

Bilanci di giustizia "quando l'economia uccide bisogna cambiare!"



Con questo slogan "Beati i Costruttori di Pace", in occasione del quinto raduno del movimento tenutosi a Verona il 19 settembre 1993, lanciano la campagna "Bilanci di Giustizia" rivolta alle famiglie, intese come soggetto micro-economico. Ad oggi le famiglie impegnate sono più di 500.

Cosa si prefigge la campagna? In sintesi, l'obiettivo delle famiglie è modificare secondo giustizia la struttura dei propri consumi e l'utilizzo dei propri risparmi, cioè l'economia quotidiana.

<http://www.bilancidigiustizia.it/>

Parlare di "giustizia" è impegnativo, perché suppone un orizzonte etico condiviso in buona parte ancora da costruire, ma la sfida è proprio quella di combattere l'invadenza e lo strapotere della "razionalità economica" a partire dal carrello del supermercato e dallo sportello di una banca. Da qui l'adesione convinta al consumo critico e alla finanza alternativa (MAG e Banca Etica) a favore di uno sviluppo che risulti sostenibile per i poveri del pianeta, per il pianeta stesso e - perché no - anche per noi.

Ciò che però contraddistingue Bilanci di Giustizia è l'idea che questi obiettivi si possano realizzare efficacemente solo insieme, in modo organizzato, mediante una comunicazione costante e un'azione comune. Lo strumento ideato sia per "auto-misurare" il proprio impegno che per socializzarlo nel movimento e all'esterno, in funzione politica, è quello del bilancio familiare; lì si rendono visibili e si quantificano i cambiamenti effettuati nelle scelte economiche.

Le famiglie impegnate nella campagna hanno dimostrato la possibilità di condurre una vita sobria senza compiere sacrifici eccessivi: prova ne sia che la spesa media mensile risulta di 150.000 lire inferiore al dato ISTAT '95 sui consumi degli italiani e che, nella sua composizione, è stato rilevato un minore esborso per generi voluttuari, quali l'abbigliamento e i regali.

Comportamenti ormai consolidati sono risultati la raccolta differenziata dei rifiuti e l'acquisto di prodotti delle Botteghe del Mondo, messi in atto dal 60% degli aderenti, insieme alla preferenza per alimenti di stagione e il riuso e scambio di vestiti, abitudini acquisite da quasi il 50%.

Obiettivo principale della campagna è sperimentare, con un consistente numero di nuclei familiari, le possibilità di "spostamento" da consumi dannosi per la salute, per l'ambiente e per le popolazioni del Sud del mondo, a prodotti più sani, che non incidono in modo irreparabile sulle risorse naturali e che riducono i meccanismi di sfruttamento nelle regioni sottosviluppate. Non si tratta quindi di affrontare sacrifici e rinunzie in nome di un'etica e di una giustizia concepite in termini astratti, ma di rifiutare in base ad analisi non superficiali e a scelte coscienti e responsabili i consumi che non rispondono più ai bisogni umani reali o che danneggiano in modo spesso irrecuperabile i meccanismi ecologici e le popolazioni da troppo tempo confinate in una povertà incolpevole.

http://www.nonsprecare.it/leggi_articolo.aspx?articleID=18