

AL FEMMINILE

## LA PAZIENZA DI GIOBBE ALLA PROVA DEI SALDI

AUGUSTA AMOLINI

**O**ggi penso agli uomini in panchina, a quelli pazienti come Giobbe, che aspettano negli Outlet e nei Centri commerciali. Maschi in edizione limitata, dotati di un alto grado di sopportazione per sostenere gli sbrantanti pomeriggi di shopping. Uomini che amano le donne e le attendono ovunque, senza lamentarsi troppo. Quest'anno, a causa del Covid sono pure mascherati. Con l'aggiunta di questo ulteriore supplizio meriterebbero un cavalierato, per l'opera di arborer elegantiarum che sono chiamati a compiere durante la scelta dei colori e di ammennicoli vari. Oggetti per i

quali gli accompagnatori coatti provano un interesse reale che arriva fino a pagina due. In questo malcapitato agosto, molti preferirebbero arrostire sulla graticola piuttosto che rinfrescarsi nei negozi di terraglie o di biancheria intima.

Gli «sherpa» delle appassionate dei saldi estivi si riconoscono facilmente, si muovono alla costante ricerca di un angolo ombroso, portando a tracolla la pesante borsa della moglie e i pacchetti degli acquisti in mano. Davanti ai negozi di costumi sanno già che l'attesa sarà lunga. Alcuni ingannano il tempo guardando il telefono, altri si limitano a sospirare, sperando sottovoce che le taglie siano esaurite e possano

concludere in fretta il tour.

Anche Ermanno è un «panchinato», che conserva i modi cortesi dei signori d'altri tempi. Assiste con rassegnazione alle lunghe prove degli outfit di Daniela, una raffinata frequentatrice di Outlet. Mi racconta che a Castel Romano il gerente di un negozio, forse impietosito, ha migliorato l'attesa dei signori fornendo comode poltrone segnalate dalla scritta: «parcheggio per mariti o fidanzati sfiniti dallo shopping». La frase è ripetuta in inglese e tedesco, segno inconfutabile che la sosta maschile fuori dai camerini è un vezzo internazionale.

In questo periodo di crisi, il giro per negozi sembra ridare fiducia ad

abitudini che sembrano già appartenere all'archeologia commerciale. Il benessere tradotto nei look griffati, che hanno contraddistinto il gusto e la creatività italiana in tutto il mondo, soffre di quell'abbandono che subentra quando le sicurezze economiche vengono meno. Il sistema ha generato un eccesso di merce che la gente comune non potrà più acquistare.

Giorgio Armani, dopo aver diversificato la sua produzione, ha detto che dovremo imparare a «risparmiare, fare di più e meglio, con meno». Alcuni mariti per limitare le spese usano da tempo due semplici parole, tanto stupite quanto efficaci: «ti ingrossa!» Il risultato è garantito.

dalla prima

## L'AGENDA ELETTORALE «RITROVA» I MIGRANTI

MASSIMILIANO PANARARI\*

Il ministero dell'Interno ha annunciato che ricorrerà contro l'ordinanza del governatore siciliano - che tracima dai poteri e dalle facoltà a disposizione - e, dunque, nulla cambierà nella gestione dei porti e degli hotspot. Eppure - è sempre notizia della giornata scorsa - i 62 migranti positivi al Covid finora ospitati al centro di Pozzallo sono stati trasferiti, e si è proceduto allo svuotamento dell'hotspot; un evento che Musumeci saluta come una sua sostanziale vittoria, e che lo fa applaudire da tutto il centrodestra.

A osservare con attenzione la vicenda, ci troviamo di fronte a un «caso di scuola» di saldatura tra l'orizzonte e gli atteggiamenti derivanti dall'era Covid e le costanti (che, ormai, praticamente, possono venire considerate di lunga durata) della politica dell'età dei populismi. Ad accomunare i due momenti temporali e le due fasi è la predominanza della paura, in un caso motivata da fattori tremendamente oggettivi (la pandemia), nell'altro molto più frequentemente agitata per fini elettorali e di costruzione di consenso elettorale. Il format populista ha conquistato settori molto significativi dell'opinione pubblica, e si presenta in una molteplicità di situazioni della nostra vita pubblica; così, giusto per portare un esempio piuttosto lampante, coincide largamente con il clima antipolitico che vediamo muoversi intorno all'opzione del Sì nel referendum sulla riduzione del numero di parlamentari. E continua, quindi, a orientare - seppure in una situazione profondamente mutata - le opinioni di numerosi italiani, e le azioni di svariati politici. Come, giustappunto, quelle di Musumeci il quale, nel contesto della campagna elettorale permanente, avverte la competizione con altri attori politici del suo territorio, e teme di essere «scavalcato» da certi sindaci (come quello di Messina, Cateno De Luca).

La battaglia sanitaria e la lotta anti-Covid si sono convertiti in fattori di consenso fondamentale per gli amministratori locali e regionali, e questo spiega l'escalation e i toni comunicativi sempre più elevati a cui hanno fatto ricorso tanti di loro in questi mesi. La paura del contagio - alimentata da un settore all'altro dell'arco politico-costituzionale, dalla maggioranza come dall'opposizione - fornisce dall'inizio della crisi un dividendo di gradimento cospicuo. La cui riscossione effettiva dipenderà dall'esito delle varie consultazioni elettorali: e, in attesa che si voti effettivamente, in molti alzano pertanto il livello dello scontro. E additano all'elettorato dei bersagli facili, consolidati dal marketing politico e dallo spin doctoring di tutti questi anni, come gli immigrati. Che sono chiusi nei centri di accoglienza, ed è quindi propagandistico descrivere come «focolai ambulanti» pericolosi per i cittadini e i turisti. Mentre, a ben guardare - rifuggendo dalla logica di criminalizzazione e con l'ovvio auspicio che chi è malato possa riprendersi al più presto - i focolai di Coronavirus hanno fatto la loro comparsa in altri (e ben diversi) luoghi, come il Billionaire di Porto Cervo.

\* Docente di Sociologia della comunicazione Università Mercatorum di Roma

Un saggio solleva la questione se papa Francesco sia populista

# «TEOLOGIA DEL POPOLO» NON VUOL DIRE POPULISMO

PAOLO CORSINI

**P**apa Francesco è una personalità a tal punto dirompente che non può lasciare in alcun modo indifferenti. Il che, per altro, attesta della dimensione schiettamente evangelica che l'attuale Pontefice incarna, testimoniando le virtù di una carità misericordiosa in un mondo secolarizzato in cui la perdita d'identità spinge tanto verso la ricerca di rassicuranti conforti religiosi quanto verso un nichilistico disincanto.

La più recente controversia che chiama in causa Bergoglio riguarda il populismo che taluni osservatori gli attribuiscono. A cominciare da uno studioso certamente autorevole come Loris Zanatta che al populismo latinoamericano e, in particolare, al peronismo ha dedicato pubblicazioni di incontestabile valore. Ebbene nel suo recente «Il populismo gesuita. Peron, Fidel, Bergoglio», ma pure in precedenti contributi, Zanatta sostiene che il Papa è espressione di una specifica variante del populismo «che non si presenta allo stato solido della materia, ma in quello gassoso dello spirito».

A partire da una visione olistica del mondo, nell'attuale Pontefice sarebbero riconoscibili una storia e una formazione che rimandano ad un cattolicesimo argentino uscito trionfatore dalla sfida col liberalismo e ormai spoglio dei condizionamenti del cattolicesimo liberale. In sostanza un Bergoglio peronista, che identifica religione e nazione, per il quale il popolo - un'idea organicistica, romantica, mitica - «è unito da un collante morale e spirituale, non da un patto politico razionale». Dunque un popolo prepolitico, depositario di una virtù e di una identità che ne fanno «unico vero popolo», in passato in grado di sconfiggere la cultura illuministica, «coloniale» e oggi di contrastare la globalizzazione liberale.

Secondo Bergoglio - così lo studioso - «non tutti però sono popolo». «Intorno al gregge, si sa, si affollano i lupi» che «ne disgregano l'unità, ne corrompono le virtù, ne contaminano l'idealità». E i lupi sono gli «idola» della società moderna, in particolare il pluralismo liberale che tutela la parte dal tutto, protegge la minoranza

### Bergoglio viene dall'Argentina di Peron ma ha salde convinzioni democratiche



Il Pontefice che viene dai gesuiti. Papa Francesco durante un'udienza tra i fedeli in piazza San Pietro

dalla maggioranza, riconosce la fisiologia dei conflitti, regolamentandoli. Questa la ragione per la quale Papa Francesco si guarda bene «dal rivolgere ai populismi gesuiti le dure rampegne che non risparmia ai governi liberali». In definitiva, ai suoi occhi, i regimi populistici si possono redimere perché sono il frutto dell'utopia cristiana. L'alternativa sarebbero invece i governi degli «antipopolo».

Che dire di questi assunti? A me sembrano doverose alcune obiezioni, pur riconoscendo alcuni tratti argentini che il

Papa «venuto dall'altro mondo» porta con sé, come naturale. Anzitutto - lo riconosce lo stesso Zanatta, autolimitando la portata delle proprie analisi - Bergoglio si batte

per la tolleranza ideologica, il pluralismo politico, il rispetto delle minoranze, l'affermazione della democrazia. Ad ogni latitudine, deideologizzando la stessa «teologia della liberazione» e distinguendo politica e religione. Dunque il Papa non «pensa chiaro, ma parla oscuro», come gli viene imputato; piuttosto pensa estremo e agisce accorto, con limpido coraggio, e parole inequivocabili pronuncia nei confronti dei populismi contemporanei: «mi fanno paura i discorsi di alcuni leaders

populisti. Seminavano odio già negli anni '30 del secolo scorso». E così pure Francesco rifiuta la retorica dello scontro di civiltà.

E ancora: i critici di Bergoglio utilizzano argomenti speculari e rovesciati. Così nel caso di settori riconducibili al tradizionalismo conservatore cattolico che gli addebitano confidenza col moderno e valorizzazione della soggettività, accusandolo di deviazioni dottrinali, di relativismo, di democratizzare la Chiesa, di neoprottestantesimo che - come è noto - è la matrice originaria del liberalismo teorico. Infine l'obiezione più radicale. Quando Francesco parla di popolo la sua è una categoria teologica: «il popolo di Dio». Con una duplice ascendenza: conciliare - la «Lumen gentium» la magna charta del Vaticano II - e nella «teologia del popolo» elaborata al magistero, su di lui influente, di Juan Carlos Scannone, autore tra l'altro tradotto presso la nostra Queriniana. Una «teologia del popolo» di cui si coglie larga eco nella «Evangelii gaudium». Qui un modello universalizzabile di inculturazione della teologia mediante «la sapienza e la pietà del popolo di Dio», incarnato nei popoli, in tutti i popoli della terra. Dunque nulla di più lontano dal populismo organicistico, etnico, identitario, escludente.

Direttore responsabile  
NUNZIA VALLINI

Vice direttore:  
GABRIELE COLLEONI

Caporedattore:  
GIULIO TOSINI

Vicecaporedattori:  
M. Lanzini - C. Venturini

Tiratura media giornaliera  
mese precedente: 30.138 copie  
Copie digitali dell'ultimo mese: 172.017  
372.000 lettori/giorno (Audipress 2020/1)

Editoriale Bresciana S.p.A.  
Direzione, Amministrazione, Redazione, Tipografia  
Via Solferino, 22 - 25121 Brescia. Info: tel. 030.3790.1,  
fax redazione 030.292226, fax abbonamenti 030.3790213,  
fax amministrazione 030.3790289.

TITOLARE DEL TRATTAMENTO E RECAPITI DEL RESPONSABILE DELLA  
PROTEZIONE DATI. Titolare del trattamento dei dati personali è  
Editoriale Bresciana spa con sede in via Solferino 22, 25121 Brescia,  
email privacy@giornaledibrescia.it  
Il responsabile della protezione dati (R.P.D.) può essere contattato  
all'indirizzo rpd@giornaledibrescia.it

Certificato n. 8140  
del 6-4-2016

Federazione Italiana  
Editori Giornali



Stampa  
C.S.Q. S.p.A. via dell'Industria 52, Erbusco (Bs)

Abbonamenti:  
Info: tel. 030.37901, fax 030.3790213, abbonati@giornaledibrescia.it

Arretrati: € 2,40 versamento c.c.p. 14755250.

Spedizione abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. L.  
27/02/2004 n. 46) art. 1 c1, DCB BS.

Listino per il ritiro in edicola:  
annuale: 7 numeri € 269; 6 numeri € 239; 5 numeri € 215;

semestrale: 7 numeri € 159; 6 numeri € 139; 5 numeri € 120.

Listino per il recapito postale o a domicilio:  
annuale: 7 numeri € 285; 6 numeri € 255; 5 numeri € 225;

semestrale: 7 numeri € 169; 6 numeri € 149; 5 numeri € 129.

Reg. Trib. Brescia n. 07/1948 del 30/11/1948.

ISSN Print: 1590-346X. ISSN Digital: 2499-099X

Pubblicità: NUMERICA - divisione commerciale di  
Editoriale Bresciana S.p.A.

Via Solferino, 22 - 25121 Brescia. Info: tel. 030.3740.1,  
mail preventivi@numerica.com - www.numerica.com

Necrologie: tel. 030.2405048, fax 030.3772300  
mail: necrologie@numerica.com

http://necrologie.giornaledibrescia.it

Orari sportello: ore 9.00-12.30, 14.30-19.00.

Necrologie: 9.30-12.30, 14.30-22.30; sabato e festivi solo 17-22.30.

Tariffe a modulo (b. 41,67 - h. 18,22): Commerciali € 120;  
Finanziari, Legali, Aste, Appalti € 150; Ricerca di personale

qualificato € 90; Ricorrenze € 120 formato standard (Iva inclusa);  
Posizioni di rigore +20%; Venerdì, Sabato e Domenica +20%  
Necrologie: cenni € 2,30 a parola, aggiunta partecipazione  
€ 3,50 parola + Iva; Economici: € 1,30 a parola + Iva;  
Domande di lavoro: € 0,50 a parola - Più Iva.

Pubblicità nazionale:  
O.P.Q. S.r.l., via G. B. Pirelli, 30 - 20124 Milano. Tel. 02.66992511.

I testi e le fotografie ricevuti, anche se non pubblicati, non si  
restituiscono. L'adattamento totale o parziale e la riproduzione  
con qualsiasi mezzo elettronico, in funzione della conseguente  
diffusione on-line, sono riservati per tutti i paesi.

© Editoriale Bresciana S.p.A. Brescia 2016

