

La meglio gioventù DA MADRID A RIMINI

Da Madrid a Rimini, il protagonismo dei giovani è la bella notizia in tempi sempre più difficili. Quasi da non crederci, che, in pieno agosto, due milioni di giovani giunti da ogni parte del mondo incontrino il Papa alla Gmg in Spagna; o che molti coetanei vadano una settimana a Rimini, attratti non dalle spiagge ma dal Meeting di Comunione e liberazione.

Due eventi distanti nello spazio, ma simbolo unico di una generazione diversa, che ci dice che non tutti i giovani (come sovente appare dai mass media) si danno allo sballo, o che sulla scena pubblica non c'è solo la rabbia dei ragazzi nelle periferie delle città inglesi. Eppure anche questi giovani "buonisti" hanno gli stessi problemi dei loro coetanei, **sono alle prese sovente con una vita da precari, in società che investono ben poche risorse per offrire loro un futuro dignitoso.**

Ma diverso è l'approccio e lo stile. Qui emerge la forza di un'appartenenza positiva, trattandosi di gruppi ecclesiali in cui i giovani sperimentano che è fruttuoso vivere insieme, scommettere sulla fede, coltivare grandi ideali, essere esigenti con sé stessi; tutti aspetti che fanno leva più sulla leadership e sulla responsabilità che su una vita giocata all'appagamento e al ribasso. In questo quadro, Madrid e Rimini sono soltanto i punti alti di un iter formativo che dura nel tempo.

Non sarà facile per questi giovani cattolici riversare il loro protagonismo religioso nelle dinamiche quotidiane, a scuola, negli ambienti di lavoro, nella presenza pubblica, per i molti vincoli e condizionamenti che li attendono. Ma è importante che ci provino, per non penalizzare il loro futuro.

Nel panorama positivo dei giovani non ci sono però solo Madrid e Rimini. Molti altri frequentano ambienti diversi, anche non abitati dalla fede. C'è tutta una fascia di giovani seri e partecipi che non fanno notizia perché si nutrono di stili di vita semplici e riflessivi. Il rammarico è che questo movimento di giovani impegnati (credenti e non) non sia in grado di avere più appeal e di fare la differenza nella società. ■



UN GRUPPO DI PARTECIPANTI
AL MEETING DI RIMINI 2011.

NELLA PAGINA ACCANTO,
IN BASSO, DESTRA: IL
PRINCIPATO DI MONACO, UNO
DEI TANTI PARADISI FISCALI.



DI **FRANCO
GARELLI**
Sociologo