



PARTECIPARE

BOLLETTINO DEL CIRCOLO ACLI DEL VILL. PREALPINO - BS - FEBBRAIO 2005

www.acliprealpino.it email postmaster@acliprealpino.it

Editoriale

Nella Comunità per la Comunità

Si sta avviando a conclusione il semestre formativo che le Acli in collaborazione con la Parrocchia hanno offerto a tutta la Comunità.

Le intenzioni dichiarate erano soprattutto due: innanzitutto fornire degli strumenti critici alle persone per meglio leggere la complessità della società di oggi, alla luce degli insegnamenti sociali della Chiesa; secondariamente creare l'occasione di incontro, confronto, ma soprattutto dialogo tra i gruppi e le associazioni della nostra Comunità.

E' difficile dire oggi se questi obiettivi sono stati realizzati. Sicuramente abbiamo voluto dare il nostro contributo per un percorso che il nostro Parroco Don Luciano ha avviato fin dall'estate scorsa.

I risultati per queste cose lo sappiamo, purtroppo, non sono immediati, ma con l'aiuto del Signore siamo sicuri che i frutti prima o poi arriveranno.

Scorgiamo comunque un maggior desiderio di conoscenza, al fine di acquisire una più autonoma opinione.

Segue a pag. 4

Semestre formativo sulla Settimana Sociale dei cattolici italiani

«NEL MERCATO DELLE IDEE»

Riflessioni sui temi della politica, dell'informazione e della partecipazione trattati da Paolo Ferrari martedì 25 gennaio 2005 presso il Circolo ACLI

C'era una volta a Brescia il sindaco Boni... Veramente per noi si chiamava Ciro, ed era quello spilungone che fino a pochi anni prima giocava in porta nell'oratorio della Pace; poi era diventato il sindaco della ricostruzione, e a Brescia era un mito più di Bush negli USA di oggi. Con Boni c'era una personalizzazione della politica? Certo. Quindi, non è cambiato niente da allora? No è cambiato tutto.

Dietro Boni c'era la rete delle sezioni DC e delle organizzazioni collaterali. Un vasto e analogo retroterra sosteneva i grandi esponenti politici nazionali come De Gasperi, Togliatti, Nenni. La politica era dibattito nelle sezioni, nelle cellule, nelle associazioni, nei circoli e sui relativi organi di stampa; a volte era perfino discussione di osteria ma non "da" osteria. I grandi temi dell'occupazione, delle elezioni nazionali o locali, delle alleanze e della situazione internazionale passavano dalla base ai vertici e dai vertici alla base, incessantemente. Per fare alcuni esempi, mi ricordo un sindacalista "bianco" che in Valle Canonica percorreva tutte le riunioni parrocchiali per trovare un appoggio a nuove grandi opere che assorbissero la manodopera dopo la chiusura dei can-

tieri al Pantano d'Avio. Il mio parroco di allora, nel circolo culturale da lui fondato, un giorno ci convocò per parlarci della pericolosa deriva che andava assumendo a Cuba il regime del giovane Fidel Castro. Ricordo che in una tornata di elezioni comunali si affrontavano la lista tradizionale DC e un "listone" in cui si erano associate e si nascondevano tutte le minoranze locali di destra e di sinistra; una sera, in un bar, sentii che se ne discuteva animatamente, con urli, pugni sul tavolo, ma con rispetto reciproco; il dibattito si concluse con una battuta e una grande risata, quando un operaio DC disse agli avversari che il loro listone non era un «listù», ma era un «listèl, come chei de la cantina, per tacà vià i salàm».

Adesso, ci dice Paolo Ferrari, dietro ogni leader è cambiato il retroterra: al posto di una rete efficiente di persone, di associazioni e di stampa che dava occasioni di partecipazione autentica e di politica vera, c'è il nulla. O meglio: c'è quell'insieme di tecniche pubblicitarie capaci di fare accettare per buono qualsiasi marchio, enfatizzando i nostri bisogni. Perciò si può affermare tranquillamente che si è creata una stretta analogia fra il mercato delle cose e il mercato elettorale.

Per lanciare un nuovo "prodotto politico", si usano di solito due tecniche: il sondaggio e il focus-group. Il sondaggio consiste in indagini statistiche per conoscere dove va l'opinione pubblica. Il focus-group si svolge invece a livello di piccoli gruppi, a cui si propone di discutere su temi sociali o politi-

ci: i tecnici ne tirano fuori argomenti, slogan efficaci e tutto quello che risulta adatto per far accettare la loro nuova "confezione". Così in Inghilterra il partito laburista – prima sconfitto gravemente dai conservatori e spaccato in innumerevoli fazioni litigiose – ha riconquistato il potere con Tony Blair, che ha saputo "vendere" efficacemente la propria immagine di personaggio politico giovane, nuovo ed efficiente. Così ha fatto in Italia Silvio Berlusconi quando, dopo il crollo della Democrazia Cristiana, ha saputo interpretare il bisogno di sicurezza di una larga parte del nostro elettorato: perciò le ha offerto l'immagine rassicurante di una persona di fiducia a cui si può delegare tutto il potere.

In operazioni di questo genere si inseriscono la televisione e la stampa. Il più delle volte non fanno propaganda elettorale diretta, ma diffondono l'immagine positiva, semplice e chiara che un leader vuole dare di se stesso, secondo i consigli dei tecnici pubblicitari. Il suo volto si farà tutt'uno con il suo programma, semplice e inequivocabile. Questo piacerà alla massa che non vive di ragioni, ma di emozioni; servirà a chi non vuole pensare, ma solo sognare e delegare; sarà fatto su misura per chi non vuole contare in politica, ma si realizza identificandosi nell'immagine di un leader.

Si giunge così al rapporto diretto del vertice con la base: chi governa tende a confrontarsi sempre meno con i gruppi organizzati e perfino con il suo partito, di cui è il comandante indiscusso; il suo rap-

porto è solo indiretto con gli individui isolati, che non contano nulla. Il cittadino è sempre più simile a un teleutente che “beve” i programmi, e l’opinione pubblica è ridotta ad audience.

Per risalire la china, è necessario:
 1. partecipare attivamente alla vita di associazioni politiche (es. i partiti) o sociali (es. le Acli, il sindacato);
 2. riscoprire la politica attraverso la comunicazione diretta con chi fa

politica, anche per conoscere la tecnica dei grandi mezzi di comunicazione e imparare a smontarla;
 3. leggere attentamente la stampa quotidiana o periodica; confrontare, su alcune questioni di fondo, gli articoli di più giornali o riviste.
 4. lasciar perdere la «televisione spazzatura»; scegliere piuttosto programmi di approfondimento politico, magari registrando quelli trasmessi in ore meno “di massa”.

Arturo Milanese

LA CASSETTA AZZURRA

Cassetta dei reclami e delle proposte

PROGETTI SEGNALATI ALLA CASSETTA AZURRA	SEGNALAZIONE AGLI ORGANI COMPETENTI	RISPOSTE RICEVUTE E/O PROBLEMI RISOLTI
Ci è stata segnalata la richiesta di sistemazione dei marciapiedi di Via VII.	Abbiamo inviato una lettera al Sindaco di Brescia e per conoscenza al Presidente della II Circoscrizione, in data 21 dicembre 2004	A fine gennaio 2005 abbiamo ricevuto la risposta del Sindaco di Brescia che ha interessato del problema l’ufficio competente.
Abbiamo raccolto il sollecito per una richiesta già inoltrata di sistemazione del marciapiede di Via Tovini e dei paracarri tra Via V e Via Tavelli	Abbiamo recapitato la missiva alla Segreteria della II Circoscrizione in data 30 dicembre 2004.	Siamo in attesa di informazioni.
Abbiamo ricevuto una lettera firmata con la richiesta di sistemazione dell’aiola con monumento a padre Marcolini davanti alla Chiesa.	Abbiamo con lettera di accompagnamento girato la missiva al Presidente della II Circoscrizione in data 19 febbraio 2005.	Siamo in attesa di informazioni.

PATRONATO A.C.L.I.

il servizio si svolge
 ogni Martedì
 dalle ore 17,15 alle 18,30
 presso il Circolo
 TR. Decima, 4 Vill. Prealpino
 per pratiche urgenti rivolgersi al
**Patronato ACLI
 Provinciale**

via Corsica 165 tel. 030-2294011

CAF ACLI

il servizio si svolge
 ogni Lunedì
 dalle ore 16 alle 18,30
 da metà marzo a giugno
 presso il Circolo
 TR. Decima, 4 Vill. Prealpino
 per pratiche urgenti rivolgersi al
CAF ACLI

via Spalto S. Marco 37f
 Tel. 030-2409884

Editoriale segue da pag. 1

Lo abbiamo notato nell'ultimo incontro dove è emerso come i potenti mezzi di comunicazione – i poteri forti – sono capaci di manipolare il nostro consenso e le nostre opinioni.

In merito al dialogo tra gruppi e associazioni vediamo favorevolmente proseguire il "Tavolo" di incontro avviato da Don Luciano per pensare ed organizzare nuove occasioni di formazione comunitaria.

Molti sono gli auspici per favorire un miglior sentimento comunitario, che va alimentato dalla responsabilità e disponibilità di ognuno di noi: le Acli confermano la propria disponibilità.

Circolo ACLI
Vittorio Loda
Vill. Prealpino

Parrocchia
S. Giulia

Semestre formativo
Sesto incontro

Lunedì 28 febbraio 2005
Ore 20,30
presso l'oratorio

mons. **Francesco Beschi**

**"Il Vangelo del
Coraggio"**

Il contributo dei cattolici
alla democrazia

LA POPOLAZIONE È INVITATA

**SETTIMANA ADESIONE
ALLE ACLI**

Domenica 20 e 27 marzo
Dalle 9,00 alle 12,00

Tutti i giorni dal 21 al 26
Dalle ore 17,00 alle 18,30

le iscrizioni si ricevono
presso il Circolo ACLI
Tr. X^a, 4 Vill. Prealpino

Il costo della tessera è di € 16.
L'adesione del coniuge o figlio
maggioranne € 13.

Per i giovani con meno di 30 anni € 10

ASPETTIAMO LA TUA ADESIONE

**Domenica 13 marzo
ASSEMBLEA GENERALE
DEGLI ISCRITTI**



La Diocesi di Brescia in occasione della
Giornata sociale dei Cattolici bresciani
è lieta di invitarLa alla presentazione del

**Compendio della Dottrina
Sociale della Chiesa**

che si terrà sabato 5 marzo 2005
presso il Palabrescia
in via Ziziola, 91 a Brescia.

Obiettivo dell'incontro, attraverso le testimonianze e i diversi e qualificati interventi, è l'approfondimento del tema della presenza cattolica nella vita sociale e politica.