



La XVII Settimana Sociale che abbiamo vissuto ci ha permesso di raccogliere diversi spunti che orientino idee e prassi anche delle nostre comunità cristiane nel futuro prossimo. Quattro parole chiave – ricordate da don Andrea Forest a conclusione dell’ultima serata, quella di giovedì 13 febbraio – possono riassumere le coordinate a cui ispirarsi per un’economia più sostenibile.

**Fraternità.** È una parola emersa diverse volte nella Settimana Sociale, e rappresenta il modo tipicamente cristiano di pensare alle connessioni che ci uniscono all’interno della nostra “casa comune”. Connessioni che sono antidoto alla disuguaglianza a cui ci ha abituati l’economia degli ultimi secoli. Crescere nelle “connessioni fraterne” vuol dire anche uscire da un isolamento individualista per riproporre i legami comunitari che ci costituiscono, sia a livello civile, sia a livello ecclesiale, sia in modo intergenerazionale.

**Verità.** I guai più seri del mondo dell’economia e della finanza nascono insieme alla menzogna, alla non trasparenza, alla torbidità di ciò che l’ingiustizia genera. Occorre recuperare il coraggio della verità, unica condizione per un dialogo fruttuoso e per pensare modelli economici nuovi e generativi. E ciò vale anche sotto il profilo della sostenibilità, perché non corrisponda a un’etichetta di facciata, ma sia una scelta di campo sostanziale, incisiva e culturalmente condivisa. Per fare questo, ovviamente, occorre che una verità sia però riconosciuta (valori etici, ad esempio), capace di rappresentare un “fine” verso cui orientare l’agire.

**Responsabilità.** Ripartendo dal valore dei piccoli gesti quotidiani che spetta a ciascuno compiere, possono strutturarsi nel tempo buone pratiche atte a una trasformazione del tessuto sociale (come, ad esempio, è avvenuto con il commercio equo e solidale, nato nelle parrocchie e ora diffuso ad ampio raggio). Orientarsi verso un’economia responsabile diventa compito di ciascuno, senza abdicazioni e senza dare colpa “al sistema”; ma allo stesso tempo la responsabilità non può essere virtù di pochi eroi: deve invece trovare il sostegno di “reti” sistemiche capaci di amplificarla e consolidarla.

**Femminilità.** Orientarsi verso un’economia pensata “al femminile” significa passare dall’attenzione – tipicamente maschile – al risultato e agli obiettivi immediati, verso una capacità di guardare i contesti, ampliare gli sguardi, prendersi cura di chi resta ai margini dello sviluppo. In questo, un grande contributo può venire proprio da coloro che respirano una sensibilità cristiana, che vede nel “prendersi cura” una delle espressioni più genuine della maternità della Chiesa.

L’auspicio è infine che ulteriori spunti possano venire dai prossimi due appuntamenti in calendario, che ci spingono oltre i confini della diocesi: l’evento *Economy of Francesco* ad Assisi a fine marzo 2020 e la 49.ma Settimana Sociale dei Cattolici Italiani in programma a Taranto nel febbraio 2021.