

- Instrucciones:
- a) Duración: 1 hora.
 - b) Puntuación: hasta 10 puntos.
 - c) Se deberá realizar una traducción sin diccionario del texto propuesto, que no tendrá que ser necesariamente una traducción literal del mismo. El texto en castellano deberá respetar las normas formales de este idioma.

Sette cose che ci insegna il coronavirus

Potremmo chiederci che cosa ci sta insegnando, e soprattutto che cosa ci sta ricordando questa faccenda del coronavirus su noi stessi, sulla nostra condizione e sul nostro modo di percepire quanto ci accade intorno. In un sistema complesso, una piccola variazione nelle condizioni iniziali può avere enormi conseguenze. È l'effetto-farfalla (*butterfly effect*), espresso in forma poetica agli inizi degli anni sessanta dai teorici del caos con la formula "può bastare il battito d'ali di una farfalla in Brasile per provocare un uragano in Texas". Così, in un mondo globalizzato, complesso, interconnesso basta un meno poetico coronavirus proveniente dalle parti di Wuhan, Cina, per scatenare il panico nei mercati finanziari, bloccare una quota consistente dei voli internazionali, rallentare l'economia globale, mobilitare i governi in un'ottica di massima riduzione del rischio. E per sequestrare l'attenzione generale, tanto da oscurare perfino la deprimente conclusione della prima stagione della telenovela della Brexit. Del resto, come dice McKinsey global institute, "il paese più popoloso del mondo ormai è parte integrante dell'economia globale. È il maggior produttore di beni. Importa più petrolio di qualsiasi altro paese. Con 150 milioni di viaggi all'estero, per un valore di 277 miliardi di dollari nel 2018, i cinesi sono al vertice della spesa per il turismo. E la Cina è il più grande mercato al mondo per molte categorie, dalle automobili agli alcolici, all'intera gamma dei prodotti di lusso".

Siamo tutti collegati, e sempre più somiglianti. Come segnala un ampio articolo del National Geographic, da un capo all'altro del mondo ci vestiamo sempre più allo stesso modo, mangiamo cose sempre più simili, desideriamo gli stessi prodotti, ascoltiamo la stessa musica, condividiamo (più o meno) le stesse informazioni. Ci contagiamo in mille modi.

Tratto dal giornale *L'Internazionale*, 3 febbraio 2020.