



## PROVA 2

Leggi il testo seguente e completalo scegliendo la parola giusta.

FocusJunior PlayLab  
Newsletter insegnanti  
Iniziative e eventi  
Musei  
Compleanni  
Junior reporter news

[MENU](#)
[NEWS](#)
[SCUOLA](#)
[SCIENZA](#)
[ANIMALI](#)
[GIOCHI](#)
[TECNOLOGIA](#)
[COMPORTAMENTO](#)
[BARZELLETTE](#)
[VIDEO](#)
[INT](#)
[...](#)
[Q](#)
[U](#)

FocusJunior.it > Scuola > Compiti per le vacanze? Meglio le "esperienze estive"!

### COMPITI PER LE VACANZE? MEGLIO LE "ESPERIENZE ESTIVE"!



A rovinare l'estate dei ragazzi ci sono sempre i compiti per le vacanze. Troppi, pochi, noiosi, forse qualcuno persino inutile, ma da **-6a-**.

Basta! Non chiamiamoli più compiti ma diciamo che **-7a-** di voi durante l'estate può fare degli "esperimenti", delle esperienze. Eccone alcuni:

- I. Quando andate in vacanza girate le città con una guida in mano preparata da voi e **-8a-** il piacere di fare la guida a mamma, papà, nonni, amici.
- II. Chiedetevi **-9a-** della notte di San Lorenzo, del mare calmo e più caldo di notte, dell'arcobaleno dopo il temporale.
- III. Giocate con gli oggetti che trovate **-10a-**: un ramo, il guscio di una cozza (si può colorare all'interno), una pietra vulcanica. Trasformate con la vostra fantasia questi doni preziosi della terra in vostri giochi.
- IV. Se andate in un Paese straniero provate a parlare il **-11a-** possibile la vostra lingua, l'italiano, cercando di scrivere su un taccuino le parole strane che sentite. A settembre portatele alla maestra e vedete se almeno lei le sa.
- V. Organizzatevi con un **-12a-**, dividendolo in due parti: soldi spesi, soldi guadagnati. E fate i conti in tasca alla vostra famiglia!

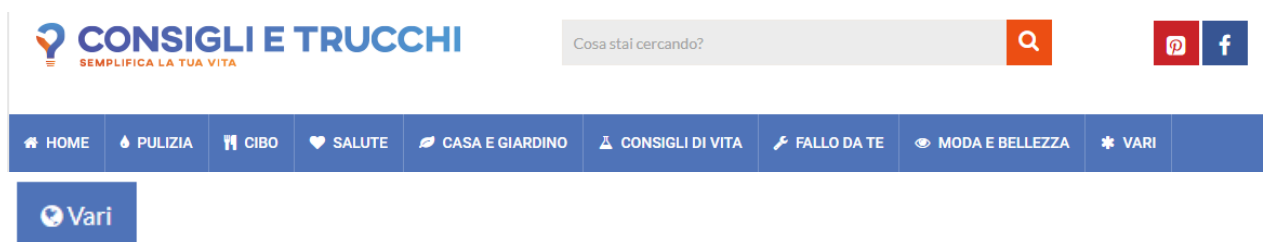


Adattato da : [www.focusjunior.it/scuola/compiti-per-le-vacanze-meglio-le-esperienze-estive/](http://www.focusjunior.it/scuola/compiti-per-le-vacanze-meglio-le-esperienze-estive/)

6a.	A. <input type="checkbox"/> fare	B. <input type="checkbox"/> leggere	C. <input type="checkbox"/> scrivere
7a.	A. <input type="checkbox"/> uno	B. <input type="checkbox"/> due	C. <input type="checkbox"/> ognuno
8a.	A. <input type="checkbox"/> cercate	B. <input type="checkbox"/> sperimentate	C. <input type="checkbox"/> dimostrate
9a.	A. <input type="checkbox"/> l'effetto	B. <input type="checkbox"/> la causa	C. <input type="checkbox"/> il perché
10a.	A. <input type="checkbox"/> in casa	B. <input type="checkbox"/> in natura	C. <input type="checkbox"/> nella vostra camera
11a.	A. <input type="checkbox"/> meno	B. <input type="checkbox"/> più	C. <input type="checkbox"/> minore
12a.	A. <input type="checkbox"/> libro	B. <input type="checkbox"/> computer	C. <input type="checkbox"/> quaderno

### PROVA 3

Leggi il seguente testo e completalo scegliendo la risposta giusta fra quelle proposte.



## I vigili del fuoco avvertono: non lasciate mai una bottiglia d'acqua dentro l'auto

Un sacco di gente tiene in macchina qualcosa da mangiare e da bere. Soprattutto le persone che viaggiano molto ogni giorno hanno spesso una bottiglia d'acqua in macchina. Ma lo **-13a-** che questa abitudine può diventare un serio pericolo per la **-14a-** vita? Un pompiere americano dell'Idaho l'ha messo in pratica e ne ha fatto un video. Era rimasto sorpreso da **-15a-** era accaduto e i suoi colleghi vigili del fuoco dell'Oklahoma **-16a-** che avrebbero dovuto avvertire la gente del pericolo d'incendio. L'uomo in questione, Dioni Amuchastegui dell'Idaho, aveva lasciato una bottiglia d'acqua in macchina durante la pausa pranzo. Quando è tornato **-17a-** sua macchina, si è accorto che del fumo proveniva **-18a-** consolle centrale della sua auto. Che cosa era successo? A causa dei raggi del sole **-19a-** penetravano nell'auto, il materiale sotto la bottiglia aveva preso fuoco. La prova che segue **-20a-** mostra quanto velocemente una bottiglia d'acqua può causare un incendio all'interno dell'auto.

13a.	A. <input type="checkbox"/> sapevate	B. <input type="checkbox"/> avevate saputo	C. <input type="checkbox"/> sapreste
14a.	A. <input type="checkbox"/> loro	B. <input type="checkbox"/> sua	C. <input type="checkbox"/> propria
15a.	A. <input type="checkbox"/> quale che	B. <input type="checkbox"/> quello che	C. <input type="checkbox"/> questo che
16a.	A. <input type="checkbox"/> avevano concordato	B. <input type="checkbox"/> concordavano	C. <input type="checkbox"/> concordano
17a.	A. <input type="checkbox"/> in	B. <input type="checkbox"/> sulla	C. <input type="checkbox"/> alla
18a.	A. <input type="checkbox"/> da	B. <input type="checkbox"/> dalla	C. <input type="checkbox"/> nella
19a.	A. <input type="checkbox"/> che	B. <input type="checkbox"/> con cui	C. <input type="checkbox"/> da cui
20a.	A. <input type="checkbox"/> gli	B. <input type="checkbox"/> ti	C. <input type="checkbox"/> ci

## PROVA 4

Leggi il seguente testo e svolgi le attività relative.


**DIONIDREAM**

Cerca...

Segui Dionidream su






INTEGRATORI   SUPERFOOD   RIMEDI NATURALI   NUTRIZIONE   SHOP

## Apre il Supermercato che vende solo prodotti sfusi! No imballaggi No spreco!


 di Staff — 11 Ottobre 2015 in Ecoliving




 51





Si chiama Original Unverpackt e purtroppo per ora si trova solo a Berlino. In questo speciale supermercato il cibo è venduto solo ed esclusivamente senza **-21a-** tipo di imballo, i clienti si portano direttamente i loro contenitori e buste, prendono e pagano solo quello che acquistano e che **-22a-** gli serve. **-23a-** del supermercato non vi sono i prodotti delle grandi marche ma unicamente alimenti di provenienza regionale e, nella maggior parte dei casi, biologica. Le fondatrici Sara Wolf e Milena Glimbovski, che l'hanno realizzato grazie ad una raccolta fondi, dicono che **-24a-** è della crescente domanda di prodotti e servizi che si occupano di sostenibilità. Un segnale importante non solo per **-25a-** ecologico e ambientale, ma anche educativo alimentare; ovvero tutto quello che non è impacchettato non è prodotto da grandi industrie e quindi a lunga conservazione; **-26a-** vuol dire che non ha neppure chimica additiva per il mantenimento. Un nuovo modo di fare la spesa **-27a-** del necessario e del rispetto dell'ambiente: la presenza dei dispenser permette infatti di scegliere la giusta quantità di prodotto senza lasciarsi influenzare dal packaging e dai nomi dei grandi marchi, ma privilegiando la qualità ed evitando gli sprechi di cibo. **-28a-** il non utilizzo di confezioni permette di ridurre il numero di imballaggi che sono difficili da riciclare, ridurre i costi del prodotto e risparmiare le materie prime e la quantità di acqua ed energia adoperate per la loro produzione. Il Food Wastage Footprint, uno studio pubblicato dalla Food & Agriculture Organization delle Nazioni Unite (FAO) sull'impatto che ha lo spreco di cibo e i rifiuti alimentari su clima, terra, acqua e biodiversità, stima che l'impronta ecologica globale dei rifiuti alimentari è equivalente a oltre 3 miliardi di tonnellate di CO<sub>2</sub> e polveri sottili inquinanti. Non è alle porte ma neanche tanto lontano questo modo di fare la spesa. Prenderà piede in tutto il mondo: tutti siamo più attenti alla qualità e alla provenienza dei prodotti e preferiamo acquistare merce locale non trattata **-29a-** cibi industriali contenenti chissà cosa e prodotti chissà dove. L'etichetta, garante del contenuto nutrizionale del prodotto che noi consumatori abbiamo imparato a leggere per la nostra corretta alimentazione, però scompare. Il nostro Pianeta ci ringrazierà, certo: meno pesticidi, erbicidi, sostanze plastiche, inceneritori e discariche, e quindi acqua, aria e terra più pulite e sane e quindi un uomo più forte. Ma sarebbe anche lecito avere delle perplessità che quest'uomo sarà anche sano.

Adattato da <https://www.dionidream.com/supermercato-prodotti-sfusi>

#### 4.1. Completa il testo scegliendo ogni volta una delle proposte seguenti.

21a.	A. <input type="checkbox"/> alcun B. <input type="checkbox"/> qualcun C. <input type="checkbox"/> ogni	22a.	A. <input type="checkbox"/> certamente B. <input type="checkbox"/> effettivamente C. <input type="checkbox"/> propriamente	23a.	A. <input type="checkbox"/> All'interno B. <input type="checkbox"/> Interiormente C. <input type="checkbox"/> Dentro
24a.	A. <input type="checkbox"/> l'importanza B. <input type="checkbox"/> l'effetto C. <input type="checkbox"/> il merito	25a.	A. <input type="checkbox"/> un criterio B. <input type="checkbox"/> un impatto C. <input type="checkbox"/> un ordine	26a.	A. <input type="checkbox"/> per cui B. <input type="checkbox"/> ciò detto C. <input type="checkbox"/> il che
27a.	A. <input type="checkbox"/> all'insegna B. <input type="checkbox"/> in relazione C. <input type="checkbox"/> in virtù	28a.	A. <input type="checkbox"/> A parte che B. <input type="checkbox"/> Allo stesso tempo C. <input type="checkbox"/> Tuttavia	29a.	A. <input type="checkbox"/> piuttosto che B. <input type="checkbox"/> senza C. <input type="checkbox"/> oltre che

#### 4.2. E adesso completa le seguenti frasi scegliendo la risposta giusta.

##### 30a. Original Unverpackt è un supermercato in cui si...

- A. ☐ spendono tanti soldi.
- B. ☐ risparmia tempo.
- C. ☐ spende con consapevolezza.

##### 31a. Il supermercato Original Unverpackt vende...

- A. ☐ prodotti locali e alcuni di grandi marche.
- B. ☐ prodotti locali e biologici.
- C. ☐ soprattutto prodotti biologici di ogni provenienza.

##### 32a. Il supermercato Original Unverpackt ha potuto aprire perché...

- A. ☐ è ormai molto diffusa la sensibilizzazione alla tutela dell'ambiente.
- B. ☐ è ormai molto diffuso seguire una dieta alimentare.
- C. ☐ ormai la gente vuole risparmiare tempo e denaro.

##### 33a. L'imballaggio degli alimenti nei confronti dell'inquinamento del nostro pianeta ha un peso...

- A. ☐ insignificante.
- B. ☐ determinante.
- C. ☐ minimo.

##### 34a. Il nuovo modo di fare spesa...

- A. ☐ si sta diffondendo solo in Europa.
- B. ☐ è già diffuso in gran parte del mondo.
- C. ☐ si diffonderà velocemente in tutte le nazioni.

##### 35a. L'autore dell'articolo, riguardo alla validità di questo tipo di supermercato, ...

- A. ☐ ha qualche riserva.
- B. ☐ è favorevole
- C. ☐ è critico.

**PROVA 5**

Leggi il seguente testo e completalo scegliendo la risposta giusta fra quelle proposte.

OPEN

ATTUALITÀ • ANDREA CAMILLERI • LIBRI • SICILIA

**Camilleri e quell'aneddoto su Montalbano:  
«La fine? L'ho scritta 13 anni fa per paura  
dell'Alzheimer»**

17 LUGLIO 2019 - 11:49

di OPEN



Andrea Camilleri ci lascia a 93 anni, con un'eredità straordinaria e la consapevolezza di non avere eredi. Nell'ultima intervista rilasciata a *FanPage*, lo scrittore racconta la fine del personaggio che **-36a-** il maestro indiscusso della letteratura popolare di inizio millennio, il commissario Montalbano.

«In prossimità degli anni 80, temendo l'arrivo dell'Alzheimer, mi venne in mente come far finire Montalbano. E lo scrissi **-37a-** e lo mandai a Elvira Sellerio. Quindi la fine di Montalbano io l'ho già scritta più di 13 anni fa», rivela.

«Io sono stato sempre un dubbioso. Meditavo a lungo prima di fare qualcosa. Poi però, arrivato a un certo punto, decidevo che **-38a-** l'ora di troncarsi coi dubbi», racconta con delicatezza, tentando di spiegare a noi tutti come sia possibile produrre con così tanta costanza delle opere così tanto belle.

«Oggi è un po' più complessa la cosa **-39a-** meno faccio, data la cecità, e più dubbi mi sorgono, quindi l'età del dubbio **-40a-** non è terminata, ma sì è, come dire, estesa».

<https://www.open.online/2019/07/17/camilleri-finale-montalbano-scritto-13-fa-per-paura-alzheimer/>

36a.	A. <input type="checkbox"/> lo ha reso	B. <input type="checkbox"/> gli ha reso	C. <input type="checkbox"/> lo aveva reso
37a.	A. <input type="checkbox"/> nel momento in cui	B. <input type="checkbox"/> allora	C. <input type="checkbox"/> in questo momento
38a.	A. <input type="checkbox"/> veniva	B. <input type="checkbox"/> sarebbe venuta	C. <input type="checkbox"/> era venuta
39a.	A. <input type="checkbox"/> tuttavia	B. <input type="checkbox"/> perché	C. <input type="checkbox"/> anzi
40a.	A. <input type="checkbox"/> non solo	B. <input type="checkbox"/> non sempre	C. <input type="checkbox"/> neanche



## PROVA 6

Leggi il seguente testo e poi scegli il significato corrispondente all'espressione sottolineata.



Social e chat rappresentano per gli adolescenti veri e propri luoghi di incontro, spazi di condivisione e comunicazione fatta per lo più da immagini, frasi brevi e dirette, hashtag, in cui si mette in gioco<sup>41a</sup> la propria immagine e la propria identità digitale.

Bambini e ragazzi sono abituati fin da quando nascono ad avere rapporti tecno-mediati: c'è quasi sempre un "terzo elemento" che gestisce la relazione e detta i tempi<sup>42a</sup>. Attraverso l'uso delle chat si è stravolta<sup>43a</sup> anche l'idea di condivisione, si è annullato completamente il concetto di intimità e spazio privato, e si arriva a condividere tutto in ogni momento, postando sui social o inviando agli amici e ai vari gruppi foto e video di quello che si fa.

Per circa 5 adolescenti su 10 è all'ordine del giorno<sup>44a</sup> condividere tutto quello che fanno, comprese foto personali e private, sui social network e nelle chat (dati Osservatorio Nazionale AdoleScienza). Spesso lo fanno per noia, per imitazione, perché tutti gli altri lo considerano normale, perché sentono il bisogno di essere accettati dal gruppo dei coetanei, hanno paura di essere esclusi se non condividono su social e chat e hanno l'esigenza di ricevere anche approvazioni e like.

Una sfida tipica dell'adolescenza, che oggi si declina<sup>45a</sup> anche nel mondo digitale, riguarda la costruzione della propria identità. I social network danno agli adolescenti la possibilità di costruire identità forti e indipendenti, che condividono attraverso i propri diari personali online. Identità e popolarità sono gli aspetti più importanti, che li fanno sentire più sicuri: hanno bisogno di costruirsi identità digitali "di ferro"<sup>46a</sup>, anche per superare il giudizio dei coetanei.

La rete permette di vivere moltissime esperienze, anche a distanza, restando in un ambiente protetto; è possibile anche creare una sorta di<sup>47a</sup> identità alternativa, magari diversa oppure opposta a quella reale, e aumentare la propria autostima proponendosi agli altri sotto un'altra veste<sup>48a</sup>, mantenendo una "distanza di sicurezza". Non ci si guarda negli occhi, non ci si tocca, non si ascolta la voce dell'altro, ma abbiamo la sensazione di poter essere ciò che vogliamo.

Ci si sente in qualche modo più protetti, perché si può costruire e utilizzare la propria identità, ci si sente liberi di esporsi ed esprimersi, anche se lo si fa davanti ad un pubblico potenzialmente più grande<sup>49a</sup> di quanto non accadrebbe nella quotidianità. Tuttavia se il profilo personale diventa la vetrina in cui mostrare la propria immagine tutto però si complica, perché questo espone i ragazzi eccessivamente e li rende facili bersagli<sup>50a</sup> della rete, di commenti negativi che da soli non sono poi in grado di affrontare.

<https://www.adolescienza.it/social-web-tecnologia/perche-gli-adolescenti-si-mettono-in-vetrina-nei-social-network/>

**41a. “si mette in gioco”**

- A. ☐ difendersi                      B. ☐ rischiare                      C. ☐ mettere in pratica

**42a. “detta i tempi”**

- A. ☐ limitare il modo di pensare                      B. ☐ consigliare come agire                      C. ☐ stabilire la durata

**43a. “si è stravolta”**

- A. ☐ modificare di poco                      B. ☐ cambiare profondamente                      C. ☐ capire diversamente

**44a. “all’ordine del giorno”**

- A. ☐ è normale                      B. ☐ è impensabile                      C. ☐ è quotidiano

**45a. “si declina”**

- A. ☐ si combatte                      B. ☐ non è accettata                      C. ☐ si attua

**46a. “di ferro”**

- A. ☐ non rintracciabili                      B. ☐ inattaccabili                      C. ☐ inaccessibili

**47a. “una sorta di”**

- A. ☐ una specie di                      B. ☐ una grossa quantità di                      C. ☐ un genere di qualità di

**48a. “sotto un’altra veste”**

- A. ☐ non modificando nulla di se stessi                      B. ☐ in un modo diverso                      C. ☐ indossando vestiti sempre diversi

**49a. “potenzialmente più grande”**

- A. ☐ che è effettivamente più grande                      B. ☐ che potrebbe essere più potente                      C. ☐ che potrebbe essere più vasto

**50a. “bersagli”**

- A. ☐ nemici                      B. ☐ vittime                      C. ☐ luoghi da colpire



## SECONDA PARTE (b): Scrivo la mia risposta

### PROVA 7

Completa il testo con la parola mancante. Inserisci una sola parola alla volta.

## Riviste per Ragazzi

**Topolino.** Il fumetto Disney con tante storie da **-1b-** online, giochi e i blog dei personaggi Disney.

**Big.** La rivista teenager Big è anche online con tanti contenuti extra e news di musica, serie tv, cinema e beauty.

**Focus.Junior.it.** Curiosità, notizie, personaggi e scuola.

**Il Giornalino** dei ragazzi online, tutte le uscite del settimanale con una raccolta di prodotti multimediali ed interattivi.

**Ragazzi.** Il Messaggero dei ragazzi è un mensile di fumetti, storie e attualità pubblicato dal Messaggero di Sant'Antonio.

**Dubidoo,** quotidiano online per i ragazzi che **-2b-** la scuola media.

**Il Macaone,** giornale per ragazzi dai 12 ai 16 anni. C'è anche una sezione per i **-3b-** piccoli.

**PM.** Il piccolo missionario è una rivista per bambini, bambine, ragazzi e ragazze dagli 8 ai 15 anni si rivolge **-4b-** ai genitori e ai nonni.

**Mondoerre,** sito della rivista per ragazzi Mondo Erre con tante notizie.

**GWeb.** Tutte le riviste per bambini e ragazzi del Gruppo San Paolo.

**GiGi Il Giornale dei Giovani Lettori.** GiGi Giornale virtuale con le **-5b-** sul mondo dell'editoria per l'infanzia e recensioni sui libri per bambini e ragazzi. Il Tg dei ragazzi.

[https://www.quotidiani.net/riviste\\_ragazzi.htm](https://www.quotidiani.net/riviste_ragazzi.htm)

1b.  .....

4b.  .....

2b.  .....

5b.  .....

3b.  .....

**PROVA 8**

Completa il testo con una sola parola per ogni spazio.

mille**unadonna**



ATTUALITA' | VIDEO | FOTO | MODA | BENESSERE | **GREEN** | CUCINA

## ZAFFERANO, L'ORO ROSSO AMATO FIN DALL'ANTICHITÀ: LA BIOTECNOLOGIA NEL SUO FUTURO?



di *Stefania Elena Carnemolla - Giornalista pubblicista*



Ancora oggi lo zafferano è tra le spezie più ricercate. Conosciuto sin dall'antichità, al centro dei traffici commerciali, in particolare del Mediterraneo, la polvere rossastra, è sempre più richiesta non solo in cucina ma anche per le sue tante proprietà. Questa spezie preziosa, si ricava dagli stimmi, essiccati e macinati, del "Crocus Sativus", pianta a bulbo che viene **-6b-** in zone calde e ventilate e che produce

bellissimi **-7b-** violetti. Ne occorrono 150.000 per **-8b-** un chilogrammo di zafferano. L'uso dello zafferano è ideale in piatti a **-9b-** di riso, crostacei e frutti di mare, carni bianche in umido o per esaltare condimenti e verdure cotte. Un pizzico nell'impasto di dolci, creme, gelati e liquori dona un bel **-10b-** dorato.

Adattato da <https://www.milleunadonna.it/green/articoli/zafferano-l-oro-rosso-amato-fin-dall-antichita-la-biotecnologia-nel-suo-futuro/>

6b. .....

9b. .....

7b. .....

10b. .....

8b. .....

**ΣΑΣ ΥΠΕΝΘΥΜΙΖΟΥΜΕ ΟΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΜΕΤΑΦΕΡΕΤΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΣΑΣ ΣΤΟ ΕΝΤΥΠΟ 1**

**ΤΕΛΟΣ ΜΗΝΥΜΑΤΟΣ**