 8. C’è / Ci sono                        | p. 98     |
| 9. Il verbo piacere                     | p. 99     |
| 10. Le espressioni di frequenza         | p. 100    |

# UNITÀ 1

## L'Italia e il resto del mondo



### PER COMINCIARE:



Guarda le immagini e pensa a due paesi, l'Italia e il tuo paese.

- Quali elementi associ all'Italia?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

- Quali elementi associ al tuo paese?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



**Discussione:** Con un/a compagno/a, compara gli elementi che associate all'Italia e ai vostri paesi

- Ci sono elementi in comune? Quali?
- Ci sono elementi su cui non siete d'accordo? Quali?

## GRAMMATICA – RIPASSO: I NOMI – SINGOLARE E PLURALE

- Leggi bene il pdf *Grammatica – I nomi*, e *Grammatica – I nomi particolari* su Moodle.
- Esercizi: *I nomi*, 1.2 p. 8; 1.4 e 1.5 p. 9; *I nomi particolari*, 2.1 p. 13; 2.2 e 2.4 p. 14; 2.5 e 2.6 p. 15 [controlla il pdf *Grammatica – Soluzioni* p. 295]



### ATTIVITÀ 1 | I NOMI E IL PLURALE

Scrivi il genere (maschile o femminile) dei nomi seguenti, e, se possibile, forma il plurale.

Es. *prodotto* → M (maschile), *prodotti*

|             |            |             |            |
|-------------|------------|-------------|------------|
| gelato      | → _____    | università  | → _____    |
| monumento   | → _____    | giornale    | → M, _____ |
| lingua      | → _____    | chiesa      | → _____    |
| ristorante  | → M, _____ | criminalità | → _____    |
| città       | → _____    | cappuccino  | → _____    |
| sigaretta   | → _____    | piazza      | → _____    |
| sport       | → _____    | radio       | → F, _____ |
| televisione | → F, _____ | cibo        | → _____    |
| mafia       | → _____    | cinema      | → M, _____ |
| moda        | → _____    | canzone     | → F, _____ |
| amico       | → _____    | vino        | → _____    |
| caffè       | → _____    | pizza       | → _____    |
| famiglia    | → _____    | automobile  | → F, _____ |
| formaggio   | → _____    | religione   | → F, _____ |
| dialetto    | → _____    | tecnologia  | → _____    |
| panorama    | → M, _____ | arte        | → F, _____ |

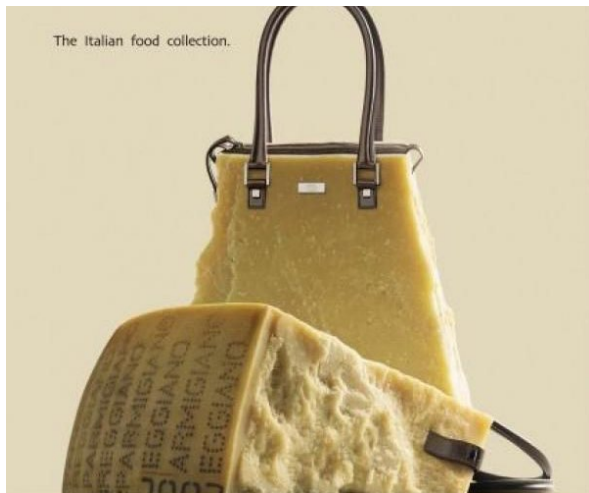


**ATTIVITÀ 1b | Quali delle parole dell'esercizio 1a, secondo te, possono essere associate con l'Italia? Scrivile sotto.**

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | <div style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 100px; height: 100px; margin: 0 auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">             ITALIA           </div> |  |
|  |  |  |

# 1. IL “MADE IN ITALY”

## PER COMINCIARE



Guarda le due pubblicità per Dolce e Gabbana / per il parmigiano reggiano.

Cosa rappresentano le immagini a sinistra<sup>1</sup>?

Quale messaggio danno sull'Italia?

---

---

---

---

---

Cosa rappresentano le immagini a destra?

Quale messaggio danno sull'Italia?

---

---

---

---

---

<sup>1</sup> sinistra = left; destra = right



**Discussione:** Con un/a compagno/a, compara le tue risposte. Poi discuti:

1. I prodotti nelle immagini ti sembrano autenticamente italiani? Perché sì o perché no?

---



---

2. Quali strategie visuali usano le pubblicità per sembrare ‘autentiche’?

---



---

3. Secondo te, queste pubblicità<sup>2</sup> creano stereotipi<sup>3</sup> sull’Italia? Quali stereotipi creano queste pubblicità?

---



---



## ATTIVITÀ 2 | A CASA | L'oggetto misterioso

**A casa:** Scegli un oggetto del Made in Italy; cerca varie informazioni su questo oggetto, e cerca una foto.

**Sul forum su Moodle:** Scrivi una piccola descrizione dell’oggetto che hai scelto. Usa le domande sotto per creare la tua definizione:

- Per cosa si usa questo prodotto?
- Di che materiale è fatto?
- Tu lo usi?
- Perché ti interessa questo prodotto?
- Costa molto o poco?
- Dove si può comprare questo prodotto?
- È un prodotto che contribuisce a creare uno status sociale?
- *altre domande...*

---



---

...

<sup>2</sup> la pubblicità = *ad, advertisement*

<sup>3</sup> lo stereotipo = *stereotype*

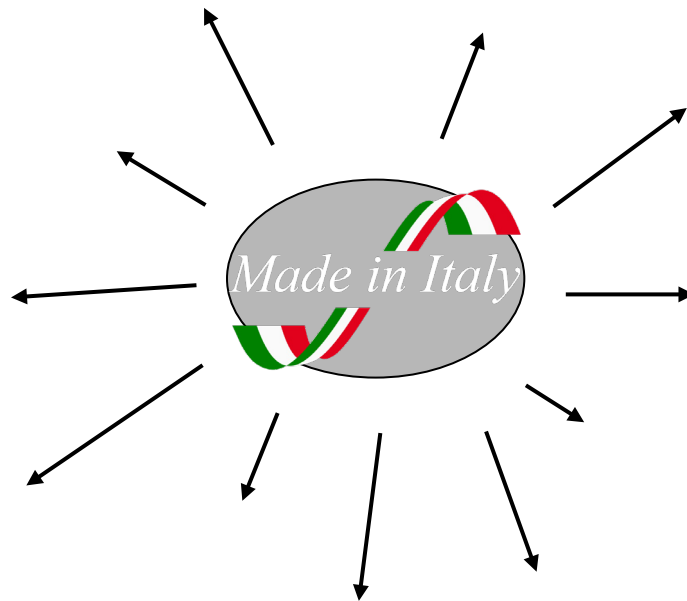
## IL MADE IN ITALY — INTRODUZIONE



### ATTIVITÀ 3 | UNA DEFINIZIONE

#### Brainstorming - insieme

Quali parole associ all'espressione "Made in Italy"? Quali prodotti, secondo te, sono parte del "Made in Italy? Perché?



**Con un/a compagno/a, scrivi una breve definizione di "Made in Italy" - e poi condividi con la classe.**

---

---

---

---



## VOCABOLARIO UTILE

Ecco alcune parole utili per discutere del Made in Italy:

all'estero = *abroad*

acquistare = *to purchase*

→ l'acquisto = *purchase*

l'azienda = *company*

comprare = *to buy*

il costo = *cost, price*

esportare

→ l'esportazione = *export*

la globalizzazione = *globalization*

l'icona = *icon*

importare

→ l'importazione = *import*

l'industria = *industry*

la marca = *a specific brand (ex. Dolce e Gabbana)*

il marchio = *brand*

il mercato = *market*

la moda = *fashion*

il modello/la modella = *model*

il pregiudizio = *pregiudice*

il prestigio = *distinction, esteem*

il prezzo = *price, cost*

produrre = *to produce, manufacture*

→ il prodotto = *product*

→ la produzione = *production*

il profumo = *perfume*

la qualità = *quality*

pubblicizzare / fare pubblicità = *to advertise*

→ la pubblicità = *advertisement*  
 sfilare = *to walk the runway*  
 → la sfilata = *the runway*  
 lo sviluppo = *development*  
 lo spot = *video advertisement*  
 lo stereotipo = *stereotype*  
 → stereotipico/a or stereotipato/a = *stereotypical*  
 vendere = *to sell*  
 → la vendita = *sale*



### ATTIVITÀ 4 | A CASA | COMPITI

**Scrivi una frase completa con le parole seguenti:**

1. lo spot (gli spot)

---

2. la globalizzazione

---

3. comprare

---

4. lo stereotipo (gli stereotipi)

---

5. il prodotto (i prodotti)

---

6. la moda

---

7. la qualità

---

8. il costo

---



## ATTIVITÀ 5 | A COPPIE | IL MADE IN ITALY

*Cos'è il “Made in Italy”?*

L'espressione “Made in Italy” descrive un prodotto di alta qualità che è stato creato in Italia, o che viene<sup>4</sup> originariamente dall'Italia. Questi prodotti possono essere venduti in altri paesi ad un prezzo più alto, grazie alla percezione di qualità e prestigio associata al marchio



Made in Italy. Il nome Made in Italy è scritto in inglese invece che in italiano per una precisa scelta di marketing: questi prodotti sono diretti più all'esportazione che al mercato interno italiano, e rappresentano l'immagine dell'Italia all'estero. Non tutti i prodotti fatti in Italia hanno il diritto<sup>5</sup> di chiamarsi Made in Italy — è necessario fare domanda, usare materiali buoni e di qualità, e seguire la tradizione per ottenere una certificazione.<sup>6</sup> Di conseguenza, i prodotti Made in Italy hanno un ruolo<sup>7</sup> importante nella creazione dell'idea di *cultura italiana*.

### Domande di comprensione:

1. Secondo l'articolo, cosa si intende per “Made in Italy”?

---



---

2. Perché i prodotti “Made in Italy” possono essere venduti a un prezzo più alto?

---



---

3. Perché, secondo l'articolo, il nome “Made in Italy” è scritto in inglese invece che in italiano? Puoi pensare ad alcuni prodotti americani che hanno nomi in altre lingue?

---



---

4. Quali caratteristiche deve avere un prodotto per poter essere parte del “Made in Italy”?

---



---

<sup>4</sup> venire = *to come, come from*

<sup>5</sup> il diritto = *the right*

<sup>6</sup> Per trovare più informazioni sul processo di certificazione del Made in Italy, guardare qui:

<https://madeinitaly.org/en/made-in-italy/certification-made-in-italy.php>

<sup>7</sup> il ruolo = *role*

5. Secondo te, i prodotti “Made in Italy” creano un’idea particolare dell’Italia e della sua cultura? Puoi descrivere questa idea: com’è la cultura del “Made in Italy”?

---



---



## ATTIVITÀ 6 | INSIEME | I prodotti del Made in Italy

### Attività con il Powerpoint

Seguendo il Powerpoint mostrato in classe, prova a indovinare<sup>8</sup> se un prodotto è:

- Made in Italy
- italiano (ma non necessariamente parte del Made in Italy)
- non italiano

Preparati a spiegare<sup>9</sup> il perché della tua scelta.<sup>10</sup>

- |                              |       |
|------------------------------|-------|
| 1. Aceto Balsamico di Modena | _____ |
| 2. Nutella                   | _____ |
| 3. Fiat 500                  | _____ |
| 4. Occhiali Ray-Ban          | _____ |
| 5. Bialetti                  | _____ |
| 6. Belgioioso                | _____ |
| 7. Olive Garden              | _____ |
| 8. Vespa                     | _____ |
| 9. United Colors of Benetton | _____ |
| 10. Jeep                     | _____ |

**Puoi pensare ad altri prodotti per ogni categoria?**

**Conosci qualche prodotto che “suona” italiano, ma non lo è?**

MADE IN ITALY

ITALIANO

NON ITALIANO

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

<sup>8</sup> indovinare = *to guess*

<sup>9</sup> spiegare = *to explain*

<sup>10</sup> la scelta = *choice*



## ATTIVITÀ 7 | A CASA e IN CLASSE | Video di Sofia Gnoli

### Prima di guardare:

1. Segui la moda? Ti interessa? Perché sì o perché no?

---

---

2. Conosci già alcuni marchi di moda italiana? Quali?

---

---

### VIDEO: [Made in Italy - Storia della moda italiana - Le Pillole della Dante](#) di Sofia Gnoli

Biografia: Sofia Gnoli è una giornalista e storica della moda che lavora all'Università della Sapienza a Roma nella facoltà di lettere e filosofia.<sup>11</sup>

### Guarda la prima parte del video (~0:00-2:00), e rispondi alle domande:

1. In quali anni lo stile italiano del “pret a porter” ha trovato un livello di fama internazionale?

---

2. Cos'è la moda “prêt a porter”?

---

---

3. Quale città era nel centro della produzione di “prêt a porter”?

---

### Guarda la seconda parte del video (~2:00-3:38), e rispondi alle domande:

4. Cerca la parola “sfilata” online. Come puoi definirla, con parole tue?

---

---

5. In questi anni, il sarto è stato sostituito dallo stilista in popolarità. Qual è la differenza tra questi lavori, secondo te?

---

<sup>11</sup> Fonte: <https://www.lettere.uniroma1.it/users/sofia-gnoli>

---

---

6. Chi era Beppe Modenese?

---

---



La Sala Bianca, al Palazzo Pitti di Firenze, dove sono organizzate le prime sfilate italiane (orchestrate da Giovanni Battista Giorgini).

**Guarda la terza parte del video (~3:38-6:19), e rispondi alle domande:**

7. Valentino:

a. In quali anni Valentino ha trovato successo nel mondo della moda?

---

b. Com'era la sua formazione<sup>12</sup>? Dove ha studiato la moda?

---

8. Giorgio Armani

a. Cosa voleva studiare Armani originariamente?

---

---

<sup>12</sup> la formazione= *education*

b. Dove ha cominciato a lavorare con la moda?

---

c. Per quale film Armani ha disegnato tutto il guardaroba dell'attore principale?

---

**Guarda la quarta parte del video (~6:51-8:44), e rispondi alle domande:**

9. Versace:

a. In quale città italiana ha lavorato la madre di Gianni Versace in sartoria<sup>13</sup>?

---

b. Come descrive Gnoli i vestiti di Versace?

---

---

10. Quali sono altri tre nomi di “protagonisti” del Made in Italy nell'industria della moda?

a. \_\_\_\_\_ b. \_\_\_\_\_

b. \_\_\_\_\_

**Guarda la quinta parte e la conclusione (~8:44 fino alla fine), e rispondi alle domande::**

11. In quale paese vive chi ha comprato il marchio di Valentino?

---

12. Gnoli dice che ora, la globalizzazione crea un “nuovo scenario” per la moda. Spiega, “non parliamo di Made in Italy, ma parliamo di Made in Italy *inteso come fenomeno*.” Cosa vuol dire, secondo te?

---

---

13. Chi sono alcuni protagonisti importanti della moda nel tuo paese?

---

---

14. Pensi che la moda abbia lo stesso valore sociale nel tuo paese quanto in Italia?

---

---

---

---

<sup>13</sup> la sartorial = *taylor's shop*



## ATTIVITÀ 8 | A CASA | COMMENTO

Scegli un protagonista della moda Made in Italy (per esempio: Gucci, Versace, Giorgio Armani, ecc.) e cerca sul suo sito web un'immagine di un vestito o un completo.

Scrivi un commento dalla prospettiva di un/a critico/a di moda, seguendo queste domande:

- Ti piacciono questi vestiti? Li compreresti?
- Secondo te, questo prodotto è di alta moda, o fa schifo<sup>14</sup>?
- Quante stelle daresti a questo capo di abbigliamento<sup>15</sup> su cinque?

Carica la tua foto e il tuo commento online sul Forum su Moodle.

Prendi i tuoi appunti<sup>16</sup> qui:

---

---

---

---

La tua valutazione: \_\_\_ / 5 \*

### Vocabolario utile per l'attività 8

L'abito = *dress, suit*

L'anello = *ring*

La borsa = *purse, bag*

Il bracciale / braccialetto = *bracelet*

I calzini = *socks*

Il cappello = *hat*

Il cardigan

La collana = *necklace*

I collant / Le calze collant = *tights, stockings*

La cintura = *belt*

Il completo = *outfit*

Il costume da bagno = *bathing suit*

La giacca = *jacket*

La gonna = *skirt*

La maglia = *long-sleeved shirt, sweater*

→ La maglietta = *T-shirt*

→ Il maglione = *thick sweater*

La moda = *fashion*

Gli occhiali = *glasses*

→ Gli occhiali da sole = *sunglasses*

Gli orecchini = *earrings*

I pantaloni = *pants*

→ I pantaloncini = *shorts*

I sandali = *sandals*

Le scarpe = *shoes*

→ Le scarpe eleganti / sportive

→ Le scarpe con il tacco = *high heels*

Gli stivali = *boots*

Il trucco = *makeup*

<sup>14</sup> fare schifo = *to be disgusting, revolting*

<sup>15</sup> il capo di abbigliamento = *article of clothing*

<sup>16</sup> prendere appunti = *to take notes*



## GRAMMATICA – RIPASSO: GLI ARTICOLI INDETERMINATIVI

- Leggi bene il pdf *Grammatica – Gli articoli indeterminativi* su Moodle  
- Esercizi: 4.1 e 4.2 p. 21; 4.3, 4.4, e 4.5 p. 22 [controlla il pdf *Grammatica – Soluzioni* p. 296]



### ATTIVITÀ 9 | Scrivi l'articolo indeterminativo corretto per ogni parola.

|                        |                     |                       |
|------------------------|---------------------|-----------------------|
| _____ gelato           | _____ amico         | _____ piazza          |
| _____ monumento        | _____ caffè         | _____ radio (f.)      |
| _____ lingua           | _____ famiglia      | _____ cibo            |
| _____ ristorante (m.)  | _____ formaggio     | _____ cinema (m.)     |
| _____ città            | _____ dialetto      | _____ canzone (f.)    |
| _____ sigaretta        | _____ panorama (m.) | _____ vino            |
| _____ sport            | _____ bar           | _____ pizza           |
| _____ televisione (f.) | _____ università    | _____ automobile (f.) |
| _____ risotto          | _____ giornale (m.) | _____ religione (f.)  |
| _____ mafia            | _____ chiesa        | _____ tecnologia      |
| _____ moda             | _____ cappuccino    | _____ arte            |



### ATTIVITÀ 10 | Completa con l'articolo indeterminativo appropriato.

1. L'espressione "Made in Italy" descrive \_\_\_\_\_ prodotto di alta qualità creato in Italia.
2. Questi prodotti possono essere venduti in altri paesi ad \_\_\_\_\_ prezzo più alto.
3. Il nome Made in Italy è scritto in inglese invece che in italiano per \_\_\_\_\_ precisa scelta di marketing.
4. È necessario fare domanda, usare materiali buoni e di qualità, e seguire la tradizione per ottenere \_\_\_\_\_ certificazione "Made in Italy."
5. Il Made in Italy è \_\_\_\_\_ idea di qualità che contribuisce all'immagine della cultura italiana nel mondo.

## GRAMMATICA – RIPASSO: GLI ARTICOLI DETERMINATIVI

- Leggi bene il pdf *Grammatica – Gli articoli determinativi* su Moodle.  
- Esercizi: 3.1, 3.2, e 3.3 p. 17; 3.4 e 3.5 p. 18; 3.6 e 3.7 p. 19 [controlla il pdf *Grammatica – Soluzioni* pp. 295-296]



**ATTIVITÀ 11 | Completa l'esercizio con gli articoli determinativi corretti, e poi trasforma i nomi singolari in plurale.**

Es. \_\_\_\_\_ (la) regione → le regioni

|                            |         |
|----------------------------|---------|
| _____ modello produttivo   | → _____ |
| _____ Ferrari              | → _____ |
| _____ immigrato            | → _____ |
| _____ protagonista (m./f.) | → _____ |
| _____ stereotipo           | → _____ |
| _____ invenzione           | → _____ |
| _____ società              | → _____ |
| _____ vendita              | → _____ |
| _____ icona                | → _____ |
| _____ connessione          | → _____ |
| _____ stivale              | → _____ |
| _____ vestito              | → _____ |
| _____ crisi                | → _____ |
| _____ cibo italiano        | → _____ |
| _____ azienda              | → _____ |
| _____ informazione         | → _____ |
| _____ investimento         | → _____ |
| _____ fenomeno             | → _____ |
| _____ valore (m.)          | → _____ |
| _____ prezzo               | → _____ |
| _____ sport                | → _____ |



## ATTIVITÀ 12 | Completa il testo con gli articoli determinativi corretti

\_\_\_\_\_ Ferrari è famosa nel Mondo per \_\_\_\_\_ sue auto formidabili e per \_\_\_\_\_ vittorie nei campionati di Formula 1. \_\_\_\_\_ Ferrari è \_\_\_\_\_ unica scuderia automobilistica ad aver partecipato fin dall'inizio (nel 1950) a tutte \_\_\_\_\_ edizioni del Campionato del Mondo di Formula 1, ed è quella che ha riscosso \_\_\_\_\_ maggiori successi: 16 volte Campione del Mondo piloti, 17 volte Campione del Mondo costruttori, oltre 215 vittorie in Gran Premio.

\_\_\_\_\_ due caratteristiche della Ferrari sono \_\_\_\_\_ colore rosso della carrozzeria e \_\_\_\_\_ cavallino rampante nero su fondo giallo, che era stato il simbolo dell'aviatore Francesco Baracca (eroe della Prima Guerra Mondiale) e che Ferrari ha dipinto sulle proprie auto nel 1923, come portafortuna.

\_\_\_\_\_ "Rosse", così sono chiamate a volte \_\_\_\_\_ Ferrari, sono state guidate da tutti \_\_\_\_\_ più grandi piloti di sempre: Tazio Nuvolari, Juan Manuel Fangio, Alberto Ascari, Phil Hill, Clay Regazzoni, Niki Lauda, Gilles Villeneuve, Alain Prost, Michael Schumacher, Jean Alesi, Kimi Raikkonen, Fernando Alonso. \_\_\_\_\_ colore detto "rosso corsa" in realtà è dovuto a una convenzione internazionale decisa dalla Federazione Internazionale dell'Automobile, ma nel tempo \_\_\_\_\_ "rosso Ferrari" è diventato un marchio di fabbrica.

Oggi \_\_\_\_\_ presidente della Ferrari è Luca Cordero di Montezemolo, ma \_\_\_\_\_ società automobilistica nasce dalla passione per \_\_\_\_\_ motori di Enzo Ferrari, che comincia a lavorare come preparatore di auto da corsa per \_\_\_\_\_ Alfa Romeo già nel 1929. Poi \_\_\_\_\_ 1° settembre 1939 Ferrari fonda la Auto Avio Costruzioni, a Maranello, in provincia di Modena, ma è nel 1947 che inizia \_\_\_\_\_ vera a propria costruzione di automobili. Nel 1957 \_\_\_\_\_ ditta cambia il suo nome in Auto Costruzioni Ferrari e poi Ferrari Spa, che nel 1975 entra a far parte del gruppo FIAT. Quando nel 1988 muore \_\_\_\_\_ fondatore e patron Enzo Ferrari, \_\_\_\_\_ FIAT (un'altra società automobilistica) acquisisce \_\_\_\_\_ 90% delle azioni.



## ATTIVITÀ 13 | A CASA | Leggi l'articolo e rispondi alle domande.

### “Made in Italy” di Vanni Codiluppi

Oggi il concetto di Made in Italy è di complessa definizione. Letteralmente, un prodotto è “made in Italy” se è costruito<sup>17</sup> in Italia. Ma nell'attuale epoca sociale, dominata dalla globalizzazione economica e dalla delocalizzazione produttiva, esistono diverse percentuali possibili di realizzazione di un prodotto in un Paese. E non è facile riuscire a stabilire<sup>18</sup> fino a quale percentuale sia possibile considerare un prodotto effettivamente “made” in quel Paese. Generalmente si tende a ritenere<sup>19</sup> che un prodotto appartenga alla categoria del Made in Italy se è costruito in prevalenza<sup>20</sup> in Italia. E per estensione possiamo considerare dunque il Made in Italy come l'insieme dei prodotti il cui processo produttivo viene realizzato per la maggior parte nel nostro Paese.

Ma che dire [per esempio] della celebre Moka Bialetti, la cui produzione dal 2010 è stata interamente trasferita<sup>21</sup> in Cina? Possiamo ancora considerarla un simbolo del Made in Italy? E che dire degli abiti proposti dalle aziende e dagli stilisti italiani, che da tempo vengono in larga parte realizzati<sup>22</sup>, per ragioni di costi, in Paesi stranieri? In questi casi siamo di fronte probabilmente ancora a dei prodotti Made in Italy. Si tratta di prodotti di successo e dunque è evidente che alla fine anche ai consumatori non importa molto di dove il Made in Italy venga realizzato. Quello che interessa loro, semmai, è di poter disporre di nuovi prodotti. Cioè di non dover trovare i simboli del Made in Italy solamente andando a rovistare nel passato<sup>23</sup>, nei mercati del vintage e della nostalgia. È evidente però che ormai da diverso tempo non accade più<sup>24</sup> che delle nuove icone del design made in Italy ottengano un notevole successo sul mercato.

... [Ci sono] molteplici ragioni che hanno portato allo sviluppo di questo fenomeno[,] come ad esempio il fatto che negli scorsi decenni<sup>25</sup> sono state prodotte numerose icone, con il risultato che oggi probabilmente ci troviamo in una situazione di “sovraffollamento<sup>26</sup> iconico” nella quale i nuovi prodotti incontrano delle difficoltà ad emergere. Oppure la crescita<sup>27</sup> nelle società contemporanee di un orientamento verso il “presente continuo”, cioè verso una compressione e una omologazione del tempo e dello spazio. [Per questo, è] difficile per qualsiasi prodotto entrare sul mercato e caratterizzarsi come qualcosa che è dotato di una natura differente. I nuovi oggetti dunque tendono a inseguire le mode del momento e “sono troppo intrappolati nel loro presente per essere icone.”

---

<sup>17</sup> costruire = *to build*

<sup>18</sup> riuscire a stabilire = *to manage to establish*

<sup>19</sup> si tende a ritenere = *people tend to think*

<sup>20</sup> in prevalenza = *mainly*

<sup>21</sup> trasferire = *to move, to transfer*

<sup>22</sup> essere realizzato = *to be made, created, put together (of a product)*

<sup>23</sup> rovistare nel passato = *to rummage through the past*

<sup>24</sup> non accade più = *it doesn't happen anymore*

<sup>25</sup> il decennio = *a decade*

<sup>26</sup> il sovraffollamento = *overcrowding*

<sup>27</sup> la crescita = *growth*

C'è però un fattore che è fondamentale nel mancato sviluppo odierno<sup>28</sup> di icone del design italiano: il radicale cambiamento in corso<sup>29</sup> del modello produttivo adottato dal sistema economico. I prodotti del design italiano erano infatti delle invenzioni che erano generate all'interno di un ambiente tecnologico di natura sostanzialmente meccanica. [...] Ed erano realizzati da piccole fabbriche artigianali<sup>30</sup> o poco più. Ma oggi ciò non è più possibile. Un'icona del design odierno, ad esempio, è l'iPhone, che la Apple è riuscita a vendere in una decina d'anni in oltre un miliardo di esemplari<sup>31</sup>, ma la cui realizzazione è stata resa possibile da un mostruoso investimento economico in ricerca e sviluppo, in parte sostenuto dallo Stato americano.

Perché un'icona del design deve essere sicuramente piacevole e memorabile sul piano estetico, ma deve anche saper funzionare efficacemente<sup>32</sup>. Deve cioè essere in grado di fornire al consumatore delle prestazioni che lo soddisfino<sup>33</sup>. Era così, per esempio, per la moka Bialetti,<sup>34</sup> in grado di fornire un ottimo caffè domestico, e lo è ancora oggi. Attualmente però, nell'era del digitale, le prestazioni richieste dai consumatori ai prodotti sono decisamente più numerose e sofisticate. E poche aziende<sup>35</sup> possono permettersi di<sup>36</sup> arrivare ai livelli d'investimento necessari a creare un'icona dei nostri giorni. La stessa Apple, d'altronde, ha lanciato il suo iPhone nel 2007 e da allora non è più riuscita a replicare con altri prodotti il grande successo ottenuto da questo *smartphone*.

Interrogarsi sulla crisi<sup>37</sup> delle icone del design italiano [...] può sembrare un esercizio di scarsa utilità.<sup>38</sup> Ma l'Italia, che non dispone di materie prime<sup>39</sup> importanti e non possiede le grandi imprese<sup>40</sup> in grado di sostenere gli investimenti economici in ricerca e sviluppo necessari a dare vita a delle nuove icone, deve necessariamente porsi questa questione. Deve chiedersi cioè<sup>41</sup> come possa competere con gli altri Paesi in uno scenario in cui il modello produttivo prevalente è notevolmente mutato. E in cui, allora, occorre<sup>42</sup> probabilmente riuscire a reinventare il concetto stesso di icona del design.

[ Adattato da: <https://www.doppiozero.com/rubriche/1919/201809/made-in-italy> ]

<sup>28</sup> il mancato sviluppo odierno = *the thwarted development of today*

<sup>29</sup> il cambiamento in corso = *the ongoing change*

<sup>30</sup> la fabbrica artigianale = *a small, family-run factory (lit. artisanal factory)*

<sup>31</sup> un miliardo di esemplari = *a billion of pieces*

<sup>32</sup> saper funzionare efficacemente = *to work/function effectively*

<sup>33</sup> essere in grado di fornire al consumatore delle prestazioni che lo soddisfino = *to be able to offer to the customer a satisfying performance*

<sup>34</sup> per saperne di più sulla moka Bialetti, controlla: [https://www.bialetti.it/it\\_it/caffettiere/moka.html](https://www.bialetti.it/it_it/caffettiere/moka.html)

<sup>35</sup> l'azienda = *company*

<sup>36</sup> poter permettersi di = *to afford to*

<sup>37</sup> interrogarsi sulla crisi = *to wonder/ponder about the crisis*

<sup>38</sup> un esercizio di scarsa utilità = *an exercise in futility*

<sup>39</sup> le materie prime = *raw materials*

<sup>40</sup> l'impresa = *company*

<sup>41</sup> cioè = *that is to say*

<sup>42</sup> occorre = *it is necessary, it is needed*

**Ora rispondi alle domande:**

1. Secondo l'articolo, i prodotti "Made in Italy" devono essere prodotti in parte in Italia; ma oggi, tutti i prodotti Made in Italy sono fatti in Italia? Perché sì o perché no?

---

---

2. Secondo te, è vero che "alla fine anche ai consumatori non importa molto di dove il Made in Italy venga realizzato"?

---

---

3. L'icona del Made in Italy è cambiata molto? Perché sì o perché no?

---

---

4. Cosa vuol dire "sovraffollamento iconico," e come impedisce ai nuovi prodotti di trovare successo sul mercato?

---

---

5. L'autore scrive che le società contemporanee desiderano un "presente continuo." Come può questo desiderio influenzare la creazione e il successo di nuovi prodotti?

---

---

6. Come è cambiato il modello produttivo in anni recenti? Quali tipi di prodotti vengono desiderati adesso?

---

---

7. Perché è importante per Italia "interrogarsi sulla crisi delle icone del design italiano," secondo l'autore dell'articolo?

---

---

8. I prodotti "Made in... (il tuo paese)" hanno un prezzo più alto, secondo te? Perché sì o perché no? Quali tipi di prodotti sono? Come sono diversi dai prodotti tipici del Made in Italy?

---

---

---

---



### ATTIVITÀ 14 | A CASA | COMMENTO

A casa, cerca uno spot di un prodotto del Made in Italy su Youtube, e commenta seguendo queste domande:

- Ti piace questo spot? Perché sì o perché no?
- Quale tipo di prodotto è pubblicizzato in questo spot?
- Cosa succede nello spot?
- Quali elementi culturali italiani (immagini, musica, ecc.) usa questo spot? Ci sono stereotipi?
- Questo spot è simile o differente dagli spot americani che conosci? Quali sono alcuni elementi simili o differenti?

Crea un commento sul Forum su Moodle: [\[link\]](#).

---



---



---



---



### ATTIVITÀ 15 | A COPPIE o IN GRUPPI – RIFLESSIONE FINALE

Fai queste domande a un/a compagno/a e scrivi le sue risposte.

1. Quali prodotti ti sono piaciuti di più nelle attività sul Made in Italy?

---

2. Quali prodotti conoscevi già e quali non conoscevi?

---

3. Secondo te, qual è il prodotto del Made in Italy più famoso nel mondo? Perché?

---

4. Quali prodotti del Made in Italy usi nella vita di tutti i giorni?

---

5. Secondo te, quali aspetti, oltre al Made in Italy, contribuiscono all'idea di Italia?

(per esempio, l'arte, la storia...)

---

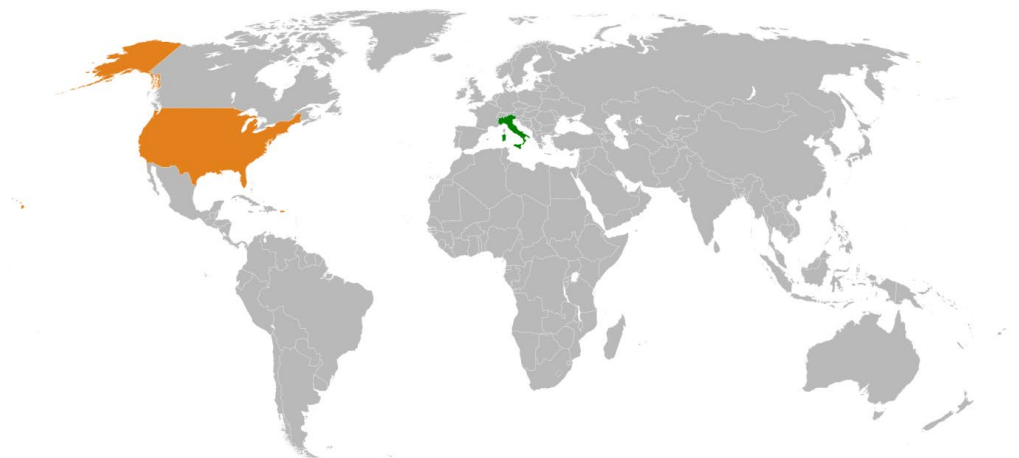


---



---

## 2. ITALIA E STATI UNITI: UN CONFRONTO



### CARTA D'IDENTITÀ<sup>43</sup>

|   |   |  |
|---|---|--|
| <b>Nome:</b>  | <b>Italia</b><br>(Repubblica italiana)                              | <b>Stati Uniti d'America</b><br>(United States of America) |
| <b>Data di unificazione:</b>                          | Regno d'Italia: 17 marzo 1861<br>Repubblica Italiana: 2 giugno 1946 | 4 luglio 1776  |
| <b>Festa nazionale:</b>                               | 2 giugno<br>la Festa della Repubblica                               | 4 luglio<br>il Giorno dell'Indipendenza                    |
| <b>Superficie:</b>                                    | 302.072 km <sup>2</sup>   | 9.833.520 km <sup>2</sup>                                  |
| <b>Popolazione:</b>                                   | circa 60.376.408 abitanti   | circa 327.167.434 abitanti                                 |
| <b>Tipo di governo:</b>                               | Repubblica parlamentare   | Repubblica presidenziale federale                          |
| <b>Presidente:</b>                                    | Sergio Mattarella   | Donald Trump   |
| <b>Presidente del consiglio /<br/>Primo ministro:</b> | Giuseppe Conte  | --   |
| <b>Lingua:</b>  | Italiano  | Inglese  |
| <b>Capitale:</b>                                      | Roma  | Washington D.C.  |
| <b>Unità monetaria:</b>                               | Euro  | Dollaro  |
| <b>Numero di stati o<br/>regioni:</b>                 | 20 regioni amministrative   | 50 stati   |

<sup>43</sup> Tutti i dati provengono dalle pagine Wikipedia [https://en.wikipedia.org/wiki/United\\_States](https://en.wikipedia.org/wiki/United_States) e <https://it.wikipedia.org/wiki/Italia>





### ATTIVITÀ 16 | A COPPIE

**Con un compagno, leggi le domande, e rispondi – poi scrivi le risposte.**

1. Qual è la data dell'Unificazione del Regno d'Italia?  
\_\_\_\_\_
2. Quale paese ha una superficie più piccola, l'Italia o gli Stati Uniti?  
\_\_\_\_\_
3. Qual è la capitale degli Stati Uniti?  
\_\_\_\_\_
4. Quante regioni amministrative ci sono in Italia? Ricordi il nome di qualche regione?  
\_\_\_\_\_
5. Qual è la lingua ufficiale degli Stati Uniti? Quali altre lingue si parlano in questo paese?  
\_\_\_\_\_
6. Qual è la data dell'Indipendenza degli Stati Uniti?  
\_\_\_\_\_
7. Quale unità monetaria si usa in Italia?  
\_\_\_\_\_
8. Chi è il Presidente d'Italia? E il Presidente del Consiglio?  
\_\_\_\_\_
9. Che tipo di governo c'è negli Stati Uniti?  
\_\_\_\_\_
10. Quale paese ha meno abitanti, l'Italia o gli Stati Uniti?  
\_\_\_\_\_
11. Quando è nata la Repubblica Italiana?  
\_\_\_\_\_
12. Come si chiama il Presidente degli Stati Uniti?  
\_\_\_\_\_

**Ora scrivi, con un compagno, una domanda extra per la classe – e poi risponderemo insieme.**

→ \_\_\_\_\_

## GRAMMATICA – IL COMPARATIVO

- Studia il pdf *Grammatica – Il Comparativo e il superlativo* su Moodle.
- Esercizi: 26.1 e 26.2 p. 182; 26.3 p. 183; 26.4 p. 184 [controlla il pdf *Grammatica – Soluzioni* p. 305]

Ci sono tre tipi di comparativi in italiano: di **maggioranza**, di **minoranza**, e di **uguaglianza**.

### 1. COMPARATIVO DI MAGGIORANZA O MINORANZA

**più / meno**      +      **aggettivo / nome / avverbio** +      **di / che**

Es. *L'Italia è **più** popolata degli Stati Uniti.*

Es. *In Italia ci sono **meno** montagne **che** spiagge.*

#### Quando si usano DI o CHE?

You use "DI":

- **when two terms are compared with respect to one quality/element**  
 Es. *L'Italia è più piccola degli Stati Uniti.*  
 Es. *L'Italia ha meno abitanti degli Stati Uniti.*
- **before “quanto” and “quel che”**  
 Es. *L'Italia è molto più bella di quanto pensavo (pensassi)!*  
 Es. *Il cibo italiano è meno costoso di quel che mi aspettassi.*
- **before numbers**  
 Es. *Ci sono più di 60 milioni di abitanti in Italia.*

You use "CHE":

- **when two qualities/elements are compared referring to the same term**  
 Es. *L'Italia è più lunga che larga.*  
 Es. *In Italia ci sono più spiagge che montagne.*
- **before a combination: preposition + noun // preposition + pronoun**  
 Es. *Il viaggio in Italia è stato più divertente per me che per te.*
- **before an infinitive**  
 Es. *Secondo me è più interessante visitare l'Italia che vederla in un film.*

a) Con aggettivi, verbi, e avverbi, si usa **tanto...quanto...** o **così... come...**

→ Tanto/quanto e così/come sono invariabili, non cambiano!

→ (tanto) e (così) sono opzionali, ma quanto e come sono necessari!

|   |
|---|
| <b>(tanto / così)</b> + <b><u>aggettivo / verbo / avverbio</u></b> + <b>quanto / come</b> |
|---|

Es. L'Italia è **(tanto) interessante quanto** gli Stati Uniti.

Es. A Roma si mangia **(così) bene come** a Milano.

Es. Mi piace **(tanto) visitare un paese nuovo quanto studiare** una nuova lingua.

b) Con i nomi, si usa **tanto/a/i/e... quanto/a/i/e...**

→ Tanto/quanto si accordano con il nome!

|  |
|--|
| <b>tanto / a / i / e</b><br><b>[accorda con il nome]</b> + <b>nome</b> + <b>quanto / a / i / e</b><br><b>[accorda con il nome]</b> |
|--|

Es. A Roma ci sono **tante macchine quanti pedoni** (= pedestrians).

Es. In Italia ci sono **tanti luoghi interessanti quanti** negli Stati Uniti.



### ATTIVITÀ 17 | COMPARATIVI

Completa le comparazioni tra l'Italia e gli Stati Uniti, usando i comparativi di maggioranza (+), minoranza (-), o uguaglianza (=). Attenzione a DI o CHE!

Es. L'Italia è \_\_\_\_\_ popolata \_\_\_\_\_ Stati Uniti. (-)

L'Italia è **meno** popolata **degli** Stati Uniti.

1. Gli Stati Uniti sono \_\_\_\_\_ vasti \_\_\_\_\_ popolati. (+)
2. L'acqua dell'Oceano Atlantico è \_\_\_\_\_ fredda \_\_\_\_\_ acqua dell'Oceano Pacifico. (-)
3. Venezia è \_\_\_\_\_ bella \_\_\_\_\_ caotica. (=)
4. L'Italia è \_\_\_\_\_ piccola \_\_\_\_\_ Stati Uniti. (+)
5. La capitale degli Stati Uniti è \_\_\_\_\_ antica \_\_\_\_\_ capitale dell'Italia. (-)

6. Negli Stati Uniti ci sono \_\_\_\_\_ 300 milioni di persone. (+)
7. Milano è \_\_\_\_\_ interessante \_\_\_\_\_ New York. (=)
8. I turisti in Italia bevono \_\_\_\_\_ cappuccini \_\_\_\_\_ caffè lisci. (+)
9. Milano ha una metropolitana \_\_\_\_\_ organizzata \_\_\_\_\_ New York. (-)
10. Negli Stati Uniti i ristoranti sono generalmente \_\_\_\_\_ costosi \_\_\_\_\_ in Italia. (+)
11. L'inglese americano è \_\_\_\_\_ difficile \_\_\_\_\_ l'italiano? (=)
12. Los Angeles ha \_\_\_\_\_ ristoranti etnici \_\_\_\_\_ Roma. (+)
13. Il caffè espresso italiano ha \_\_\_\_\_ acqua \_\_\_\_\_ caffè americano. (-)
14. Ogni città italiana ha \_\_\_\_\_ chiese cattoliche \_\_\_\_\_ sinagoghe o moschee. (+)
15. In Italia ci sono \_\_\_\_\_ monumenti \_\_\_\_\_ luoghi naturali molto belli. (=)
16. Negli Stati Uniti spesso la gente ama \_\_\_\_\_ viaggiare in auto \_\_\_\_\_ prendere il treno o l'aereo. (+)
17. Gli Stati Uniti sono \_\_\_\_\_ estesi \_\_\_\_\_ quanto pensassi! (+)
18. Ci sono \_\_\_\_\_ abitanti in Italia \_\_\_\_\_ negli Stati Uniti. (-)
19. L'euro è una moneta \_\_\_\_\_ forte \_\_\_\_\_ dollaro. (+)
20. Il calcio in Italia è \_\_\_\_\_ importante \_\_\_\_\_ il football negli Stati Uniti. (=)



### ATTIVITÀ 18 | A COPPIE

**Guarda la tabella a p. 24 e scrivi alcune frasi comparando l'Italia e gli Stati Uniti, usando i comparativi di maggioranza, minoranza, e uguaglianza. Attenzione a DI o CHE!**

Es. *L'Italia ha una superficie **più piccola degli** Stati Uniti.*

1. L'Italia ... \_\_\_\_\_
2. Gli Stati Uniti... \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_



## ATTIVITÀ 19 | A COPPIE

Usando le parole seguenti, a coppie comparate una città italiana e una città statunitense (cioè degli Stati Uniti) considerando questi aggettivi e questi elementi. Aggiungetene altri!

Es. A: – *Secondo me, Firenze è più tranquilla di Seattle.*

B: – **Non sono d'accordo.** *Secondo me, Firenze è tanto tranquilla quanto Seattle, dipende da dove abiti.*

Es. A: – *Secondo me, Firenze ha un museo più famoso di Seattle.*

B: – **Sono d'accordo.** *Firenze ha un museo più famoso di Seattle.*

**Quali città volete comparare?**

Città italiana: \_\_\_\_\_ Città statunitense: \_\_\_\_\_

### Aggettivi

|              |           |              |                                  |
|--------------|-----------|--------------|----------------------------------|
| popolato/a   | caotico/a | antico/a     | divertente                       |
| liberale     | ricco/a   | trafficato/a | inquinato/a (= <i>polluted</i> ) |
| tranquillo/a | pulito/a  | cosmopolita  | organizzato/a                    |

### Elementi

|                    |        |                   |                   |
|--------------------|--------|-------------------|-------------------|
| musei              | chiese | monumenti         | piazze            |
| centri commerciali | parchi | ristoranti tipici | ristoranti etnici |

### Appunti:

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## GRAMMATICA – I COMPARATIVI IRREGOLARI

- Gli aggettivi **buono**, **cattivo**, **grande**, **piccolo** hanno sia una forma regolare sia una forma irregolare.

| Aggettivo        | Comparativo   |
|------------------|---|
| buono            | più buono [regolare]<br><b>migliore</b> [irregolare]            |
| cattivo / brutto | più cattivo / brutto [regolare]<br><b>peggiore</b> [irregolare] |
| grande           | più grande [regolare]<br><b>maggiore</b> [irregolare]           |
| piccolo          | più piccolo [regolare]<br><b>minore</b> [irregolare]            |

Es. *L'Italia ha una superficie **più piccola** degli Stati Uniti.*

*L'Italia ha una superficie **minore** degli Stati Uniti.*

Es. *Il traffico a Roma è **peggiore** che a Los Angeles!*

Es. *La pizza italiana è **più buona** della pizza in Connecticut.*

*La pizza italiana è **migliore** della pizza in Connecticut.*

- Gli avverbi corrispondenti a questi aggettivi, **bene** (da buono), **male** (da cattivo), **molto** (da grande), **poco** (da piccolo) hanno **solo la forma irregolare**.

| Avverbio | Comparativo                |
|----------|----------------------------|
| bene     | <b>meglio</b> [irregolare] |
| male     | <b>peggio</b> [irregolare] |
| molto    | <b>più</b> [irregolare]    |
| poco     | <b>meno</b> [irregolare]   |

Es. *A Little Italy a New York si mangia molto **bene**, ma secondo me, in Italia si mangia **meglio**.*

Es. *Alcuni americani guidano **male**, ma molti italiani guidano anche **peggio**.*

### \*\*\*ATTENZIONE!

La differenza tra un aggettivo e un avverbio è:

- un aggettivo modifica un nome  
Es. *Il gelato italiano è buono; il gelato italiano è spesso migliore di quello americano.*
- un avverbio modifica un verbo o un aggettivo  
Es. *Io cucino bene, ma la mia mamma italiana cucina molto meglio di me!*



## ATTIVITÀ 20 | COMPARATIVI IRREGOLARI

**A. Scrivi 5 frasi comparando alcuni aspetti di alcuni prodotti italiani e statunitensi, usando i comparativi irregolari degli aggettivi.**

Es. *la produzione di vino / grande*

*In Italia la produzione di vino è **maggiore** che negli Stati Uniti.*

|                           |  |   |                                       |
|---------------------------|--|---|---------------------------------------|
| Italia<br><br>Stati Uniti | le montagne<br>le distanze tra le città<br>la pizza<br>il caffè<br>i mezzi di trasporto pubblici (treno, autobus...) | le macchine sportive<br>i prezzi delle case<br>il traffico<br>il gelato | grande<br>piccolo<br>buono<br>cattivo |
|---------------------------|--|---|---------------------------------------|

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

**B. Ora scrivi 5 frasi comparando alcuni aspetti di alcuni prodotti italiani e statunitensi, usando i comparativi irregolari degli avverbi.**

Es. *lavorare / molto*

*In media, gli americani lavorano **più** degli italiani.*

|                                   |   |  |                               |
|-----------------------------------|---|--|-------------------------------|
| Gli italiani<br><br>Gli americani | guidare<br>bere<br>uscire con gli amici<br>comprare una casa<br>stare bene/male (= <i>to feel</i> ) | cucinare<br>costare (= <i>to cost</i> )<br>vestirsi (= <i>to dress</i> )<br>lavorare | molto<br>poco<br>bene<br>male |
|-----------------------------------|---|--|-------------------------------|

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_



### ATTIVITÀ 21 | A COPPIE

Con un/a compagno/a, fai delle domande e chiedi all'altra persona di fare paragoni usando le parole date o aggiungendo nuove parole, e di spiegare la preferenza. Usate i comparativi regolari e irregolari, di maggioranza, minoranza, e uguaglianza.

Es. *la musica rap / la musica classica*

A – *Secondo te cosa è più popolare, la musica rap o la musica classica?*

B – *Secondo me, la musica rap è più popolare della musica classica.*

Usa questi elementi:

**il caffè / il tè**

**una vacanza al mare / una vacanza in montagna**

**i cani / i gatti**

**la tua città / la città in cui studi**

**il cibo sano (=healthy) / il 'fast food'**

**la tua casa / la stanza o l'appartamento a Wesleyan...**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_



### ATTIVITÀ 22 | IN GRUPPI

In gruppetti, fate una lista di paragoni tra l'Italia e gli Stati Uniti. Usate i comparativi regolari e irregolari, di maggioranza, minoranza, e uguaglianza.

Ecco dei temi possibili:

**la cucina / l'arte / la musica / il cinema / il riciclaggio / le piazze / le spiagge / le montagne / i parchi naturali / i monumenti / il governo / la religione / il teatro / l'università / i musei**

Es. *le spiagge*

a. *Le spiagge statunitensi sono più estese delle spiagge italiane.*

b. *Le spiagge sono più organizzate e popolate in Italia che negli Stati Uniti.*

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_



### 3. L'ITALIA FISICA

L'Italia è una penisola dalla forma di un lungo stivale<sup>44</sup> che si allunga nel Mar Mediterraneo con oltre 7.000 km di **bellissime (1)** coste. **Il punto più a nord d'Italia (2)** è la Vetta d'Italia nel Trentino Alto-Adige, mentre **il punto più a sud (3)** è l'isola di Lampedusa, che è **più vicina alla Tunisia che all'Italia (4)**. Il Mar Mediterraneo prende nomi differenti a seconda della costa: Mar Ligure, Mar Tirreno, Mar Ionio, Mare Adriatico, e Mar di Sardegna. In questi mari<sup>45</sup> ci sono due grandi isole, la Sicilia e la Sardegna; e altre **isole più piccole (5)**, come l'Isola d'Elba, Ischia, Capri, le isole Eolie, e molte altre.

Circa il 77% del territorio italiano è costituito da monti<sup>46</sup> e colline<sup>47</sup>. La grande catena montuosa<sup>48</sup> delle Alpi, al nord, è disposta ad arco e separa l'Italia dalle terre confinanti<sup>49</sup> (la Francia, la Svizzera, l'Austria, e la Slovenia). Nelle Alpi ci sono **le cime<sup>50</sup> più alte d'Italia (6)**: il Monte Bianco, che a 4.810 metri è anche **la cima più alta d'Europa (7)**, il Monte Rosa a 4.634 metri, e il Monte Cervino a 4.478 metri. I paesaggi incantevoli<sup>51</sup> delle Alpi attirano **tanti turisti quanti atleti (8)**, che possono praticare sport invernali grazie agli **attrezzatissimi<sup>52</sup> (9)** centri sciistici. Lungo tutta la penisola si snoda<sup>53</sup>, costituendone la “spina dorsale”<sup>54</sup>, anche un'altra catena montuosa, gli Appennini. **Le cime degli Appennini sono più basse di quelle delle Alpi (10): il monte più alto è il Gran Sasso (11)**, che raggiunge solo i 2.912 metri. Tuttavia, negli Appennini ci sono ancora alcuni vulcani attivi e pericolosi: l'Etna in Sicilia, lo Stromboli, il Vulcano nelle isole Lipari, e il Vesuvio in Campania (vicino a Napoli), che è tristemente famoso per la **violentissima (12)** eruzione che nel 79 d.C. ha distrutto le città di Pompei ed Ercolano.

Solo il 20% circa del territorio italiano è pianeggiante<sup>55</sup> e circa la metà è costituita dalla pianura<sup>56</sup> Padana, nel nord, che è attraversata dal **fiume<sup>57</sup> più lungo d'Italia (13)**, il Po – lungo 652 km – e i suoi affluenti. Nel punto in cui il fiume Po sfocia<sup>58</sup> nel Mare Adriatico, si forma un delta, dove c'è la laguna di Venezia. **Le altre pianure sono meno estese della pianura Padana (14)**, e spesso si trovano vicino alla costa. **Tra i fiumi più famosi negli Appennini ci sono l'Arno (15)**, lungo 241 km, che passa sotto i ponti della città di Firenze, e il Tevere, lungo 406 km, che bagna la “Città Eterna”, Roma.

---

<sup>44</sup> lo stivale = *boot*

<sup>45</sup> il mare = *sea*

<sup>46</sup> il monte / la montagna = *mountain*

<sup>47</sup> la collina = *hill*

<sup>48</sup> la catena montuosa = *mountain range*

<sup>49</sup> confinante = *bordering*

<sup>50</sup> la cima = *mountain top*

<sup>51</sup> incantevole = *enchanting*

<sup>52</sup> attrezzato = *well-equipped*

<sup>53</sup> snodarsi = *to twist and turn, to develop along*

<sup>54</sup> la spina dorsal = *back spine*

<sup>55</sup> pianeggiante = *flat, level*

<sup>56</sup> la pianura = *level ground*

<sup>57</sup> il fiume = *river*

<sup>58</sup> sfociare = *to flow into, to emerge into (a sea)*

**I laghi<sup>59</sup> più grandi e profondi (16)** sono al nord: per esempio, il Lago di Garda, che è **il più esteso d'Italia (17)**, ha una superficie di 370 km quadrati; il Lago Maggiore ha una superficie di 212,5 km quadrati; e **il Lago di Como, il più famoso nel mondo (18)** grazie alla sua bellezza, ha una superficie di 146 km quadrati. Al centro-sud ci sono **laghi tanto piccoli quanto pittoreschi (19)**, come il Lago Trasimeno, il Lago di Bolsena, e tanti altri.

La bellezza dell'Italia è anche dovuta alla grande varietà di clima e paesaggio, diverso da zona a zona.

## LE REGIONI

La Repubblica Italiana è costituita da 20 regioni amministrative. Al nord ci sono la Valle d'Aosta, il Piemonte, la Liguria, e la Lombardia – che formano l'Italia nord-occidentale; poi il Trentino Alto-Adige, il Veneto, il Friuli Venezia-Giulia, e l'Emilia-Romagna – che formano l'Italia nord-orientale. Al centro ci sono la famosa regione Toscana, l'Umbria, le Marche, e il Lazio. Al sud ci sono l'Abruzzo, il Molise, la Campania, la Puglia, la Basilicata, e la Calabria – che formano l'Italia meridionale; poi le due isole, la Sicilia e la Sardegna, che formano l'Italia insulare. Sono parte del territorio italiano anche due piccoli stati indipendenti: la Repubblica di San Marino e lo Stato del Vaticano.

**La regione più grande d'Italia (20)** è la Sicilia, che è anche **l'isola più grande del Mar Mediterraneo (21)**; **la regione più piccola d'Italia (22)** è invece la Valle d'Aosta. **La regione più popolata è la Lombardia (23)**, mentre **la meno popolata è sempre la Valle d'Aosta (24)**.



### ATTIVITÀ 23 – A COPPIE

Con un/a compagno/a, rispondi alle domande con una frase completa.

1. Come sono i 7.375 km di coste dell'Italia?

---



---

2. Qual è il punto più a nord d'Italia e il punto più a sud?

---



---

3. Di quanti mari più piccoli è composto il Mar Mediterraneo? Da cosa dipende?

---



---

<sup>59</sup> il lago = lake

4. Quali grandi isole Italiane ci sono nel Mar Mediterraneo?

---

---

5. Come si chiamano le due catene montuose in Italia? Quale catena ha la cima più alta in Europa?

---

---

6. Un vulcano nella catena degli Appennini è “tristemente famoso”: quale vulcano? Perché è famoso?

---

---

7. Qual è il fiume più lungo d'Italia? Quanto è lungo? Dove sfocia?

---

---

8. Come si chiamano i fiumi che bagnano, rispettivamente, Firenze e Roma?

---

---

9. Qual è il lago più esteso d'Italia? E quello più famoso?

---

---

10. Qual è la regione più grande d'Italia? E la più piccola?

---

---

11. Come si chiama la regione meno popolata d'Italia?

---

---

## GRAMMATICA – IL SUPERLATIVO RELATIVO E ASSOLUTO

- Studia il pdf *Grammatica – Il Comparativo e il superlativo* su Moodle.
- Esercizi: 26.1.1 e 26.1.2 p. 187; 26.1.3 e 26.1.4 p. 186 [controlla il pdf *Grammatica – Soluzioni* p. 305]



### ATTIVITÀ 24 – A COPPIE

Osserva le parole in grassetto nel testo sull'Italia fisica (pp. 33-34) e decidi quali sono comparativi e quali sono superlativi. Scrivi il numero corrispondente nella tabella sotto.

| Comparativi di maggioranza | Comparativi di uguaglianza | Comparativi di minoranza | Superlativi relativi | Superlativi assoluti |
|----------------------------|----------------------------|--------------------------|----------------------|----------------------|
|                            |                            |                          |                      | 1. “bellissime”      |



**ATTIVITÀ 25 | A COPPIE | Il superlativo relativo**

Guarda il testo a pp. 33-34 e scrivi alcune frasi sugli elementi geografici dell'Italia e degli Stati Uniti, usando il superlativo relativo.

Es. *Il fiume più lungo d'Italia (in Italia) è il Po.*

*Lo stato più grande degli Stati Uniti (negli Stati Uniti) è l'Alaska.*

5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_
10. \_\_\_\_\_
11. \_\_\_\_\_
12. \_\_\_\_\_
13. \_\_\_\_\_
14. \_\_\_\_\_
15. \_\_\_\_\_
16. \_\_\_\_\_



**ATTIVITÀ 25b | IN GRUPPI | Il superlativo relativo**

In gruppi o girando per la classe, trasforma le frasi dell'attività precedente in domande da fare ai compagni.

Es. *Il fiume più lungo d'Italia (in Italia) è il Po.*

→ **Qual è il fiume più lungo d'Italia?**

*Lo stato più grande degli Stati Uniti (negli Stati Uniti) è l'Alaska.*

→ **Qual è lo stato più grande degli Stati Uniti?**

Usando la struttura *Qual è ...* e le frasi dell'attività 25, fai domande a varie persone.



### ATTIVITÀ 26 | A COPPIE | Il superlativo assoluto

Guarda la tabella a p. 24 il testo a pp. 33-34 e scrivi alcune frasi sull'Italia e gli Stati Uniti, usando il superlativo assoluto.

**Prima di cominciare, ricorda come si forma il superlativo assoluto:**

- aggiungendo all'aggettivo il suffisso *-issimo / a / i / e*  
Es. *Gli Stati Uniti hanno una superficie **estesissima**.*
- usando avverbi come *molto, alquanto...*  
Es. *Gli Stati Uniti hanno una superficie **molto estesa**.*
- usando dei prefissi come *iper-, super-, stra-, ultra-, extra-, sovr(a)-*  
Es. *Gli Stati Uniti hanno una superficie **superestesa (straestesa)**.*
- ripetendo l'aggettivo (ma non si può fare con tutti gli aggettivi)  
Es. *Questa mozzarella è **fresca fresca!***
- usando *tutto / a / i / e* (ma non si può fare con tutti gli aggettivi)  
Es. *Quando torniamo in Italia siamo **tutti contenti!***

**Usa questi aggettivi o altri:**

|                  |                   |                   |
|------------------|-------------------|-------------------|
| popolato         | alto / basso      | famoso o popolare |
| antico / recente | esteso / limitato | profondo          |

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_

## GRAMMATICA – IL SUPERLATIVO IRREGOLARE

- Studia il pdf *Grammatica – Il Comparativo e il superlativo* su Moodle.
- Esercizi: 26.2.1 e 26.2.2 p. 187 [controlla il pdf *Grammatica – Soluzioni* p. 305]

- Gli aggettivi **buono**, **cattivo**, **grande**, **piccolo** hanno sia una forma regolare sia una forma irregolare.

| Aggettivo        | Comparativo   | Superlativo relativo   | Superlativo assoluto                         |
|------------------|---|--|--|
| buono            | più buono [regolare]<br><b>migliore</b> [irregolare]  | il più buono [reg]<br><b>il migliore</b> [irreg]             | buonissimo [reg]<br><b>ottimo</b> [reg]      |
| cattivo / brutto | più cattivo / brutto [reg]<br><b>peggiore</b> [irreg] | il più cattivo / brutto [reg]<br><b>il peggior</b> e [irreg] | cattivissimo [reg]<br><b>pessimo</b> [irreg] |
| grande           | più grande [reg]<br><b>maggior</b> e [irreg]          | il più grande [reg]<br><b>il maggior</b> e [irreg]           | grandissimo [reg]<br><b>massimo</b> [irreg]  |
| piccolo          | più piccolo [reg]<br><b>minore</b> [irreg]            | il più piccolo [reg]<br><b>il minor</b> e [irreg]            | piccolissimo [reg]<br><b>minimo</b> [irreg]  |

Es. *L'Italia ha una superficie **piccolissima** / **minima**!*

Es. *Il traffico a Roma è **il peggior**e del mondo!*

Es. *Il traffico a Roma è **pessimo**!*

Es. *La pizza italiana è **la più buona** / **la miglior**e del mondo.*

*La pizza italiana è **buonissima** / **ottima**!*

- Gli avverbi corrispondenti a questi aggettivi, **bene** (da buono), **male** (da cattivo), **molto** (da grande), **poco** (da piccolo) hanno **generalmente solo la forma regolare**.

| Avverbio | Comparativo                  |
|----------|------------------------------|
| bene     | <b>benissimo</b> [regolare]  |
| male     | <b>malissimo</b> [regolare]  |
| molto    | <b>moltissimo</b> [regolare] |
| poco     | <b>pochissimo</b> [regolare] |

Es. *A Little Italy a New York si mangia molto **benissimo**.*

Es. *Alcuni americani guidano **malissimo**.*



## ATTIVITÀ 27 | A COPPIE

**A coppie, discutete delle vostre preferenze sui prodotti italiani e americani, usando il superlativo relativo o assoluto regolare e irregolare. Una persona fa una domanda, l'altra persona risponde. Usate questi elementi, secondo l'esempio:**

Es. A – *Cosa pensi della burocrazia italiana?*

B – *Secondo me, la burocrazia italiana è pessima.*

*Secondo me, la burocrazia italiana è la peggior burocrazia del mondo.*

Es. A – *Cosa pensi dei centri commerciali americani?*

B – *Secondo me, i centri commerciali americani sono pulitissimi / stra puliti.*

*Secondo me, i centri commerciali americani sono i più puliti del mondo.*

### ELEMENTI

il prosciutto  
 il formaggio  
 il vino  
 i ristoranti  
 l'università  
 la musica  
 il cinema  
 i treni  
 i mezzi di trasporto pubblici  
 il caffè  
 la pizza  
 i negozi (= shops)  
 i monumenti  
 le case  
 le macchine  
 la moda  
 lo sport

### PAESI

italiano/a  
 statunitense

### AGGETTIVI

buono / cattivo  
 grande / piccolo  
 veloce / lento  
 bello / brutto  
 antico / moderno  
 efficiente  
 puntuale  
 pulito / sporco

**- Ora condividete alcune delle vostre opinioni con la classe.**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_



## 5. BEPPE SEVERGNINI – “UN ITALIANO IN AMERICA”

### BIOGRAFIA

Beppe Severgnini è un giornalista, saggista e opinionista italiano. È nato a Crema (Cremona) il 26 dicembre 1956, dove ha studiato fino alla maturità classica<sup>60</sup>. Si è laureato in diritto internazionale<sup>61</sup> a Pavia, poi ha passato un periodo presso la Comunità Europea a Bruxelles.

È stato corrispondente estero<sup>62</sup> e inviato speciale<sup>63</sup> per molti giornali italiani e stranieri (come The Economist e The Financial Times. Oggi scrive per il Corriere della Sera, per cui lavora dal 1995, e per The New York Times come contributing opinion writer (2013).

Ha scritto molti libri, che sono quasi sempre *bestseller*. I più famosi sono: “Un italiano in America” (1995), “La testa degli italiani” (2005) e “La pancia degli italiani. Berlusconi spiegato ai posteri” (2010); “L’inglese. Lezioni semiserie” (1992) e “L’italiano. Lezioni semiserie” (2007); “Manuale dell’imperfetto viaggiatore” (2000), “Italians. Giro del mondo in 80 pizze” (2008). Il suo libro più recente è: “La vita è un viaggio” (Rizzoli 2014). “La testa degli italiani”, col titolo “La Bella Figura” (2006) è stato The New York Times Bestseller, ed è tradotto in quindici lingue.

Beppe Severgnini ha scritto e condotto le trasmissioni televisive “Italians, cioè italiani” (RaiTre 1997), “Luoghi Comuni. Un viaggio in Italia” (RaiTre 2001-2002). Dal 2004 al 2011 ha collaborato a SKY Tg24 (“Severgnini alle 10”, “America 2008”, “Zona Severgnini”); dal 2011, su La7, a “Le invasioni barbariche” e “Otto e mezzo”.

Dal 1998 conduce il forum online “Italians” ([italians.corriere.it](http://italians.corriere.it)).

Nel 2013 è stato Isaiah Berlin Visiting Scholar a Oxford e Visiting Fellow all’Università Ca’ Foscari di Venezia. Ha tenuto un corso alla scuola di giornalismo Walter Tobagi dell’Università degli Studi di Milano (2010-2012), e ha visitato il Massachusetts Institute of Technology (MIT) come Research Fellow/Writer in Residence (2009). Ha insegnato a Middlebury College Vermont (2006), Milano-Bocconi (2003 e 2006), Parma (1998) e Pavia (2002), che lo ha scelto come ‘laureato dell’anno’ nel 1998 e 2011.

Nel 2001 la Regina Elisabetta II gli ha conferito il titolo di Officer of the British Empire, O.B.E. e nel 2011 il Presidente Giorgio Napolitano lo ha nominato Commendatore della Repubblica italiana.

È sposato con Ortensia e ha un figlio, Antonio.

Vedi anche il sito web dell’autore: <http://www.beppevergnini.com/>  
E la pagina Wikipedia: [https://it.wikipedia.org/wiki/Beppe\\_Severgnini](https://it.wikipedia.org/wiki/Beppe_Severgnini)

<sup>60</sup> la maturità classica = *high school diploma with a focus on classical studies (Greek, Latin, and so on)*

<sup>61</sup> si è laureato in diritto internazionale = *he graduated with a degree in international law*

<sup>62</sup> il corrispondente estero = *foreign correspondent (for a newspaper)*

<sup>63</sup> l’inviato speciale = *reporter working on a special case*



**ATTIVITÀ 28 | A CASA | Rispondi alle domande:**

1. Di dov'è Beppe Severgnini? Quanti anni ha?

---

2. Che tipo di lavori fa Severgnini?

---

3. Per quali importanti giornali scrive?

---

4. Come si chiama uno dei suoi libri più famosi?

---

5. In quali università americane ha insegnato?

---

6. Ci sono giornalisti negli Stati Uniti che sono simili a Severgnini (cioè lavorano in tv, hanno un sito web e un forum molto popolare, scrivono libri...)? Come si chiamano?

---

7. Secondo te, di cosa parlano i libri di Severgnini?

---



**ATTIVITÀ 29 | A COPPIE**

**In classe, confronta le tue risposte con un/a compagno/a e scrivete, secondo voi, di cosa parlerà il libro:**

**Un italiano  
in America**

## INTRODUZIONE DEL LIBRO (pp. 9-11)

“Questo libro è il frutto di una lunga inesperienza<sup>64</sup>. È il racconto<sup>65</sup> di un anno trascorso negli Stati Uniti, un paese nel quale, mi sono reso conto<sup>66</sup>, si arriva assolutamente impreparati. Quello che avevo imparato in molti viaggi precedenti non è servito a niente<sup>67</sup>, e il bombardamento di ‘notizie americane’ sull'Europa funziona come<sup>68</sup> un riflettore<sup>69</sup> puntato negli occhi: la luce è molta, ma si vede poco. L'America normale - quella che s'incontra uscendo<sup>70</sup> dagli aeroporti, a meno d'essere<sup>71</sup> particolarmente sfortunati - è uno dei segreti meglio custoditi del mondo. Le cose importanti di questo paese le ho capite - se le ho capite - restando fermo<sup>72</sup>. C'è, ho scoperto, un'America che impazzisce per<sup>73</sup> il ghiaccio, che pretende<sup>74</sup> le mance facoltative, che pratica la religione dell'aria condizionata e il culto delle poltrone reclinabili (le micidiali *easychairs*). Un'America di rumori<sup>75</sup> insoliti, sapori<sup>76</sup> forti e odori<sup>77</sup> inesistenti. Quest'America quotidiana, a mio giudizio, rimane fondamentale. Pochi, tuttavia, hanno provato a<sup>78</sup> spiegare come funziona<sup>79</sup>. Al lettore, propongo di scoprirlo insieme. Ho trascorso dodici mesi, da primavera a primavera, in una casetta di Georgetown, un vecchio quartiere<sup>80</sup> dove Washington diventa una città normale. [...]

Di una cosa vorrei convincere [gli italiani]: la scoperta dell'America - che resta una faccenda<sup>81</sup> complicata, come quella originale - non dipende dalle miglia percorse in automobile, o dal numero degli stati visitati. L'America si scopre attraverso i dettagli. Per trovarli, occorre<sup>82</sup> avere la curiosità del nuovo arrivato<sup>83</sup> e la pazienza di un *beachcomber*, uno di quei matti che passano al setaccio<sup>84</sup> le spiagge alla ricerca di piccoli oggetti preziosi. La spiaggia è l'America. Il matto sono io. Auguratemi<sup>85</sup> buona fortuna, e andiamo a incominciare.

Washington, aprile 1995.”

---

<sup>64</sup> l'inesperienza = *lack of experience*

<sup>65</sup> il racconto = *story, tale*

<sup>66</sup> mi sono reso conto = *I realized*

<sup>67</sup> non servire a niente = *to be not helpful, to be useless*

<sup>68</sup> funzionare come = *to serve as*

<sup>69</sup> il riflettore = *spotlight*

<sup>70</sup> uscendo = *coming out, exiting*

<sup>71</sup> a meno di = *unless*

<sup>72</sup> restando fermo = *being still*

<sup>73</sup> impazzire per = *to go crazy for*

<sup>74</sup> pretendere = *to expect*

<sup>75</sup> il rumore = *noise*

<sup>76</sup> il sapore = *taste, flavor*

<sup>77</sup> l'odore = *smell*

<sup>78</sup> provare a = *to try to*

<sup>79</sup> come funziona = *how it works*

<sup>80</sup> il quartiere = *city neighborhood*

<sup>81</sup> la faccenda = *matter, topic*

<sup>82</sup> occorre (impersonal verb) = *it is necessary*

<sup>83</sup> il nuovo arrivato = *newcomer*

<sup>84</sup> passare al setaccio = *to comb, to look closely for*

<sup>85</sup> auguratemi = *wish me*



**ATTIVITÀ 30 | A COPPIE | Rispondi alle domande:**

1. Beppe Severgnini si sentiva preparato quando è arrivato in America? Perché sì o no?  
\_\_\_\_\_
2. Qual è l'opinione di Severgnini sulle "notizie americane" che arrivano in Europa?  
\_\_\_\_\_
3. Com'è l'"America normale" secondo Severgnini? Quali sono le sue caratteristiche?  
\_\_\_\_\_
4. Come si scopre l'America vera, secondo Severgnini?  
\_\_\_\_\_
5. Dopo aver letto l'introduzione, secondo te, come sarà il tono del libro? Serio o spiritoso? Drammatico o ironico? Descrivi cosa ti aspetti (= *what you expect*).  
\_\_\_\_\_
6. Secondo te, di quali aspetti della cultura americana parlerà l'autore?  
(es. cibo? caffè? i supermercati? *ecc.*)

|  |  |
|--|--|
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |



**ATTIVITÀ 31 | A COPPIE | RIASSUNTO**

**Leggi l'introduzione del libro, e scrivi un riassunto di tre frasi al massimo.**

Di cosa parla questo libro?

---



---



---



---



---

## GRAMMATICA – GLI AGGETTIVI

- Studia il pdf *Gli aggettivi* su Moodle.

- Esercizi: 6.1 e 6.2 p. 33; 6.3 p. 34; 6.4 e 6.5 p. 35 [Controlla il pdf *Grammatica – Soluzioni* pp. 296-297]



### ATTIVITÀ 32 | A COPPIE | Gli aggettivi

In questo brano, coniuga l'aggettivo in modo appropriato.

(da *Un italiano in America* p. 33)

“In America non si va. In America si torna, anche la (primo) \_\_\_\_\_ volta. Il (nostro) \_\_\_\_\_ cervello è tanto (pieno) \_\_\_\_\_ di “informazioni (americano) \_\_\_\_\_” che questo paese offre una successione di *dejà vu*. Ogni scena sembra di averla già vista; ogni cosa pare di averla già fatta. La familiarità dell’America è (terrificante) \_\_\_\_\_. Solo i rumori mi sono sembrati veramente (nuovo) \_\_\_\_\_. Sono rumori (diverso) \_\_\_\_\_, rumori (americano) \_\_\_\_\_.”



### ATTIVITÀ 33 | A COPPIE | Gli aggettivi

In questo brano, coniuga l'aggettivo in modo appropriato.

(da *Un italiano in America* p. 105)

“Ogni straniero, quando pensa all'America, ha in mente lo (stesso) \_\_\_\_\_ posto. Non è Manhattan, non è Hollywood, non è neppure il Grand Canyon. Il luogo cui pensiamo sta in una strada (tranquillo) \_\_\_\_\_ dove i vicini si salutano, i cani si annusano senza abbaiare e le luci, la sera, si accendono tutte insieme. Avete presente la casa che, nei telefilm, separa una scena da un'altra? (La casa - luminoso) \_\_\_\_\_ di giorno, (soffuso) \_\_\_\_\_ di luce (azzurro) \_\_\_\_\_ la sera, (immerso) \_\_\_\_\_ nel verde d'estate, (bianco) \_\_\_\_\_ di neve l'inverno. Da bambino ero (convinto) \_\_\_\_\_ che si trattasse sempre della (stesso) \_\_\_\_\_ casa; cambiavano soltanto i telefilm.”



**ATTIVITÀ 34 | A COPPIE**

Nei due brani precedenti, Severgnini descrive il contrasto tra l'immagine dell'America che hanno tutti gli stranieri, e l'America autentica che non si vede nei film.

Discuti le domande seguenti e dai la tua opinione:

1. Severgnini dice che l'America è "familiare," per un turista o uno straniero (= *foreigner*). Secondo l'autore, è una cosa positiva o negativa? Perché?  
(Fai un esempio dal testo per supportare la tua opinione)

---



---

2. Qual è l'immagine che tutti hanno dell'America, secondo Severgnini? Corrisponde alla realtà?

---



---

3. Quale immagine hai tu dell'Italia? Secondo te, è uno stereotipo o un'immagine autentica? Perché?

---



---



**ATTIVITÀ 34b | A COPPIE | RIASSUNTI**

Leggi i brani precedenti, e scrivi un riassunto di due frasi al massimo per ognuno (= *each*).

Di cosa parla il primo brano?

---



---



---

Di cosa parla il secondo brano?

---



---



---



### ATTIVITÀ 35 | A COPPIE

Oltre che dell'immagine dell'America, Severgnini parla anche delle differenze socio-culturali tra Italia e Stati Uniti. Ecco un esempio:

#### Il centro città (p. 87)

“Gli italiani, ad esempio, adorano passeggiare in centro. È perfettamente inutile spiegare che, per ‘passeggiare in centro’, negli Stati Uniti mancano i due elementi essenziali: il centro, e il passeggio. I *downtowns* americani, a una certa ora, si svuotano<sup>86</sup>, e diventano pericolosi. La gente - il tipo di gente che si vorrebbe incontrare - torna nei sobborghi<sup>87</sup>. "Ma che gusto c'è a passeggiare nei sobborghi?", piagnucolano<sup>88</sup> gli ospiti. Paziente, spiego: in America non si passeggia.

Gli ospiti, tuttavia, raramente si lasciano convincere. Come bambini nei romanzi di Dickens, quando arriva la sera guardano malinconici oltre i vetri, convinti che in quel momento tutti, tranne loro, stanno passeggiando nel centro di Washington.”

**- Con un/a compagna, discuti dello *stile* di Severgnini.**

1. Severgnini ha uno stile serio o ironico? Perché? Fai un esempio dal testo.

---



---



---

2. Severgnini spesso usa similitudini: *come bambini...* – che effetto ha questa similitudine? È un effetto triste e malinconico, o è ironico e divertente?

---



---



---

3. Secondo te, esiste un “centro” nelle città americane? È simile o differente al centro città italiano?

---



---



---

<sup>86</sup> svuotarsi = *to become empty*

<sup>87</sup> i sobborghi = *suburbs*

<sup>88</sup> piagnucolare = *to whine*

## 5b. BEPPE SEVERGNINI – “UN ITALIANO IN AMERICA” | LETTURA



### ATTIVITÀ 36 | A COPPIE

A coppie, prima di leggere il testo, rispondete a queste domande.

1. Ti piace il caffè? Se non ti piace, cosa bevi?  
\_\_\_\_\_
2. Preferisci il caffè americano o il caffè italiano (cioè l'espresso)?  
\_\_\_\_\_
3. Secondo te, il caffè espresso è più popolare del caffè americano negli Stati Uniti, in questi anni? C'è una “moda” dell'espresso, secondo te?  
\_\_\_\_\_
4. Dove bevi il caffè, in generale? Lo prepari a casa o lo prendi al *café*?  
\_\_\_\_\_  
  - Se prepari il caffè a casa, cosa usi per prepararlo?  
\_\_\_\_\_
  - Se prendi il caffè fuori, qual è il tuo *café* preferito a Wesleyan? Perché?  
\_\_\_\_\_
5. Conosci le differenze tra un *café* americano e un bar italiano? Quali sono? Se non conosci un bar italiano, quali differenze pensi che possano esserci?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
6. Sei mai stato in un bar italiano? Com'è?  
\_\_\_\_\_
7. Che tipo di caffè ordineresti (= *would you order*) in un bar italiano?  
\_\_\_\_\_





Ora leggi il testo.

## IL CAFFÈ (pp. 78-80)

1. “La nostalgia di casa comincia dalla pancia<sup>89</sup>,” diceva Che Guevara. Se il capo guerrigliero<sup>90</sup> pensava agli arrostiti della natia<sup>91</sup> Argentina durante le notti sulla Sierra Maestra, l’italiano all’estero<sup>92</sup> è pronto a sottoscriverne<sup>93</sup> l’affermazione, pur avendo desideri più modesti: cornetto e cappuccino, o un onesto caffè macchiato.

L’assenza di bar degni di questo nome, non c’è dubbio, rappresenta uno degli aspetti più dolorosi dell’espatrio<sup>94</sup>. Per combattere la nostalgia, noi italiani insistiamo nel voler bere il caffè in piedi<sup>95</sup> a Vienna e a Parigi, persuadendo così gli altri avventori<sup>96</sup> d’avere di fronte uno squilibrato<sup>97</sup>, e irritando il gestore, convinto che si tratti di un trucco<sup>98</sup> per non pagare la consumazione al tavolo. Un’altra nostra fissazione è chiedere l’“espresso all’italiana”, ben sapendo che saremo puniti con intrugli<sup>99</sup> il cui sapore è a metà tra un amaro medicinale e la cicuta<sup>100</sup> di Socrate.

2. Quando questo accade, gli italiani all’estero non si accontentano di fare una smorfia<sup>101</sup> e allontanarsi. Rimangono sul posto ed entrano in lunghe discussioni dottrinali sul caffè dei turchi (troppo denso), dei francesi (troppo lento) e degli inglesi, cercando di convincere questi ultimi che quella cosa che chiamano *coffee* in fondo non è cattiva, ma devono proprio trovargli un altro nome. L’orgoglio ci impedisce d’ammettere che qualcuno faccia il caffè come noi, o meglio di noi.

Negli Stati Uniti, questo orgoglio<sup>102</sup> è fuori luogo. Non soltanto è facile trovare un buon espresso. Qui stanno facendo con il caffè quello che fecero<sup>103</sup> a suo tempo con la pizza: se ne sono innamorati, e dicono di averla inventata loro. In materia di caffè, bisogna dire, un po’ di esperienza ce l’hanno. La prima *cafeteria* venne aperta<sup>104</sup> a Chicago intorno al 1890.

3. Cent’anni dopo, il caffè ha stracciato<sup>105</sup> ogni altra bevanda calda. La versione più popolare rimane il caffè lungo, l’“acqua marrone” contro cui si sono battute<sup>106</sup> invano

---

<sup>89</sup> la pancia = *stomach, belly*

<sup>90</sup> il capo guerrigliero = *guerrilla leader*

<sup>91</sup> natia = *native (of one’s birth)*

<sup>92</sup> all’estero = *abroad*

<sup>93</sup> sottoscrivere = *to subscribe to, to endorse*

<sup>94</sup> l’espatrio = *the act of going abroad*

<sup>95</sup> in piedi = *standing*

<sup>96</sup> gli avventori = *regular customers*

<sup>97</sup> lo squilibrato = *a crazy person*

<sup>98</sup> il trucco = *trick*

<sup>99</sup> gli intrugli = *unappetizing concoctions*

<sup>100</sup> la cicuta = *hemlock*

<sup>101</sup> fare una smorfia = *to grimace*

<sup>102</sup> l’orgoglio = *pride*

<sup>103</sup> quello che fecero = *what they did*

<sup>104</sup> venne aperta = *was opened*

<sup>105</sup> ha stracciato = *destroyed*

<sup>106</sup> si sono battute = *fought*

generazioni di italiani. Rispetto al cugino inglese, questo *coffee* è più tecnologico (niente malinconici cucchiaini di miscela istantanea<sup>107</sup>, sostituiti da un'infinità di macchinari<sup>108</sup>), più pericoloso e meno decoroso<sup>109</sup>. Mentre gli inglesi amano il caffè tiepido<sup>110</sup> nelle tazze di porcellana, gli americani lo bevono ustionante<sup>111</sup> da micidiali<sup>112</sup> bicchieri di polistirolo<sup>113</sup> e dentro i *mugs*, boccali<sup>114</sup> decorati con mostriciattoli<sup>115</sup>, fumetti, super-eroi, scritte spiritose. Negli Stati Uniti, un uomo di governo non si vergogna<sup>116</sup> di reggere un gotto<sup>117</sup> con scritto I BOSS! YOU NOT!; un capitano d'industria può esibire il *mug* personale con l'immagine dei Tre Porcellini<sup>118</sup>, e nessuno si stupirà.

4. La droga di moda è però l'espresso – spesso eccellente, come si diceva. Nei bar, mi sono sentito chiedere, con linguaggio da spacciatori<sup>119</sup>: *How many shots?* – e il riferimento è al numero di caffè che il cliente intende bere tutti insieme (caffè semplice: *one shot*; caffè doppio: *two shots*, e così via, fino all'*overdose*). Una nuova, inquietante<sup>120</sup> abitudine è quella di chiedere un *caffeinated coffee*. Si tratta di una precauzione contro il decaffeinato, da parte di quegli americani (e sono molti) che ormai funzionano a<sup>121</sup> caffeina. Da Starbucks – la catena più nota, originaria di Seattle – distribuiscono opuscoli<sup>122</sup> con le combinazioni possibili, e piccole guide alla pronuncia: *caf-ay' là-tay* (caffelatte), *caf-ay' mò-kah* (caffè mocha), *caf-ay' a-mer-i-cah'-no* (caffè americano), *ess-press'-o cone pà-na* (espresso con panna).

5. Il più grande successo di questi anni è però il cappuccino (*cap-uh-cheè-no*) – soprattutto dopo pranzo, a conferma di una certa confusione mentale. La marcia trionfale del cappuccino nel vocabolario degli americani (dove entrò in punta di piedi<sup>123</sup> intorno al 1950) – e il suo prezzo, doppio o triplo rispetto a un caffè normale – hanno qualcosa di misterioso. Una spiegazione potrebbe essere l'“effetto Chardonnay”, un vino che gli anglosassoni preferiscono a qualsiasi altro vino bianco perché provano piacere a pronunciarne il nome. Se è così, gli americani non ordinano il cappuccino per poterlo bere, ma lo bevono per poterlo ordinare. Perverso? Certamente.



### ATTIVITÀ 37 | A CASA | Rispondi alle domande di comprensione:

<sup>107</sup> la miscela istantanea = *instant mix*

<sup>108</sup> i macchinari = *machinery*

<sup>109</sup> decoroso = *proper, decent*

<sup>110</sup> tiepido = *lukewarm*

<sup>111</sup> ustionante = *scalding hot*

<sup>112</sup> micidiali = *lethal, deadly*

<sup>113</sup> il polistirolo = *styrofoam*

<sup>114</sup> i boccali = *jugs*

<sup>115</sup> i mostriciattoli = *little monsters*

<sup>116</sup> vergognarsi = *to be ashamed*

<sup>117</sup> il gotto = *mug*

<sup>118</sup> i Tre Porcellini = *Three Little Pigs*

<sup>119</sup> gli spacciatori = *pushers, drug dealers*

<sup>120</sup> inquietante = *unsettling, disturbing*

<sup>121</sup> funzionare a = *to only function on...*

<sup>122</sup> gli opuscoli = *brochures*

<sup>123</sup> in punta di piedi = *on tiptoe*

1. Qual è l'argomento di questo testo? Di cosa parla?

---

---

2. Qual è uno degli "aspetti più dolorosi dell'espatrio", secondo Severgnini?

---

---

3. Come reagiscono gli italiani alla nostalgia del caffè di casa? Quali problemi provoca l'atteggiamento (= *attitude, behavior*) di questi italiani?

---

---

---

4. Secondo Severgnini, cosa stanno facendo gli americani con il caffè, che hanno già fatto con la pizza?

---

---

---

5. Quali differenze ci sono, secondo l'autore, tra il caffè inglese e quello americano, e tra le abitudini che accompagnano questa bevanda (= *drink*)?

---

---

---

6. Secondo te, perché Severgnini compara il caffè espresso a una "droga di moda"?

---

---

---

7. Cos'è l'"effetto Chardonnay", di cui parla Severgnini?

---

---

---



### ATTIVITÀ 38 | IN GRUPPI

In gruppi, guardate una delle cinque sezioni del testo e analizzatela:

- Ci sono delle similitudini o immagini usate? Quali? Con quale effetto?  


---

---
- Trovate esempi di comparativi e superlativi nel testo; se non ci sono, osservate gli aggettivi e spiegate quale idea trasmettono;  


---

---
- Discutete lo stile: quali parole o espressioni sono divertenti o ironiche? Come crea l'ironia Severgnini in questo testo?  


---

---
- Scrivete un piccolo riassunto della sezione (2 frasi al massimo)  


---

---



### ATTIVITÀ 39 | A COPPIE

A coppie, dopo aver discusso il testo, scrivete una lista di similarità e differenze tra la cultura del caffè negli Stati Uniti e in Italia. Pensa al caffè, i luoghi dove si beve, chi lo beve, come si beve (in una tazzina, in un *mug*...), quale tipo di caffè è più popolare, eccetera.

#### SIMILARITÀ

#### DIFFERENZE

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## GRAMMATICA – I VERBI *ESSERE* E *AVERE* E I VERBI REGOLARI AL PRESENTE

- Studia il pdf *Grammatica – I verbi essere e avere*, e *Grammatica – Il presente, verbi regolari* su Moodle.

- Esercizi: 5.1, 5.2, e 5.3 p. 24; 5.4, 5.5, e 5.6 p. 25; 5.7 p. 26  
7.1 p. 37; 7.2, 7.3, e 7.4 p. 38; 7.5, 7.6, e 7.7 p. 39; 7.8 p. 40 [Controlla il pdf *Grammatica - soluzioni* pp. 296-297]



### ATTIVITÀ 40 | A COPPIE

In questo brano, inserisci i verbi regolari (+ *essere* e *avere*) al presente.

(da *Un italiano in America* p. 67-68)

#### L'aria condizionata

“L'inizio dell'estate, in America, non (essere) \_\_\_\_\_ una questione<sup>124</sup> di calendario, di tradizione o di clima. (Essere) \_\_\_\_\_ una questione di aria condizionata. L'*American summer* (iniziare) \_\_\_\_\_ con il ronzio<sup>125</sup> del primo impianto<sup>126</sup> e il lamento del primo italiano, che (protestare) \_\_\_\_\_ perché prima aveva troppo caldo, e adesso (avere) \_\_\_\_\_ troppo freddo. In quel preciso momento, in America, (essere) \_\_\_\_\_ estate.

[...] Nelle prime due settimane di luglio, [un italiano in America] (comprendere) \_\_\_\_\_ molte cose. La più importante: in America, l'aria condizionata d'estate, così come il riscaldamento d'inverno, (essere) \_\_\_\_\_ brutale. Mentre le equivalenti apparecchiature<sup>127</sup> italiane (mostrare) \_\_\_\_\_ una sorta di pudore<sup>128</sup>, quasi si vergognassero<sup>129</sup> di alterare il ciclo delle stagioni, quelle americane (essere) \_\_\_\_\_ sfacciatamente<sup>130</sup> efficienti. Qui caldo non vuol dire<sup>131</sup> tiepido, vuol dire bollente; e freddo non vuol dire freddo: vuol dire gelido. Gli americani che (entrare) \_\_\_\_\_ in ufficio, in un teatro o in un museo (essere) \_\_\_\_\_ in cerca di un'esperienza violenta, non di una carezza.”

<sup>124</sup> una questione = *a matter*

<sup>125</sup> il ronzio = *the buzzing*

<sup>126</sup> l'impianto = *the A/C system*

<sup>127</sup> le apparecchiature = *machinery, systems*

<sup>128</sup> il pudore = *shyness, modesty*

<sup>129</sup> quasi si vergognassero = *as if they were ashamed*

<sup>130</sup> sfacciatamente = *boldly, arrogantly*

<sup>131</sup> voler dire = *to mean, to signify*



### ATTIVITÀ 41 | A COPPIE

**A coppie, discutete il piccolo brano seguendo queste domande:**

1. Perché l'autore dice che l'estate in America comincia solo quando si accende il primo impianto di condizionamento e il primo italiano si lamenta? Cosa ci dice questa frase sulle differenze culturali?  


---


---
2. Hai letto il dibattito su molti giornali, quest'estate, a proposito dell'aria condizionata troppo forte negli Stati Uniti?<sup>132</sup> Sei d'accordo? Secondo te l'aria condizionata in estate (e il riscaldamento in inverno) è troppo intensa?  


---


---
3. L'autore usa un tono aggressivo e dice che l'aria condizionata, come tutto il resto, è violenta in America. Secondo te, c'è anche un commento di Severgnini su tutta la società americana, che è famosa per essere aggressiva e violenta?  


---


---

## GRAMMATICA – I VERBI MODALI E *SAPERE* AL PRESENTE

- Studia il pdf *Grammatica – Il presente, verbi irregolari* (solo i verbi modali e il verbo *sapere*) su Moodle.

- Esercizi: 8.3 p. 44; 8.4 e 8.5 p. 45 [Controlla il pdf *Grammatica - soluzioni* p. 297]



### ATTIVITÀ 42 | A CASA

**A casa, scrivi un dialogo pensando a un italiano che entra per la prima volta in un *café* di Starbucks e usa i verbi modali.**

*Cosa può pensare un italiano da Starbucks? Cosa può e non può ordinare? Cosa vuole e non vuole provare? Cosa vuole assaggiare (= taste)? Quanto deve pagare per un caffè?*

**Cerca di usare l'umorismo e scrivi un dialogo divertente!**

---



---



---

...

---

<sup>132</sup> Alcuni giornali hanno parlato di sessimo, perché le donne hanno sempre freddo in ufficio, altri giornali hanno parlato dello spreco (= *waste*) economico.

## 6. BEPPE SEVERGNINI – “LA TESTA DEGLI ITALIANI” | LETTURA

### IL RISTORANTE, UNA FORMA DI SAGGEZZA SEDUTA

1. Vediamo<sup>133</sup>: naturalezza<sup>134</sup>, auto-indulgenza, abitudine<sup>135</sup>, sollievo<sup>136</sup>, fiducia<sup>137</sup>, fantasia, ricordi, curiosità, intuizione (molta), tradizione (un po'), orgoglio (familiare, cittadino, regionale), diffidenza, conformismo, testardaggine<sup>138</sup>, realismo, esibizionismo, divertimento<sup>139</sup>, lodevole<sup>140</sup> entusiasmo, insolita calma. Sono questi i sentimenti con cui noi italiani ci avviciniamo al tavolo di un ristorante. E voi dovrete fare lo stesso<sup>141</sup>, invece di ordinare *Linguini Primavera*.

Siamo, per dirla in quattro parole, consumati professionisti<sup>142</sup> delle consumazioni. In Europa nessuno mangia come noi. I francesi se ne intendono<sup>143</sup>, ma scivolano<sup>144</sup> ormai verso il manierismo. In Italia c'è ancora vigore repubblicano, innestato<sup>145</sup> sulla tradizione: da secoli cerchiamo consolazione a tavola, e di solito la troviamo. Un italiano non crede che un sugo sia saporito e un olio sia buono. Lo sa. È in grado di mentire<sup>146</sup>, per cortesia o per convenienza. Anche questo è un tocco artistico, se ci pensate.

2. Notate: sto parlando di tutti gli italiani, non di diecimila gourmet. Esiste una competenza preterintenzionale<sup>147</sup> che taglia le classi sociali, l'età, il reddito<sup>148</sup>, l'istruzione e le aree geografiche. La sicurezza nei giudizi alimentari è legata alla naturalezza con cui affrontiamo<sup>149</sup> il cibo e il vino. Se vedete facce tese<sup>150</sup>, in questo ristorante, è solo perché pensano al conto<sup>151</sup>. Ma ripeto: la gente sa cosa scegliere<sup>152</sup> e cosa evitare<sup>153</sup>. Se ordina il piatto sbagliato è perché vuole sbagliare<sup>154</sup>, per poi lamentarsi. Anche questa, in fondo, è una raffinatezza<sup>155</sup>.

Le statistiche confermano quest'orgoglio gastronomico<sup>156</sup>. Novanta italiani su cento, rivela un sondaggio<sup>157</sup> inglese, preferiscono la cucina nazionale a tutte le altre: nessuno stomaco,

---

<sup>133</sup> Vediamo = *Let's see*

<sup>134</sup> la naturalezza = *spontaneity, naturalness*

<sup>135</sup> l'abitudine = *habit*

<sup>136</sup> il sollievo = *relief*

<sup>137</sup> la fiducia = *trust*

<sup>138</sup> la testardaggine = *stubbornness*

<sup>139</sup> il divertimento = *fun*

<sup>140</sup> lodevole = *commendable*

<sup>141</sup> dovrete fare lo stesso = *you should do the same*

<sup>142</sup> consumati professionisti = *seasoned professionals*

<sup>143</sup> se ne intendono = *they know what they're talking about*

<sup>144</sup> scivolare = *to slip, to fall*

<sup>145</sup> innestato su = *built on*

<sup>146</sup> è in grado di mentire = *he is able to lie*

<sup>147</sup> preterintenzionale = *unintentional (lit., that kicks in before reason occurs)*

<sup>148</sup> il reddito = *income*

<sup>149</sup> affrontare = *to face*

<sup>150</sup> le facce tese = *tense faces*

<sup>151</sup> il conto = *the bill, the check*

<sup>152</sup> scegliere = *to pick, choose*

<sup>153</sup> evitare = *to avoid*

<sup>154</sup> sbagliare = *to make a mistake*

<sup>155</sup> la raffinatezza = *refinement, subtlety*

<sup>156</sup> gastronomico = *culinary*

in Europa, è altrettanto patriottico. La cucina italiana sembra essere la preferita anche dagli stranieri: il 42 per cento degli intervistati la mette al primo posto, seguita da<sup>158</sup> quella cinese e da quella francese.

3. In Italia abbiamo col cibo nel piatto<sup>159</sup> lo stesso rapporto che alcune popolazioni amazzoniche<sup>160</sup> hanno con le nuvole<sup>161</sup> in cielo: un'occhiata<sup>162</sup>, e sappiamo cosa aspettarci<sup>163</sup>. Per arrivare a questo livello, ovviamente, c'è voluto tempo<sup>164</sup>. Abbiamo conosciuto lunghi intervalli di pochezza<sup>165</sup> gastronomica, dovuta alla povertà. Poi le cose sono migliorate, fino a diventare eccellenti.

Le radici<sup>166</sup> del nostro attuale successo internazionale risalgono<sup>167</sup> alla fine dell'Ottocento, tempo di emigrazione. Nei nuovi paesi di residenza, gli italiani aprirono<sup>168</sup> locande e trattorie, offrendo ai connazionali<sup>169</sup> l'unica cucina che conoscevano: quella familiare. Fu un colpo di genio<sup>170</sup>, perché la famiglia era un laboratorio aperto da secoli, dove la semplicità e la fantasia si univano al buon senso. Anche la cucina italiana del Rinascimento era eccellente, ma costituiva una raffinatezza per classi alte. La nuova cucina italiana, quella che avrebbe conquistato il mondo, era un prodotto onesto, pratico e popolare. Un'altra dimostrazione che noi italiani siamo bravi, quando evitiamo di complicare le cose.

4. Certo, anche l'Italia cambia, e apprende cattive abitudini. Si mangia troppo, e troppo spesso: i bambini - che un secolo fa sembravano<sup>171</sup> scheletrici, settant'anni fa erano magri e quarant'anni fa apparivano ben nutriti<sup>172</sup> - oggi sono sovrappeso<sup>173</sup>. Aumenta la remissività<sup>174</sup> davanti ai pasti precotti e surgelati<sup>175</sup>. Non siamo ancora al *Tv dinner* degli americani, la tomba<sup>176</sup> della conversazione familiare: ma il televisore è acceso<sup>177</sup>, e il microonde aspetta. I due, se ci pensate, si somigliano<sup>178</sup>. E anche in Italia, temo, andranno sempre più d'accordo. Se vogliamo salvarci dobbiamo puntare sull'orgoglio e sulla diffidenza, che non ci mancano. Alcune abitudini straniere non ci hanno mai convinto, e non ci convinceranno mai.

[...]

---

<sup>157</sup> un sondaggio = *poll*

<sup>158</sup> seguita da = *followed by*

<sup>159</sup> nel piatto = *on the plate*

<sup>160</sup> le popolazioni amazzoniche = *populations in the Amazon region, tribe*

<sup>161</sup> le nuvole = *clouds*

<sup>162</sup> un'occhiata = *a look*

<sup>163</sup> cosa aspettarci = *what to expect*.

<sup>164</sup> c'è voluto tempo = *it took time*

<sup>165</sup> la pochezza = *insufficiency, meanness*

<sup>166</sup> le radici = *roots*

<sup>167</sup> risalire = *to date back to*

<sup>168</sup> aprirono (passato remoto) = *they opened*

<sup>169</sup> il/la connazionale = *fellow countryman/woman*

<sup>170</sup> un colpo di genio = *a stroke of genius, a brilliant idea*

<sup>171</sup> sembrare scheletrico = *to look skeletal*

<sup>172</sup> ben nutrito = *well-fed*

<sup>173</sup> sovrappeso = *overweight*

<sup>174</sup> remissività = *submission, subservience*

<sup>175</sup> precotto e surgelato = *pre-cooked and frozen*

<sup>176</sup> la tomba = *tomb, grave*

<sup>177</sup> acceso = *switched on*

<sup>178</sup> somigliarsi = *to look alike*



5. L'alimentazione italiana è regolata da norme che noi diamo per scontate<sup>179</sup>, e non lo sono. Cibo e bevande costituiscono una perfetta metafora del paese: un mare di consuetudini<sup>180</sup> ed eccezioni dove voi stranieri rischiate d'affogare<sup>181</sup>. Poi vi soccorriamo<sup>182</sup>, è chiaro. Ma, come tutti i bagnini<sup>183</sup> dopo un salvataggio<sup>184</sup>, pretendiamo<sup>185</sup> riconoscenza<sup>186</sup>.

Prendete il cappuccino: dopo le dieci del mattino è immorale (forse anche illegale). Al pomeriggio è insolito, a meno che<sup>187</sup> faccia freddo; dopo pranzo, invece, è da americani. La pizza a mezzogiorno è roba<sup>188</sup> da studenti. Il risotto con la carne è perfetto; la pasta con la carne, imbarazzante (a meno che la carne sia dentro un sugo). L'antipasto come secondo piatto è consueto; ma il secondo piatto come antipasto è da ingordi<sup>189</sup>. Il parmigiano sulle vongole è blasfemo; ma se un giovane chef ve lo propone, applauditelo<sup>190</sup>. I fiaschi di vino<sup>191</sup> sono da turisti. Infine l'aglio<sup>192</sup>: come l'eleganza, dev'esserci ma non si deve notare. Le bruschette che offrono in alcuni ristoranti italiani all'estero, in Italia porterebbero alla scomunica<sup>193</sup>. Una volta un'amica inglese ha definito tutto ciò «fascismo alimentare». Le ho risposto: esagerata. Hai ordinato il cappuccino dopo cena, e non ti abbiamo nemmeno condannata al confino<sup>194</sup>.



### ATTIVITÀ 43 | A CASA | Rispondi alle domande di comprensione:

1. Qual è l'argomento di questo testo? Di cosa si parla?

---



---

2. Quali sono gli intensi e a volte contrastanti sentimenti che, secondo Severgnini, gli italiani provano quando vanno al ristorante? Hai mai provato sensazioni così forti quando vai al ristorante? In che tipo di ristorante?

---



---

<sup>179</sup> dare per scontato = *to take for granted*

<sup>180</sup> le consuetudini = *habits*

<sup>181</sup> affogare = *to drown*

<sup>182</sup> soccorrere = *to rescue*

<sup>183</sup> i bagnini = *lifeguards*

<sup>184</sup> il salvataggio = *rescue*

<sup>185</sup> pretendere = *to expect*

<sup>186</sup> la riconoscenza = *gratitude*

<sup>187</sup> a meno che = *unless*

<sup>188</sup> la roba = *stuff*

<sup>189</sup> ingordo = *glutton*

<sup>190</sup> applauditelo = *praise him (literally, clap for him)*

<sup>191</sup> il fiasco di vino = *wine flask*

<sup>192</sup> l'aglio = *garlic*

<sup>193</sup> la scomunica = *excommunication*

<sup>194</sup> mandare al confino = *to imprison, to incarcerate*

3. In che senso gli italiani sono “consumati professionisti delle consumazioni”, secondo Severgnini? Cita (= *cite, quote*) qualche esempio che l’autore usa.

---

---

4. Cosa intende Severgnini quando dice che “nessuno stomaco, in Europa, è altrettanto patriottico”? Spiega.

---

---

5. Perché, secondo te, gli italiani sono così orgogliosi e legati al cibo?

---

---

6. Dove e quando sono le radici del successo della cucina italiana nel mondo, secondo Severgnini? Com’è questa cucina che “ha conquistato il mondo”? Usa alcuni aggettivi.

---

---

7. Quali sono alcuni problemi recenti legati al cibo e alle abitudini alimentari che l’autore vede in Italia?

---

---

8. Quali sono alcune regole molto importanti legate al cibo, in Italia?

---

---

---

---

---

9. Come trovi queste “norme” sul cibo? Sei d’accordo con l’amica inglese di Severgnini, che sia una forma di “fascismo alimentare”, o secondo te sono invece tradizioni interessanti e sacrosante?

---

---

10. Quale di queste regole, secondo te, sarà difficile (= *will be difficult*) per te rispettare quando sarai in Italia?

---

---



**ATTIVITÀ 44 | IN GRUPPI**

**In 5 gruppi, guardate una delle cinque sezioni del testo e analizzatela:**

- Ci sono delle similitudini o immagini usate? Quali? Con quale effetto?

---



---

- Spesso lo humor di Severgnini include esagerazioni, come in questo testo. Dove trovi degli esempi di esagerazioni che diventano divertenti nella sezione?

---



---



---



---



---

- Scrivete un piccolo riassunto della sezione (2 frasi al massimo)

---



---



**ATTIVITÀ 45 | A COPPIE**

**A coppie, dopo aver discusso il testo, scrivete una lista di similarità e differenze tra la cultura del cibo negli Stati Uniti e in Italia. Pensa alla qualità del cibo, alla diversità, alle tradizioni e alle consuetudini americane, ai ristoranti, a quando e come si mangia, a quale tipo di cucina è più popolare, eccetera.**

**SIMILARITÀ**

**DIFFERENZE**

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



### **ATTIVITÀ 46 | A CASA**

**A casa, scrivi un piccolo testo discutendo le tradizioni legate al cibo della tua famiglia.**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### **GRAMMATICA – I VERBI IRREGOLARI AL PRESENTE**

- Studia il pdf *Grammatica – Il presente, verbi irregolari* su Moodle.
- Esercizi: 8.1 p. 43; 8.2 p. 44; 8.6 p. 46 [Controlla il pdf *Grammatica - soluzioni* p. 297]

### **GRAMMATICA – I VERBI RIFLESSIVI AL PRESENTE**

- Studia il pdf *Grammatica – Il presente, verbi riflessivi* su Moodle.
- Esercizi: 13.1 e 13.2 p. 70; 13.3 e 13.4 p. 71; 13.5 e 13.6 p. 73 [Controlla il pdf *Grammatica - soluzioni* p. 298]

## LA PIAZZA ITALIANA, UNO STRUMENTO PIÙ VERSATILE DEL COLTELLINO SVIZZERO



### ATTIVITÀ 47 | A COPPIE

In questo brano, inserisci i verbi irregolari e riflessivi / reciproci al presente.

(da *La testa degli italiani*, pp. 100-104)

La piazza è ecumenica: ha qualcosa per tutti. Vecchi e giovani, uomini e donne, ricchi e poveri, italiani e stranieri. Esiste una piazza civile e una piazza religiosa, che (**fronteggiarsi**) \_\_\_\_\_ da mille anni. Chiesa e municipio, in molte città d'Italia, (guardarsi) \_\_\_\_\_ come avversari che (**conoscersi**) \_\_\_\_\_ bene, e (**sapere**) \_\_\_\_\_ che è meglio marcarsi stretti<sup>195</sup>. Talvolta (**stare**) \_\_\_\_\_ nella stessa piazza; altre volte in piazze collegate o vicine. Comuni e campanili oggi (**andare**) \_\_\_\_\_ abbastanza d'accordo: forse hanno capito che l'avversario è altrove.

1. Esiste una **piazza commerciale**, ed è invecchiata<sup>196</sup> bene. Solo nel nome, talvolta, tradisce<sup>197</sup> la sua età (l'Italia è piena di piazze delle Erbe dove di erbe non se ne vedono). Edicola<sup>198</sup>, pasticceria, barbiere, banca, profumeria, libreria, tabaccaio, bar: la piazza commerciale italiana è stata riprodotta negli ipermercati del mondo. Per riuscire a fare<sup>199</sup> quello che noi facciamo in un'ora in una piazza - prendere il giornale, bere un caffè, comprare una camicia, ordinare una torta, guardare una ragazza, accorciarsi i capelli<sup>200</sup> e aspettare che le ombre s'allunghino<sup>201</sup> - un americano impiega mezza giornata, e guida per trenta miglia. Sapete perché il commercio elettronico stenta<sup>202</sup>, in Italia? Per diffidenza verso le consegne postali e i pagamenti telematici: certo. Ma anche perché l'acquisto<sup>203</sup> sul computer toglie il piacere fisico della scelta e dell'acquisto. Qualcosa di simile accade nella messa cattolica, dove i sensi aiutano lo spirito. Ecco, diciamo che l'e-commerce è un'idea protestante: sensata, ma insoddisfacente.

2. Esiste poi una **piazza politica**: quella che ha allestito<sup>204</sup> commedie e ha visto tragedie (la parabola guerresca di Mussolini s'è consumata tra la romana piazza Venezia e il milanese piazzale Loreto); quella dei pochi comizi<sup>205</sup> necessari e dei molti inutili; quella dei funerali importanti; quella, orrenda, delle bombe (Milano, Brescia). Esistono centinaia di piazza Garibaldi, Cavour e Mazzini<sup>206</sup> dove Garibaldi, Cavour e Mazzini non sono mai passati. Ci sono dozzine<sup>207</sup> di piazze XXV Aprile, XX Settembre e IV Novembre: ma provate a chiedere ai ragazzi seduti sui motorini se sanno dirvi cos'è successo in quelle date.

<sup>195</sup> marcarsi stretti = *to keep one another close and know about the other*

<sup>196</sup> invecchiare = *to age*

<sup>197</sup> tradire = *to betray*

<sup>198</sup> l'edicola = *newsstand*

<sup>199</sup> per riuscire a fare = *in order to manage to achieve*

<sup>200</sup> accorciarsi i capelli = *to have one's hair trimmed*

<sup>201</sup> che le ombre si allunghino = *that the shadow get longer*

<sup>202</sup> stentare = *to struggle*

<sup>203</sup> l'acquisto = *purchase*

<sup>204</sup> allestire = *to stage, set up*

<sup>205</sup> il comizio = *political meeting, assembly*

<sup>206</sup> Garibaldi, Cavour, Mazzini: tutti personaggi storici importanti che hanno contribuito all'unificazione d'Italia

<sup>207</sup> la dozzina = *dozen*

3. C'è poi la **piazza economica**. Una piazza poco turistica e provvisoria, funzionale e sudata, interessante e mai disinteressata. È affollata di partenze e arrivi (corriere<sup>208</sup>, gite, corse, manifestazioni); prenotata<sup>209</sup> per un concerto; tagliata da sbarre e ringhiere<sup>210</sup>; occupata dalle bancarelle dei mercati; presidiata da studenti e mediatori. Non è bella, ma è utile. Quando ce la tolgono<sup>211</sup>, protestiamo.

4. Esiste una **piazza teatrale**, dove i ruoli (**alternarsi**) \_\_\_\_\_: i frequentatori, a turno, fanno gli spettatori e gli attori. Uno dei palcoscenici<sup>212</sup> più espliciti d'Italia è la piazzetta di Capri: la gente (**sedere**) \_\_\_\_\_ all'aperto in quattro locali (Gran Caffè, Al Piccolo Bar, Bar Tiberio, Caffè Caso), e osserva la scena del passaggio. Quando gli attori (**stancarsi**) \_\_\_\_\_ e (**accomodarsi**) \_\_\_\_\_, qualcuno tra il pubblico ne prende il posto<sup>213</sup>.

5. C'è una **piazza sessuale**, luogo di appostamenti<sup>214</sup> e appuntamenti. Non è più quella che credete all'estero, fotografata da Ruth Orrin nel 1951: non prevede parate di glutei e seni, con i maschi famelici<sup>215</sup> che guardano. Nelle piazze italiane gli uomini continuano a guardare le donne, ma con qualche timore<sup>216</sup> in più, perché oggi quelle restituiscono gli sguardi.

6. C'è una **piazza sociale e sentimentale**, dove le persone (**conoscersi**) \_\_\_\_\_ e (**ritrovarsi**) \_\_\_\_\_. Non (**trattarsi**) \_\_\_\_\_ di passeggio, che presuppone una volontà. È una forma di gravitazione: vie laterali e portici<sup>217</sup> scendono verso una fontana o un monumento, trascinando<sup>218</sup> la gente con sé. Questa piazza l'apprezzano i residenti, legati a consuetudini e ripetizioni; e la cercano i forestieri<sup>219</sup>, ansiosi di punti di riferimento. Guardate dove (**mettersi**) \_\_\_\_\_ seduta<sup>220</sup> la gente in una piazza italiana: panchine<sup>221</sup> e gradini<sup>222</sup>, biciclette e motorini, muretti e ringhiere<sup>223</sup>, paracarri<sup>224</sup> e sedie dei caffè. Sono i palchi<sup>225</sup> da cui osservare la vita, e ogni generazione, dopo aver giurato<sup>226</sup> di non volerlo fare, rinnova l'abbonamento.

7. C'è, infine, la **piazza terapeutica**. È la piazza della pausa, dell'osservazione e della bellezza: quella cui “il cuore arriva più per virtù di poesia che per virtù di storia”, come scriveva Carlo Bo. È la piazza del ricordo, per chi parte; e dell'accoglienza<sup>227</sup>, per chi arriva. È la piazza della serenità ritrovata. Il poeta francese Paul Éluard, una sera di giugno dopo la Prima guerra mondiale, seduto a un caffè vicino a San Petronio, rimase incantato a guardare piazza Maggiore. Scrisse: “Sono in pace”. Bologna e l'Italia gli avevano fatto un regalo.

<sup>208</sup> la corriera = *long-distance bus*

<sup>209</sup> prenotato = *reserved*

<sup>210</sup> tagliata da sbarre e ringhiere = *cut through by bars and fences*

<sup>211</sup> ce la tolgono = *they take it away from us*

<sup>212</sup> il palcoscenico = *stage*

<sup>213</sup> ne prende il posto = *takes their place*

<sup>214</sup> l'appostamento = *ambush*

<sup>215</sup> famelico = *ravenous (sexually)*

<sup>216</sup> il timore = *fear*

<sup>217</sup> il portico = *portico, colonnade, porch*

<sup>218</sup> trascinare = *to drag*

<sup>219</sup> i forestier = *the visitors, the foreigners*

<sup>220</sup> seduta = *seated*

<sup>221</sup> la panchina = *bench*

<sup>222</sup> il gradino = *stair step*

<sup>223</sup> muretti e ringhiere = *low walls and fences*

<sup>224</sup> il paracarro = *bollard*

<sup>225</sup> il palco = *stage*

<sup>226</sup> giurare = *to swear*

<sup>227</sup> l'accoglienza = *welcoming*



**ATTIVITÀ 48 | A COPPIE**

**A coppie, discutete il brano sulla *piazza* seguendo queste domande:**

1. Severgnini crea un'immagine splendida e complessa della piazza italiana. Secondo te, c'è un posto simile negli Stati Uniti? Quale?

---

---

2. Cosa si può fare in piazza in un'ora, secondo Severgnini?

---

---

---

3. Severgnini paragona lo shopping online a cosa? Perché, secondo lui, è “sensato ma insoddisfacente”?

---

---

4. La piazza che descrive Severgnini è multifaccettata. Scegli un aspetto della piazza (ci sono 7 possibilità) e descrivilo: cosa ha di particolare? Perché ti piace?  
Scrivi le espressioni o i passaggi che ti sono piaciuti di più.

---

---

---

---

---

---

---

5. In Italia, quali piazze vorresti visitare? Cosa faresti in piazza?

---

---



### ATTIVITÀ 49 | IN GRUPPI

**In gruppi, guardate una delle sezioni del testo e analizzatela:**

- Ci sono delle similitudini o immagini usate? Quali? Con quale effetto?

---



---

- Osservate gli aggettivi e spiegate quale idea trasmettono;

---



---

- Discutete lo stile: quali parole o espressioni sono divertenti o ironiche, o evocative e poetiche? Perché?

---



---

- Scrivete un piccolo riassunto della sezione (2 frasi al massimo)

---



---



### ATTIVITÀ 50 | A COPPIE

**A coppie, dopo aver discusso il testo, scrivete una lista di similarità e differenze tra l'idea di *piazza* negli Stati Uniti e in Italia. Pensa a quali piazze ci sono, come sono, e come sono usate nei due paesi.**

#### SIMILARITÀ

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

#### DIFFERENZE

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



## 7. CANZONI SULL'ITALIA

La musica può essere un modo molto efficace e popolare per parlare di un paese e della sua cultura. Ecco quattro canzoni italiane, di generi musicali molto vari e di artisti differenti. Ascolta tutte le canzoni, e pensa alla musica e al testo.

### 1. “MADE IN ITALY” di LUCIANO LIGABUE

#### LUCIANO LIGABUE<sup>228</sup>

Ligabue, nato nel 1960, ha iniziato la sua lunga carriera negli anni '80, quando ha formato la sua prima band, *Orazero*. Nel 1990, ha cambiato band e ha prodotto il suo album “Ligabue,” che ha avuto un grande successo. Ligabue suona la musica rock, e lavora ferocemente, spesso senza pausa, come quando ha fatto un tour di 250 concerti in tre anni, quasi ininterrottamente. Non è soltanto un cantautore—Ligabue ha anche pubblicato dei libri e ha girato dei film—ma a causa del suo successo nel mondo della musica, Ligabue si è guadagnato il diritto di chiamarsi “la più autorevole e credibile incarnazione del rock in Italia nell'ultimo quarto di secolo.”



#### ASCOLTO

Ascolta la canzone: <https://www.youtube.com/watch?v=NcEQmZuAsMk>

#### “MADE IN ITALY” (Ligabue, 2016)

[Strofa 1]

Milano ci accoglie  
a braccia conserte,  
un mezzo sorriso d'Europa;  
Bologna ha nel cuore  
una vecchia stazione  
e canzoni d'amore del dopo;  
Venezia che affonda,  
bellezza che abbonda,  
e abbonda a Torino il mistero;  
in centro a Firenze  
una tipa che danza  
e celebra la primavera.

accogliere = *to welcome*

a braccia conserte = *crossed arms*

affondare = *to sink*

abbondare = *to abound, to be plentiful*

un/a tipo/a = *guy, gal*

[Ritornello]

C'è un treno che  
non ferma mai,  
non cambia mai,  
non smette mai,  
è un treno che non è mai stato

<sup>228</sup> Fonte: <https://www.ligabue.com/biografia/>

una volta in orario.  
Tutte queste vite qui,  
qui nel Made in Italy,  
quel po' di male al cuore.

male al cuore = *heartache*

[Strofa 2]

E Roma si spacca e si ricompono  
non è come noi la pensiamo;  
c'è un vecchio barbone che ci offre da bere  
poi ride per quelli che siamo.  
E Napoli è un'isola sempre e per sempre,  
e tu che mi abbracci più forte  
mi chiedi di cosa siamo composti,  
che tanto sai già la risposta.

spaccarsi, ricomporsi = *to break apart, to come back together*

un barbone = *homeless man*

[Ritornello]

... Tutte queste vite qui,  
qui nel Made in Italy,  
sotto queste lune qui,  
tutti Made in Italy,  
belli come il sole.

[Strofa 3]

E Bari e Palermo  
fra cielo ed inferno  
non sempre puoi fare una scelta.  
Il mare che spinge,  
la costa che stringe,  
L'insegna "c'era una volta."

c'era una volta = *once upon a time*

[Ritornello]

### Domande

1. Secondo te, a quale genere musicale appartiene la canzone? Come puoi descrivere la musica?

---



---

2. Secondo te, perché Ligabue decide di menzionare tante città italiane? Come sono descritte le varie città: Milano, Bologna, Venezia, Firenze, Roma Napoli, Bari, e Palermo?

---



---

3. Secondo te, cosa rappresenta il "treno che non ferma mai, non cambia mai, non smette mai" di cui parla il ritornello?

---



---

4. Cosa significa “c’era una volta” (nella terza strofa)? Perché è appropriato in questa canzone?

---

5. Quali elementi che rappresentano l’Italia puoi vedere nel video? Scrivine alcuni. Perché, secondo te, l’Italia è rappresentata come un parco a tema?<sup>229</sup>

---

6. Un critico musicale ha detto che questa canzone “è una dedica d’amore all’Italia;” secondo te, è vero? L’immagine dell’Italia è positiva? Da quali elementi puoi vedere questo?

---

## 2. “BENVENUTI IN ITALY” di ROCCO HUNT

### IL CALCIO IN ITALIA<sup>230</sup>

Per gli italiani, il calcio rappresenta una grande parte della loro identità nazionale. L’associazione di calcio nazionale è stata formata nel 1898, e si chiama Federazione Italiana Giuoco Calcio (FIGC). Oggi in Italia, ci sono due serie professionali di calcio (Serie A e B) e due serie semi-professionali (Serie C e D), e ciascuna serie è composta di circa 20 squadre. Tutte le città grandi hanno le loro proprie squadre di calcio, che solitamente prendono il nome della città. La squadra più famosa in Italia si chiama Juventus, è basata a Torino, ed è riconosciuta generalmente come la squadra migliore di Serie A: ha vinto il titolo della serie A (chiamato “lo scudetto”) 27 volte! La seconda squadra più famosa, chiamata Inter, è basata a Milano. Altre squadre famose sono Roma, Lazio, Napoli, eccetera. In Italia, il calcio è come una religione; quando i sostenitori<sup>231</sup> si riuniscono<sup>232</sup> per guardare una partita,<sup>233</sup> c’è un senso di unità assoluta contro l’altra squadra e i suoi sostenitori, e gli italiani prendono sul serio ogni vittoria o sconfitta.



### ROCCO HUNT<sup>234</sup>

Rocco Hunt è un artista di Salerno (Campania), sia cantautore che rapper— ha cominciato con il rap all’età di 11 anni, e ha trovato la fama quando la sua canzone “Nu juorno buono” (Un giorno buono, in dialetto napoletano) ha vinto a Sanremo nel 2014, quando aveva 18 anni. Il suo primo

<sup>229</sup> il parco a tema = *theme park, amusement park*

<sup>230</sup> Fonte: <https://globalteamevents.com/soccer-in-italy-a-look-at-the-culture-and-history-of-italys-most-popular-sport/>

<sup>231</sup> i sostenitori = *fans*

<sup>232</sup> riunirsi = *to gather, come together*

<sup>233</sup> la partita = *sport game (soccer game)*

<sup>234</sup> Fonte: <https://notiziemusica.it/chi-e-rocco-hunt/curiosita/>

album si chiama *Poeta urbano*, e mostra bene il suo stile di rap energetico con elementi pop. La sua canzone “Benvenuti in Italy” è stata pubblicata nel 2019, ed è stata scelta come colonna sonora delle partite della Nazionale Italiana durante il Campionato Europeo Under 21 di calcio nel giugno 2019.<sup>235</sup>



## ASCOLTO

Ascolta la canzone: <https://www.youtube.com/watch?v=8EdqKkc7Uto>

### “BENVENUTI IN ITALY” (Hunt, 2019)

#### [Strofa 1]

Bambini giocano in strada,  
sognando Messi e Neymar,  
correndo dietro a un pallone.

il pallone = *soccer ball*  
in fuga = *running from*

In fuga dalla realtà,  
dovresti venire qui giù,  
dove il sole sfuma nel blu,  
per campare fanno parkour,  
energie cattive mai più,  
ordiniamo senza menù,  
cameriere fai tu (ratatata).

campare = *to survive, to make a living*

Non ballare bene,  
che con te vicino  
faccio figuracce (ratatata).

“fai tu” = “decidi tu”

Tu sei così bella,  
sei protagonista  
tra mille comparse (yessai).

figuraccia = *bad impression*

Alza 'sto bicchiere  
per chi se n'è andato  
e questa sera è assente (ehi, ehi),  
perché in questo mondo  
se sei troppo buono  
ci rimetti sempre (ehi, ehi).

andarsene = *go away*

rimetterci = *to lose, take a loss, get screwed*

#### [Pre-ritornello]

Parte un coro dallo stadio  
che sente tutta la città;  
per te ho fatto mille strade,  
da adesso in poi non mi ferma niente,  
mentre la curva si accende,  
sotto 'sto sole caliente,  
saremo uniti per sempre,  
se vinco o se perdo, con te *mon amie*, ehi.

la curva = *the (curved) area of the stadium where the most ardent fans of a team sit; the fans.*

<sup>235</sup> Testo modificato da <https://genius.com/Rocco-hunt-benvenuti-in-italy-lyrics>

[Ritornello]

Benvenuti in Italy, ehi,  
*rint 'o core a squadra mi'*, ehi,  
 se non mi dirai di sì  
 allora *c'est la vie*, allora *c'est la vie*, ehi!  
 benvenuti in Italy, ehi,  
 religione, calcio e spritz,  
 ciò che dice questa gente  
 non toccherà la nostra energia.

[Strofa 2]

A guardarla da qui  
 la città insieme a te,  
 vorrei fosse in eterno, ehi.  
 Come un gol allo stadio  
 mentre sono in curva,  
 allo scontro diretto, ehi.  
 Mi profumi di strada,  
 perciò non mi servono  
 frasi ad effetto, ehi.  
 Ti accontenti con poco,  
 no, tu per me non sei un gioco.  
 Gli occhi dei bambini di qua  
 quante cose hanno visto già.  
 Amami se sbaglio,  
 nei momenti brutti,  
 ad amare quando è facile so' bravi tutti.

il gol = *goal, score (in soccer)*

mi profumi di strada = *you seem down-to-earth*  
*[lit. you smell like you're from the street]*

accontentarsi = *to be content with*

[Pre-ritornello e ritornello]

[Bridge]

*Baila, baila, baila, baila, baila*  
 Su una spiaggia o in metropolitana,  
 dentro un bar sperduto di provincia,  
 fino a che la notte ricomincia.  
*Baila, baila, baila, baila, baila*  
 Senza tacchi a piedi sulla strada,  
 balla mentre metti a posto casa,  
 e non fermarti, e non fermarti più.

di provincia = *in the suburbs*

[Pre-ritornello e ritornello]

### Domande

1. Secondo te, a quale genere musicale appartiene la canzone? Come puoi descrivere la musica?

---



---

2. Quali parole in altre lingue usa Hunt? Perché, secondo te, Hunt ha deciso di includere parole non italiane?  


---



---
3. Chi sono Messi e Neymar? Perché sono menzionati?  


---



---
4. Di cosa parla la canzone? Quali sono i temi che emergono dal testo? (Es. i bambini, l'amore)  


---



---
5. Questa canzone è scritta per una competizione sportiva, di calcio: come è rappresentato il calcio nel video della canzone? È una rappresentazione positiva o negativa?  


---



---
6. Hunt descrive succintamente l'Italia con tre elementi: "religione, calcio, e spritz." Che immagine dell'Italia dà? Quali sono i tre nomi che sceglieresti per descrivere il tuo paese?  


---



---

### 3. "IN ITALIA" di FABRI FIBRA E GIANNA NANNINI

#### FABRI FIBRA<sup>236</sup>

Fabri Fibra, di cui il nome vero è Fabrizio Tarducci, è nato a Senigallia nel 1976. Dopo il divorzio dei suoi genitori, ha lasciato la scuola e ha iniziato la sua carriera di musicista. Una cosa per cui è molto famoso sono i suoi tatuaggi — il suo corpo è quasi coperto con diversi disegni, includendo citazioni misteriose come "LOVE IS A MURDER" e "NEVER AGAIN." Il suo primo album che ha avuto successo si chiama *Mr. Simpatia* ed è uscito nel 2003. Di solito, fa musica rap violenta e riflessiva.

#### GIANNA NANNINI

Gianna Nannini, nata a Siena nel 1965, è una famosa cantante e cantautrice rock italiana. È molto conosciuta per la sua voce roca e potente, e per le sue canzoni provocanti e spesso politicizzate. Nannini ha studiato canto, piano, e chitarra elettrica, e si è trasferita a Milano da giovane per seguire i suoi sogni.<sup>237</sup> Ha una carriera molto lunga e di successo, sin dal suo primo album, *Gianna Nannini*, del 1974, che è basato su tematiche fortemente femministe. Altri album molto famosi sono *Profumo* (1986) e *Maschi a altri* (1987), con cui vince dischi d'oro e di platino, e ottiene un successo internazionale.

Nel 1994, Nannini decide di fare l'università a Siena, e si laurea<sup>238</sup> con una tesi su Janis Joplin!

<sup>236</sup> Fonte: <https://chi-e.com/fabri-fibra/>

<sup>237</sup> seguire i propri sogni = *to follow one's dreams*

<sup>238</sup> laurearsi = *to graduate from college*

**ASCOLTO**

Ascolta la canzone: <https://www.youtube.com/watch?v=BRMNR7LwXGU>

**“IN ITALIA” (Fibra e Nannini, 2007)**

[Ritornello:]

Ci sono cose che nessuno ti dirà,  
ci sono cose che nessuno ti darà,  
sei nato e morto qua,  
nato e morto qua,  
nato nel paese delle mezze verità.

[Strofa 1:]

Dove fuggi? In Italia.  
Pistole e macchine, in Italia.  
Machiavelli e Foscolo, in Italia.  
I campioni del mondo sono, in Italia.  
Benvenuto in Italia!  
Fatti una vacanza al mare, in Italia.  
Meglio non farsi operare, in Italia.  
E non andare all'ospedale, in Italia.  
La bella vita, in Italia.  
Le grandi serate e i gala, in Italia.  
Fai affari con la mala, in Italia.  
Il vicino che ti spara, in Italia.

fuggire = *to escape, run away*

farsi operare = *to have surgery*

la mala(vita) = *mafia, criminal organization*  
sparare = *to shoot*

[Ritornello x2]

[Strofa 2]

Dove fuggi? In Italia.  
I veri mafiosi sono, in Italia.  
I più pericolosi sono, in Italia.  
Le ragazze nella strada, in Italia.  
Mangi pasta fatta in casa, in Italia.  
Poi ti entrano i ladri in casa, in Italia.  
Non trovi un lavoro fisso, in Italia.  
Ma baci il crocifisso, in Italia.  
I monumenti, in Italia.  
Le chiese con i dipinti, in Italia.  
Gente con dei sentimenti, in Italia.  
La campagna e i rapimenti, in Italia.

il ladro = *thief, burglar*

il lavoro fisso = *stable job*

il rapimento = *kidnapping*

[Ritornello x2]

[Strofa 3]

Dove fuggi? In Italia.

Le ragazze corteggiate, in Italia.

corteggiare = *to court*

Le donne fotografate, in Italia.

Le modelle ricattate, in Italia.

ricattare = *to blackmail*

Impara l'arte, in Italia.

Gente che legge le carte, in Italia.

leggere le carte = *to read Tarot cards, to divinate*

Assassini mai scoperti, in Italia.

Voti persi e voti certi, in Italia.

[Ritornello x2]

[Bridge]

Dove fuggi?

Dove fuggi?

[Outro]

“Un sogno ce l’hanno tutti, il suo?”

“Uno dei miei sogni era stato quello di rimanere nella mia terra, raccontarla, e continuare, come dire, a resistere.”

### Domande

1. Secondo te, a quale genere musicale appartiene la canzone? Come puoi descrivere la musica?

---



---

2. Il narratore descrive l'Italia come il “paese delle mezze verità.” Quali esempi ci sono di mezze verità nel testo della canzone?

---



---

3. Perché il testo ripete “Dove fuggi?”

---



---

4. Chi sono Machiavelli e Foscolo? Quali elementi letterari e artistici culturali ci sono nel testo?

---



---

5. Quali sono alcuni elementi positivi e negativi dell'Italia nella canzone? Secondo te, dà un'immagine positiva o negativa dell'Italia?

---



---

6. Secondo te, chi sta parlando nell'outro? Secondo te, perché Fibra Fabri e Gianna Nannini hanno deciso di includere questo estratto alla fine della canzone?

---



---



#### 4. “IO NON MI SENTO ITALIANO” di GIORGIO GABER

##### GIORGIO GABER<sup>239</sup>

Giorgio Gaber, anche chiamato Il Signor G o G.G., era un cantautore, commediografo, attore, chitarrista e regista teatrale. Il suo genere musicale è soprattutto rock and roll, ma anche ha sperimentato con il jazz, dove ha trovato le sue ispirazioni originarie per suonare la chitarra. È diventato famoso negli anni '60 con la sua musica, e negli anni '70 si è trasferito al teatro per lo più. È morto nel 2003, lo stesso anno in cui è uscita la sua canzone “Io non mi sento italiano,” ma oggi rimane rilevante per la sua influenza sulla musica e sul teatro.



##### ASCOLTO

Ascolta la canzone: <https://www.youtube.com/watch?v=5M7OnukqHxg>

#### 4. “IO NON MI SENTO ITALIANO” (Giorgio Gaber, 2003)

[Parlato]

*Io G. G. sono nato e vivo a Milano.*

*Io non mi sento italiano*

*ma per fortuna o purtroppo lo sono.*

[Strofa 1]

Mi scusi Presidente,

non è per colpa mia,

ma questa nostra Patria

non so che cosa sia.

Può darsi che mi sbagli,

che sia una bella idea,

ma temo che diventi

una brutta poesia.

Mi scusi Presidente,

non sento un gran bisogno

dell'inno nazionale,

di cui un po' mi vergogno.

In quanto ai calciatori,

non voglio giudicare,

i nostri non lo sanno

o hanno più pudore.

colpa mia = *my fault*

la Patria = *fatherland, homeland*

sbagliarsi = *to make a mistake*

sentire bisogno di = *to need*

vergognarsi = *to be ashamed*

il calciatore = *soccer player*

non avere pudore = *to be shameless*

[Ritornello]

Io non mi sento italiano,

ma per fortuna o purtroppo lo sono.

[Strofa 2]

<sup>239</sup> Fonte: [https://it.wikipedia.org/wiki/Giorgio\\_Gaber](https://it.wikipedia.org/wiki/Giorgio_Gaber)

Mi scusi Presidente,  
 se arrivo all'impudenza,  
 di dire che non sento  
 alcuna appartenenza.  
 E tranne Garibaldi,  
 e altri eroi gloriosi,  
 non vedo alcun motivo  
 per essere orgogliosi.  
 Mi scusi Presidente,  
 ma ho in mente il fanatismo  
 delle camicie nere,  
 al tempo del fascismo.  
 Da cui un bel giorno nacque  
 questa democrazia,  
 che a farle i complimenti  
 ci vuole fantasia.

l'impudenza = *insolence*

l'appartenenza = *belonging*

Giuseppe Garibaldi was a general who helped to unify Italy in  
 the XIX century

nacque = è nata

[Ritornello]

[Bridge 1]  
 Questo bel Paese,  
 pieno di poesia,  
 ha tante pretese,  
 ma nel nostro mondo occidentale  
 è la periferia.

avere pretese = *to be demanding, full of oneself*

la periferia = *the outskirts, periphery*

[Strofa 3]  
 Mi scusi Presidente,  
 ma questo nostro Stato  
 che voi rappresentate  
 mi sembra un po' sfasciato.  
 È anche troppo chiaro  
 agli occhi della gente,  
 che tutto è calcolato  
 e non funziona niente.  
 Sarà che gli italiani,  
 per lunga tradizione,  
 son troppo appassionati  
 di ogni discussione.  
 Persino in Parlamento  
 c'è un'aria incandescente,  
 si scannano su tutto  
 e poi non cambia niente.

sfasciato/a = *fallen apart, collapsed*

non funziona niente = *nothign works*

incandescente = *heated, white-hot*

scannarsi = *to be at each other's throat*

[Ritornello]

[Strofa 4]

Mi scusi Presidente,  
dovete convenire,  
che i limiti che abbiamo  
ce li dobbiamo dire.  
Ma a parte il disfattismo,  
noi siamo quel che siamo,  
e abbiamo anche un passato  
che non dimentichiamo.  
Mi scusi Presidente,  
ma forse noi italiani  
per gli altri siamo solo  
spaghetti e mandolini.  
Allora qui mi incazzo,  
son fiero e me ne vanto,  
gli sbatto sulla faccia  
cos'è il Rinascimento.

convenire = *to agree*

il disfattismo = *skeptical attitude*

incazzarsi = *to get mad*

vantarsene = *to brag about it*

[Ritornello]

[Bridge 2]

Questo bel Paese  
forse è poco saggio,  
ha le idee confuse,  
ma se fossi nato in altri luoghi  
poteva andarmi peggio.

poteva andarmi peggio = *it could have been worse*

[Strofa 5]

Mi scusi Presidente,  
ormai ne ho dette tante,  
c'è un'altra osservazione  
che credo sia importante.  
Rispetto agli stranieri,  
noi ci crediamo meno,  
ma forse abbiam capito  
che il mondo è un teatrino.  
Mi scusi Presidente,  
lo so che non gioite,  
se il grido "Italia, Italia"  
c'è solo alle partite.  
Ma un po' per non morire,  
o forse un po' per celia,  
abbiam fatto l'Europa,  
facciamo anche l'Italia.

crederci meno = *to be less optimistic*

[lit. *to believe less in it*]

teatrino = *puppetshow*

la partita (di calcio) = *soccer game*

una celia = *a joke*

[Ritornello]

Io non mi sento italiano,  
 ma per fortuna o purtroppo,  
 per fortuna o purtroppo,  
 per fortuna,  
 per fortuna lo sono.

### Domande

1. Secondo te, a quale genere musicale appartiene la canzone? Come puoi descrivere la musica?

---



---

2. A chi è indirizzata<sup>240</sup> questa canzone? Perché parla nella persona seconda plurale (*voi*)?

---



---

3. Cosa sono due cose italiane che Gaber critica? Quali sono le sue preoccupazioni?

---



---

4. Nella seconda strofa, chi sono le “camicie nere”? Perché sono menzionate? (cerca su Google)

---



---

5. Nella quarta strofa, quali sono gli stereotipi sull’Italia che Gaber menziona? Qual è la sua reazione quando lui sente questi stereotipi?

---



---

6. Nella quinta strofa, quando il narratore dice, “Rispetto agli stranieri, noi ci crediamo meno ma forse abbiamo capito che il mondo è un teatrino,” di cosa parla?

---



---

7. Alla fine, il narratore ripete “per fortuna (sono italiano)” più di “purtroppo (sono italiano).” Secondo te, il messaggio della canzone è più positivo o negativo?

---



---

**Dopo aver ascoltato tutte le canzoni, forma un piccolo gruppo con un/a o due compagni/e. L’insegnante assegnerà una canzone per ogni gruppo di studenti. Con il tuo gruppo, completa le attività seguenti (51-53, p. 77) per la canzone che vi è stata assegnata.**

---

<sup>240</sup> indirizzare = *to address*



**ATTIVITÀ 51 | IN GRUPPI, A CASA | GLOSSARIO**

Per la tua canzone, con il tuo gruppo, scrivi le parole che non conosci nel testo e trova la parola inglese che secondo te si avvicina di più.

|       |       |
|-------|-------|
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |
| _____ | _____ |



**ATTIVITÀ 52 | IN GRUPPI, A CASA | MESSAGGIO**

Con il tuo gruppo, discuti qual è il messaggio della tua canzone, e poi scrivilo qui:

---



---



---



---



**ATTIVITÀ 53 | A CASA | COMMENTO**

Guarda di nuovo il video YouTube e fai un'istantanea (=screenshot) di una scena/un personaggio che trovi particolarmente "italiano/a." Carica la foto su Moodle, e scrivi un commento spiegando perché hai scelto questa immagine/questo personaggio.

Domande da considerare:

1. Questa istantanea mostra un elemento positivo o negativo d'Italia?
2. Come comunica il messaggio visualmente?
3. C'è un contrasto fra il momento che hai scelto e il resto del video / della canzone?
4. In generale, la canzone quale immagine dà dell'Italia?

**Appunti:**

---



---



### ATTIVITÀ 54 | A COPPIE, IN CLASSE | DISCUSSIONE

**Discussione:** Con un/a compagno/a, discuti queste domande pensando a **tutte le canzoni**.

1. Quale canzone preferisci? Perché?

---



---

2. Secondo te, quale canzone dà l'immagine più profonda dell'Italia? Perché?

---



---

3. Secondo te, una canzone è un buon metodo per presentare un paese e discutere degli aspetti positivi o negativi? Esiste un'altra forma d'arte che sarebbe più efficace?

---



---

4. Puoi pensare a una canzone che rappresenta il tuo paese? Quale? È una rappresentazione positiva o negativa? Secondo te, è efficace?

---



---



### ATTIVITÀ 55 | UNA CANZONE PERSONALE

**A casa, cerca una canzone italiana che ti piace. Carica un link al video musicale su Youtube nel forum di Moodle, e rispondi a queste domande:**

- Perché hai scelto questa canzone?
- A quale genere appartiene? (Esempio: jazz, rock, pop...)
- Ascolti spesso la musica di questo genere? Ti piace?

**Puoi anche rispondere ai messaggi di altri/e studenti/esse, se ti piacciono le loro canzoni.**

(Se non conosci la musica italiana, puoi cercare informazioni su Google, YouTube, o Spotify! Puoi anche chiedere un consiglio al/alla professore/ssa.)

**Appunti:**

---



---

## 8. CONVERSAZIONE FINALE: ITALIA E STATI UNITI A CONFRONTO

Per concludere la nostra Unità 1, ecco alcune attività per pensare ai temi di cui abbiamo parlato: le differenze tra l'Italia e altri Paesi (soprattutto gli Stati Uniti), gli stereotipi che spesso abbiamo verso altre culture, gli elementi che formano l'identità e la cultura di un Paese, e i modi per rappresentare tutto questo.



### ATTIVITÀ 56 | A CASA | INFOGRAFICA

Segui questo link: <https://www.italiani.coop/italia-vs-usa-popoli-a-confronto/> e studia bene l'infografica chiamata "Italiani vs americani: popoli a confronto," che parla di differenze culturali sotto aspetti differenti. Poi rispondi alle domande sotto.

1. Questa infografica parla di vari argomenti:
  - a. la demografia
  - b. il mercato del lavoro
  - c. l'intrattenimento e il tempo libero
  - d. i consumi proibiti
  - e. la cura del corpo
  - f. l'appartenenza religiosa
  - g. la condizione economica delle famiglie
  - h. i consumi
  - i. la qualità della vita



Con un/a compagno/a, scegliete **due o tre argomenti** che vi interessano, e discutete di risultati e dati interessanti e/o sorprendenti che avete trovato nell'infografica. Poi riferite alla classe.

---



---



---



---



---

2. Quale immagine dà l'infografica dell'Italia? E quale immagine dà degli Stati Uniti?  
Usa qualche aggettivo.

---



---



---



### ATTIVITÀ 57 | A COPPIE o DA SOLI | RIPASSO COMPARATIVI

Guardando la stessa infografica (<https://www.italiani.coop/italia-vs-usa-popoli-a-confronto/>), da solo/a o con un/a compagno/a crea a frasi per comparare i due paesi, usando i comparativi regolari e irregolari.

Es. Negli Stati Uniti c'è una maggiore varietà di religioni che in Italia.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_



### ATTIVITÀ 58 | A CASA | VIDEO

Guarda il video “Italy, The Extraordinary Commonplace” su Moodle o seguendo questo link: <https://www.youtube.com/watch?v=X60igLFx02k>. Questo video è stato creato nel 2015 dal Ministero per lo Sviluppo Economico e l’Italian Trade Commission, ed è indirizzato al pubblico internazionale. Con un/a compagno/a, discuti le domande seguenti.

1. Quali stereotipi tipicamente associati all’Italia sono presenti nel video?  
\_\_\_\_\_
2. Questi stereotipi, cosa diventano nel video?  
\_\_\_\_\_
3. Puoi riconoscere qualche prodotto del Made in Italy nel video?  
\_\_\_\_\_
4. In generale, il video quale immagine dà dell’Italia?  
\_\_\_\_\_
5. Secondo te, è un modo efficace di presentare l’Italia al resto del mondo?  
\_\_\_\_\_
6. Immagina di creare un video simile per gli Stati Uniti: quali stereotipi useresti? E quali messaggi positivi invece vorresti dare sul tuo Paese?  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



## GRAMMATICA – IL PRESENTE PROGRESSIVO E STARE PER

- Studia il pdf *Grammatica – Il presente progressivo e “stare per” + infinito* su Moodle.
- Esercizi: 14.1 e 14.2 p 74; 14.3 pp. 75-76; 14.4 e 14.5 p. 76 [Controlla il pdf *Grammatica - soluzioni* p. 299]



### ATTIVITÀ 59 | DA SOLI | LE FORME PROGRESSIVE

Rispondi alle domande su questo video: <https://www.youtube.com/watch?v=X60igLFx02k>, usando il presente progressivo e questi verbi.

*lavorare in laboratorio*  
*progettare un ponte*  
*presentare un progetto*  
*guardare un'opera*

*fare il modello per un servizio fotografico*  
*brindare per l'inaugurazione di uno yacht*  
*creare un modello digitale di un prodotto*  
*addestrarsi per essere un'astronauta*  
*controllare la qualità di una poltrona*

1. Nel video, cosa sta facendo l'uomo che ha lo stereotipo di “pizza maker”?  


---
2. Nel video, cosa stanno facendo i ragazzi che hanno lo stereotipo di “latin lovers”?  


---
3. Nel video, cosa sta facendo il ragazzo che ha lo stereotipo di “mommy’s boy”?  


---
4. Nel video, cosa stanno facendo le ragazze che hanno lo stereotipo di “party addicts”?  


---
5. Nel video, cosa sta facendo l'uomo che ha lo stereotipo di “incurable idler”?  


---
6. Nel video, cosa sta facendo l'uomo che ha lo stereotipo di “gesticulator”?  


---
7. Nel video, cosa sta facendo la ragazza che ha lo stereotipo di “eternal child”?  


---
8. Nel video, cosa stanno facendo le persone che hanno lo stereotipo di “dolve vita lovers”?  


---
9. Nel video, cosa stanno facendo le persone che hanno lo stereotipo di “football enthisiasts”?  


---



3. \_\_\_\_\_ Stati Uniti: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Italia: \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_ Stati Uniti: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Italia: \_\_\_\_\_

### 3. SVILUPPA I TEMI SCELTI

Ora che hai scelto alcuni temi, pensa a *perché* li hai scelti.

1. \_\_\_\_\_ perché: \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_ perché: \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_ perché: \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_ perché: \_\_\_\_\_

### 4. CREA UNA SCALETTA (= *outline*) PER IL TUO SAGGIO

**Introduzione:** Come vuoi cominciare il tuo saggio? Con un esempio / un aneddoto?  
Con una frase generale e introduttiva?

**Primo tema:** Discuti un aspetto che è simile o differente tra Stati Uniti e Italia e spiega

**Secondo** perché lo hai scelto e perché è interessante.

**Terzo**

**Conclusioni:** Come vuoi concludere il tuo saggio? Con un esempio / un aneddoto?  
Con una frase generale e conclusiva? Con un pensiero personale?



## APPENDICE 1

### NUMERI!

Ecco i numeri in italiano da 0 a 1.000.000

|   |         |    |           |     |              |           |                     |
|---|---------|----|-----------|-----|--------------|-----------|---------------------|
| 0 | ZERO    | 10 | DIECI     | 100 | CENTO        | 1.000     | MILLE               |
| 1 | UNO     | 20 | VENTI     | 200 | DUECENTO     | 2.000     | DUE <u>MILA</u>     |
| 2 | DUE     | 30 | TRENTA    | 300 | TRECENTO     | 3.000     | TRE <u>MILA</u>     |
| 3 | TRE     | 40 | QUARANTA  | 400 | QUATTROCENTO | 4.000     | QUATTRO <u>MILA</u> |
| 4 | QUATTRO | 50 | CINQUANTA | 500 | CINQUECENTO  | 5.000     | CINQUE <u>MILA</u>  |
| 5 | CINQUE  | 60 | SESSANTA  | 600 | SEICENTO     | 6.000     | SEI <u>MILA</u>     |
| 6 | SEI     | 70 | SETTANTA  | 700 | SETTECENTO   | 7.000     | SETTE <u>MILA</u>   |
| 7 | SETTE   | 80 | OTTANTA   | 800 | OTTOCENTO    | 8.000     | OTTO <u>MILA</u>    |
| 8 | OTTO    | 90 | NOVANTA   | 900 | NOVECENTO    | 9.000     | NOVE <u>MILA</u>    |
| 9 | NOVE    |    |           |     |              | 10.000    | DIECI <u>MILA</u>   |
|   |         |    |           |     |              | 1.000.000 | UN MILIONE          |

|    |                    |     |                  |       |                  |
|----|--------------------|-----|------------------|-------|------------------|
| 10 | DIECI              | 20  | VENTI            | 100   | CENTO            |
| 11 | <u>UNDICI</u>      | 21  | <u>VENTUNO</u>   | 101   | CENTOUNO         |
| 12 | <u>DODICI</u>      | 22  | VENTIDUE         | 102   | CENTODUE         |
| 13 | <u>TREDICI</u>     | 23  | VENTITRE         | ...   |                  |
| 14 | <u>QUATTORDICI</u> | 24  | VENTIQUATTRO     | 110   | CENTODIECI       |
| 15 | <u>QUINDICI</u>    | 25  | VENTICINQUE      | 120   | CENTOVENTI       |
| 16 | <u>SEDICI</u>      | 26  | VENTISEI         | ...   |                  |
| 17 | <u>DICIASSETTE</u> | 27  | VENTISETTE       | 129   | CENTOVENTINOVE   |
| 18 | <u>DICIOTTO</u>    | 28  | <u>VENTOTTO</u>  | 162   | CENTOSessantadue |
| 19 | <u>DICIANNOVE</u>  | 29  | VENTINOVE        | ...   |                  |
|    |                    | ... |                  | 203   | DUECENTOTRE      |
|    |                    | 30  | TRENTA           | 310   | TRECENTODIECI    |
|    |                    | 31  | <u>TRENTUNO</u>  | ...   |                  |
|    |                    | 32  | TRENTADUE        | 1.006 | MILLESEI         |
|    |                    | 33  | TRENTATRE        |       |                  |
|    |                    | 34  | TRENTAQUATTRO    |       |                  |
|    |                    | 35  | TRENTACINQUE     |       |                  |
|    |                    | 36  | TRENTASEI        |       |                  |
|    |                    | 37  | TRENTASETTE      |       |                  |
|    |                    | 38  | <u>TRENTOTTO</u> |       |                  |
|    |                    | 39  | TRENTANOVE       |       |                  |
|    |                    | ... |                  |       |                  |



**Scrivi il numero che manca nelle operazioni:**

1. venti – otto = \_\_\_\_\_
2. undici + dieci = \_\_\_\_\_
3. quindici + quattro = \_\_\_\_\_
4. settanta – \_\_\_\_\_ = cinquantaquattro
5. venti – \_\_\_\_\_ = tre
6. quarantotto + dieci = \_\_\_\_\_
7. ventidue + tredici = \_\_\_\_\_
8. novanta – otto = \_\_\_\_\_



**Nel brano seguente, scrivi i numeri in lettere:**

### **L'Italia fisica**

L'Italia è una penisola dalla forma di un lungo stivale che si allunga nel Mar Mediterraneo con 7.375 km (1) di bellissime coste. Il Mar Mediterraneo prende nomi differenti a seconda della costa: Mar Ligure, Mar Tirreno, Mar Ionio, Mare Adriatico, e Mar di Sardegna. In questi mari ci sono 2 (2) grandi isole, la Sicilia e la Sardegna; e altre isole più piccola, come l'Isola d'Elba, Ischia, Capri, le isole Eolie, e molte altre.

Circa il 77% (3) del territorio italiano è costituito da monti e colline. La grande catena montuosa delle Alpi, al nord, è disposta ad arco e separa l'Italia dalle terre confinanti (la Francia, la Svizzera, l'Austria, e la Slovenia). Nelle Alpi ci sono le cime più alte d'Italia: il Monte Bianco, che a 4.810 metri (4) è anche la cima più alta d'Europa, il Monte Rosa a 4.634 metri (5), e il Monte Cervino a 4.478 metri (6). I paesaggi incantevoli delle Alpi attirano molti turisti, che possono anche praticare sport invernali grazie agli attrezzati centri sciistici. Lungo tutta la penisola si snoda, costituendone la "spina dorsale", anche un'altra catena montuosa, gli Appennini. Le cime degli Appennini sono più basse di quelle delle Alpi: il monte più alto è il Gran Sasso, che raggiunge solo i 2.912 metri (7). Tuttavia, negli Appennini ci sono ancora alcuni vulcani attivi e pericolosi: l'Etna in Sicilia, lo Stromboli, il Vulcano nelle isole Lipari, e il Vesuvio in Campania (vicino a Napoli), che è tristemente noto per la terribile eruzione che nel 79 d.C. (8) ha distrutto le città di Pompei ed Ercolano.

Solo il 20% (9) circa del territorio italiano è pianeggiante e circa la metà è costituita dalla pianura Padana, nel nord, che è attraversata dal fiume più lungo d'Italia, il Po – lungo 652 km (10) – e i suoi affluenti. Nel punto in cui il fiume Po sfocia nel Mare Adriatico, si forma un delta. Qui c'è la laguna di Venezia, cioè uno specchio d'acqua salata chiuso da tanti cordoni di sabbia. Le altre pianure sono meno estese della pianura Padana, e spesso si trovano vicino alla costa.

Tra i fiumi più famosi negli Appennini c'è l'Arno, lungo 241 km (11), che passa sotto i ponti della città di Firenze, e il Tevere, lungo 406 km (12), che bagna la "Città Eterna", Roma.

I laghi più grandi e profondi sono al nord: per esempio, il Lago di Garda, che è il più esteso d'Italia, ha una superficie di 370 km quadrati (13); il Lago Maggiore ha una superficie di 212,5 km quadrati (14); e il famoso Lago di Como ha una superficie di 146 km quadrati (15). Al centro-sud ci sono laghi più piccoli, ma molto pittoreschi, come il Lago Trasimeno, il Lago di Bolsena, e tanti altri.

La bellezza dell'Italia è anche dovuta alla grande varietà di clima e paesaggio, diverso da zona a zona.

- |      |       |                     |
|------|-------|---------------------|
| (1)  | _____ | chilometri          |
| (2)  | _____ | grandi isole        |
| (3)  | _____ | per cento           |
| (4)  | _____ | metri               |
| (5)  | _____ | metri               |
| (6)  | _____ | metri               |
| (7)  | _____ | metri               |
| (8)  | _____ | d. C. (dopo Cristo) |
| (9)  | _____ | per cento           |
| (10) | _____ | chilometri          |
| (11) | _____ | chilometri          |
| (12) | _____ | chilometri          |
| (13) | _____ | chilometri quadrati |
| (14) | _____ | chilometri quadrati |
| (15) | _____ | chilometri quadrati |

## APPENDICE 2

### PARTICOLARITÀ DI ALCUNI AGGETTIVI

1. **Aggettivi in *-ista***; al singolare, femminile e maschile sono in *-ista*  
al plurale, è regolare – il femminile in *-iste* e il maschile in *-isti*

Es. Un ragazzo ottimista / una ragazza ottimista  
Due ragazzi ottimisti / due ragazze ottimiste

2. **Il plurale degli aggettivi in *-co* e *-go* (la forma femminile in *-ca* e *-ga* è regolare e diventa sempre *-che* e *-ghe* al plurale):**

It is important to clarify immediately that due to considerable a number of exceptions, the following instructions may be considered only a very general set of guidelines and, when coming across an unfamiliar name with these endings, please just check the plural form in a dictionary.

Secondo la grammatica italiana, il plurale degli aggettivi in "**-co**" and "**-go**" si può dividere in due gruppi:

#### A) Nomi con l'accento sulla penultima sillaba

| Singolare  | Plurale                                     |
|--|---|
| Nomi che finiscono in " <b>-co</b> "...                                    | ... al plurale finiscono in " <b>-chi</b> " |
| <i>Esempio:</i><br><i>Fuoco</i> (fire) - <i>accento</i> → <i>fuòco</i>     | <i>Esempio:</i><br><i>Fuochi</i>            |
| Nomi che finiscono in " <b>-go</b> "...                                    | ... al plurale finiscono in " <b>-ghi</b> " |
| <i>Esempio:</i><br><i>Albergo</i> (hotel) - <i>accent</i> → <i>albèrgo</i> | <i>Esempio:</i><br><i>Alberghi</i>          |

#### Ma ci sono eccezioni!!

*Esempi:* amico → amici, nemico → nemici, greco → greci, porco → porci.



**B) Nomi con l'accento PRIMA della penultima sillaba**

| Singolare   | Plurale  |
|---|--|
| Nomi che finiscono in " <b>-co</b> "...<br><br><i>Esempio:</i><br><i>Sindaco (mayor) - accent → sindaco</i>       | ... al plurale finiscono in " <b>-ci</b> "<br><br><i>Esempio:</i><br><i>Sindaci</i>  |
| Nomi che finiscono in " <b>-go</b> "...<br><br><i>Esempio:</i><br><i>Asparago (asparagus) - accent → aspàrago</i> | ... al plurale finiscono in " <b>-gi</b> "<br><br><i>Esempio:</i><br><i>Asparagi</i> |

**Ma ci sono molte eccezioni!!**

*Esempi:* carico (load) → carichi, epilogo (epilogue) → epiloghi, incarico (task) → incarichi, obbligo (duty) → obblighi, pizzico (task) → pizzichi, profugo (refugee) → profughi, valico (pass) → valichi.

**C) NOTA:** I nomi che finiscono in "**-logo**", al plurale tendono a finire in:

- "**-logi**" quando si riferiscono a persone;
- "**-loghi**" quando si riferiscono a cose e oggetti.

*Esempi:* psicologo (psychologist) → psicologi, catalogo (catalogue) → cataloghi.

## APPENDICE 3

### GLI AGGETTIVI E PRONOMI DIMOSTRATIVI

- Leggi bene *Via della Grammatica* pp. 51-52
- Esercizi: 10.1 e 10.2 p. 53; 10.3 e 10.4 p. 55; 10.5 p. 55 [chiave pp. 297-298]

#### QUESTO/A/I/E

|      | M            | F                |
|------|--------------|------------------|
| SING | questo vino  | questa pasta     |
| PL   | questi libri | queste caramelle |

Es. Questo caffè italiano è davvero delizioso!

Es. Mi piacciono questi libri, sono interessanti e sorprendenti.

#### QUELLO

|      | M   | F   |
|------|---|---|
| SING | il → que <b>l</b> vino<br>l' → quell' <b>o</b> rologio<br>lo → quell <b>o</b> zaino | la → quell <b>a</b> pasta<br>l' → quell' <b>u</b> niversità |
| PL   | i → que <b>i</b> libri<br>gli → que <b>gli</b> orologi<br>zaini                     | le → quell <b>e</b> caramelle                               |

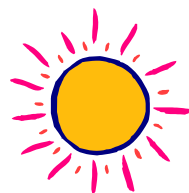
Es. Quello zaino rosso è molto bello, ma costa un sacco! Quello blu è più economico.

Es. Mi piace quell' università.

## **APPENDICE 4**

### **I MESI E LE STAGIONI**

- In un anno, ci sono **4 stagioni**:



**L'ESTATE**



**LA PRIMAVERA**



**L'AUTUNNO**



**L'INVERNO**

- In un anno, ci sono **12 mesi**:

**GENNAIO  
FEBBRAIO  
MARZO  
APRILE  
MAGGIO  
GIUGNO**

**LUGLIO  
AGOSTO  
SETTEMBRE  
OTTOBRE  
NOVEMBRE  
DICEMBRE**

- In una settimana, ci sono **7 giorni**:

**LUNEDÌ  
MARTEDÌ  
MERCOLEDÌ  
GIOVEDÌ**

**VENERDÌ  
SABATO  
DOMENICA**

**\*\*\* Attenzione!**

In italiano la **data** si scrive così:  
**giorno / mese / anno**



**Esercizio 1. Scrivi la data in lettere:**






1. 10 / 01 / 1975 \_\_\_\_\_
2. 04 / 07 / 2014 \_\_\_\_\_
3. 24 / 12 / 1764 \_\_\_\_\_
4. 01 / 05 / 2002 \_\_\_\_\_
5. 18 / 06 / 1233 \_\_\_\_\_
6. 21 / 11 / 1999 \_\_\_\_\_



**Esercizio 2. Rispondi alle seguenti domande scrivendo la data:**

Es. Quando è il tuo compleanno?

Il mio compleanno è il ventinove giugno.

1. Quando è Natale?  \_\_\_\_\_
2. Quando è Halloween?  \_\_\_\_\_
3. Quando è il Giorno dell'Indipendenza negli Stati Uniti?  \_\_\_\_\_
4. Quando è il tuo compleanno?  \_\_\_\_\_
5. Qual è la data di oggi?  \_\_\_\_\_

## APPENDICE 5

### CHE TEMPO FA?



**FA BELLO / C'È IL SOLE**



**È VARIABILE**



**FA BRUTTO / È NUVOLOSO**



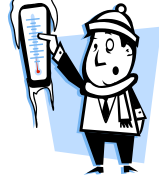
**FA BRUTTO / PIOVE**



**FA BRUTTO / NEVICA**




**C'È VENTO**



**FA FREDDO**

- Fa un freddo polare
- Fa un freddo boia / cane

---



**FA CALDO**

- Fa un caldo africano
- Fa un caldo boia
- C'è afa



#### **Esercizio 1. Rispondi alle domande.**

1. Che tempo fa in estate in Italia?
2. Che tempo fa in inverno in Italia?
3. Che tempo fa oggi?
4. Che tempo faceva ieri?
5. Quando piove, cosa preferisci fare?
6. Quando fa caldo e c'è il sole, cosa fai?

---

---

---

---

---

---

## APPENDICE 6

### GLI AGGETTIVI POSSESSIVI

- Leggi bene *Via della Grammatica* pp. 61-64  
 - Esercizi: 11.1 p. 62; 11.2 e 11.3 p. 63; 11.4, 11.5, e 11.6 p. 64 [chiave p. 298]

|           | Singolare        |                  | Plurale         |                  |
|-----------|------------------|------------------|-----------------|------------------|
|           | maschile         | femminile        | maschile        | femminile        |
| io        | <b>il mio</b>    | <b>la mia</b>    | <b>i miei</b>   | <b>le mie</b>    |
| tu        | <b>il tuo</b>    | <b>la tua</b>    | <b>i tuoi</b>   | <b>le tue</b>    |
| lui / lei | <b>il suo</b>    | <b>la sua</b>    | <b>i suoi</b>   | <b>le sue</b>    |
| noi       | <b>il nostro</b> | <b>la nostra</b> | <b>i nostri</b> | <b>le nostre</b> |
| voi       | <b>il vostro</b> | <b>la vostra</b> | <b>i vostri</b> | <b>le vostre</b> |
| loro      | <b>il loro</b>   | <b>la loro</b>   | <b>i loro</b>   | <b>le loro</b>   |

Es. Michele ha un gatto. **Il suo gatto** si chiama Fiocco.

Es. Michele ha due penne. **Le sue penne** sono nere.

Es. Sonia e Michele hanno un amico. **Il loro amico** è italiano.

Es. Sonia e Michele hanno due biciclette. **Le loro biciclette** sono blu.

Es. Sonia ha due quaderni. **I suoi quaderni** sono rossi.

Es. Sonia ha una macchina. **La sua macchina** è rossa.

## APPENDICE 7

### CHE ORA È? / CHE ORE SONO?

Per indicare il tempo preciso nel momento in cui si parla, in italiano si usa:



Sono le 3

1 giorno = 24 ore  
1 ora = 60 minuti  
1 minuto = 60 secondi



Sono le 4 e mezza / e trenta (minuti)



Sono le 6 e un quarto / e quindici (minuti)



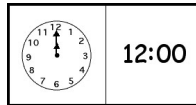
Sono le 5 meno un quarto / meno quindici (minuti)

### \*\*\* Attenzione!

Si dice:



È l'una. (singolare)



È mezzogiorno. (singolare)  
È mezzanotte.

**MA!!** Sono le due/tre/quattro/cinque/etc... (plurale)



**Esercizio 1. Rispondi scrivendo l'ora.** Che ora è? / Che ore sono?



**A CHE ORA?**

1. Per indicare un'ora che non è nel momento in cui si parla, in italiano si usa:

|                         |   |                   |   |                              |
|-------------------------|---|-------------------|---|------------------------------|
| • Preposizione <i>a</i> | + | l'una (1)         | = | <b>all'una</b>               |
| • Preposizione <i>a</i> | + | mezzogiorno       | = | <b>a mezzogiorno</b>         |
|                         |   | mezzanotte        | = | <b>a mezzanotte</b>          |
| • Preposizione <i>a</i> | + | le due, le tre... | = | <b>alle due, alle tre...</b> |

Es. A che ora comincia il film stasera?

Il film comincia alle venti.

Es. A che ora è la lezione di italiano?

La lezione di italiano è all'una di pomeriggio.

2. Se si vuole **specificare una durata, un periodo di tempo delimitato**, in italiano si usa:

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p><b>Preposizione <i>da</i></b></p> <p>+ l'una (1) = <b>dall'una</b></p> <p>+ mezzogiorno = <b>da mezzogiorno</b></p> <p>  mezzanotte = <b>da mezzanotte</b></p> <p>+ le due, le tre... = <b>dalle due, dalle tre...</b></p> | ⇒ | <p><b>Preposizione <i>a</i></b></p> <p>+ l'una (1) = <b>all'una</b></p> <p>+ mezzogiorno = <b>a mezzogiorno</b></p> <p>  mezzanotte = <b>a mezzanotte</b></p> <p>+ le due, le tre... = <b>alle due, alle tre...</b></p> |
|---|---|---|

Es. Da che ora a che ora è lo spettacolo di teatro all'aperto?

Lo spettacolo è dalle quindici e trenta alle diciassette.

Es. Quanto dura la festa domani sera?

La festa dura dalle otto di sera a mezzanotte.



**Esercizio 1. Rispondi alle domande:**

1. A che ora fai colazione, in generale?

---

2. Da che ora a che ora è la tua lezione di italiano?

---





## Esercizio 2. Guarda la tabella e rispondi alle domande.

Ecco l'agenda settimanale di Annalisa:

| lunedì                       | martedì                         | mercoledì                         | giovedì                                     | venerdì                            | sabato                            | domenica                   |
|------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---|------------------------------------|-----------------------------------|----------------------------|
| 8:00~10:00<br>università     |                                 | 8:00~10:00<br>università          |   | 8:00~10:00<br>università           |                                   | 9:00<br>messa              |
|                              |                                 |                                   |   |                                    | 10:00<br>parrucchiere             | 11:30<br>brunch            |
| 12:00<br>pranzo con<br>Marco |                                 | 12:30<br>pranzo con i<br>compagni |   |                                    | 13:15<br>pranzo con i<br>genitori |                            |
|                              |                                 |                                   | 14:00<br>piscina                            |                                    |                                   |                            |
| 16:00~20:00<br>lavoro al bar | 16:00~20:00<br>lavoro al bar    | 16:00~20:00<br>lavoro al bar      | 16:00~20:00<br>lavoro al bar                | 16:00~20:00<br>lavoro al bar       |                                   | 18:45<br>Aperitivo         |
|                              | 21:00<br>lezione di<br>chitarra |                                   | 21:00~22:00<br>spettacolo di<br>musica live |                                    | 20:30<br>cena con gli<br>amici    | 21:20<br>cena con<br>Marco |
| 22:00<br>karaoke             |                                 |                                   |   | 22:15~00:00<br>al bar con<br>Luisa | 23:15<br>discoteca                |                            |

1. A che ora Annalisa va a messa domenica? \_\_\_\_\_
2. Da che ora a che ora ha lezione lunedì? \_\_\_\_\_
3. A che ora è il karaoke lunedì sera? \_\_\_\_\_
4. Quando comincia il brunch domenica mattina? \_\_\_\_\_
5. Da che ora a che ora lavora da lunedì a venerdì? \_\_\_\_\_
6. A che ora ha lezione di chitarra martedì? \_\_\_\_\_
7. A che ora va in piscina giovedì? \_\_\_\_\_
8. A che ora pranza sabato? E a che ora cena? \_\_\_\_\_
9. Da che ora a che ora va al bar con Luisa? \_\_\_\_\_
10. A che ora va in discoteca? \_\_\_\_\_
11. Quand'è l'aperitivo domenica? \_\_\_\_\_
12. Quanto dura lo spettacolo giovedì sera? \_\_\_\_\_

## APPENDICE 8

### C'È / CI SONO

|                |   |                                 |
|----------------|---|---------------------------------|
| <b>C'È</b>     | + | 1 nome singolare                |
| <b>CI SONO</b> | + | 1 nome plurale<br>2/3/4... nomi |



- Es. Nell'astuccio, **c'è** una gomma.  
 Es. Nell'astuccio, **c'è** una matita e **ci sono** tre penne.  
 Es. Nell'astuccio, non **ci sono** le forbici.



#### Esercizio 1. Completa con *c'è* e *ci sono*.

1. \_\_\_\_\_ un orologio.
2. \_\_\_\_\_ una professoressa.
3. \_\_\_\_\_ otto studenti.
4. \_\_\_\_\_ otto banchi.
5. \_\_\_\_\_ una lavagna.
6. \_\_\_\_\_ tante penne.
7. \_\_\_\_\_ un tavolo.



Cos'altro c'è in classe?

8. \_\_\_\_\_
9. \_\_\_\_\_
10. \_\_\_\_\_

## APPENDICE 9

### IL VERBO PIACERE

|       |                          |                    |  |   |  |
|-------|--------------------------|--------------------|--|---|--|
| (non) | mi (= a me)              | } <b>piace</b>     | <b>(molto /<br/>abbastanza /<br/>un po' /<br/>per niente...)</b> | + | 1 nome singolare<br>verbo/i all'infinito |
|       | ti (= a te)              |                    |  |   |  |
|       | gli / le (= a lui / lei) | } <b>piacciono</b> |  | + | 1 nome plurale<br>2/3/4... nomi          |
|       | ci (= a noi)             |                    |  |   |  |
|       | vi (= a voi)             |                    |  |   |  |
|       | gli (= a loro)           |                    |  |   |  |

Es. **Mi piace un po'** la musica rock; **a loro piace molto** la musica classica.

Es. Mio fratello beve sempre la Coca-Cola. **Gli piace molto!**

Es. **Ci piacciono molto** gli spaghetti al pomodoro, li mangiamo sempre.

Es. **Non mi piacciono per niente** il gelato e la pizza.

Es. **Ti piace** camminare, leggere, e guardare i film di fantascienza? **A me piace molto.**



**Esercizio 1. Completa con (non) mi piace o (non) mi piacciono.**

1. \_\_\_\_\_ la pizza fredda.
2. \_\_\_\_\_ i libri grandi e vecchi!
3. \_\_\_\_\_ molto il caffè e il tè.
4. \_\_\_\_\_ giocare a basket con gli amici.
5. \_\_\_\_\_ l'italiano!
5. \_\_\_\_\_ le penne rosse.
6. \_\_\_\_\_ uscire e ballare il sabato sera.



**Esercizio 1. Rispondi usando il verbo piacere.**

**Cosa ti piace fare nel tempo libero?**

---



---



---



---

## APPENDICE 10

### LE ESPRESSIONI DI FREQUENZA

Gli **avverbi di frequenza** italiani sono:

+++ **SEMPRE / TUTTI I GIORNI**

Es: Bevo sempre acqua naturale.

++ **IN GENERALE / DI SOLITO / USUALMENTE / SPESSO**

Es: Vado spesso in palestra.

+ **OGNI TANTO / QUALCHE VOLTA / A VOLTE**

Es: Ogni tanto gioco a scacchi.

- **RARAMENTE / QUASI MAI**

Es: Vado raramente a teatro.

-- **(NON)... MAI**

Es: Non vado mai al cinema.

➤ Quando si usa **mai** e **quasi mai** il verbo deve essere in forma **negativa!** (**doppio negativo**)

**Attenzione alla posizione nella frase!**

- Studio spesso l'italiano  
**ma!** Non studio **mai** l'italiano.
- Noi mangiamo la pizza ogni sabato sera.  
**ma!** Noi **non** mangiamo **mai** la pizza.

➤ Non c'è una regola precisa per la **posizione degli avverbi di frequenza** nella frase. In generale, dipende dalla **lunghezza** dell'avverbio.

- **se l'avverbio è corto, in generale va subito dopo il verbo:**

Es. Leggo **sempre** molti libri.

Es. Vado **spesso** in biblioteca.

Es. Pulisco **raramente** la mia camera.

Es. Non guardo **mai** la TV.

- **se l'avverbio è lungo o composto di più di una parola, in generale va alla fine o all'inizio della frase:**

Es. Vado al cinema **ogni tanto**.

//

**Ogni tanto**, vado al cinema.

Es. Frequento la lezione d'italiano **tutti i giorni**.

//

**Tutti i giorni**, frequento la lezione d'italiano.