



Nota de premsa

Les ONG demanen la cancel·lació de totes les campanyes i festes promocionals de l'exèrcit

Amb motiu del Dia de les Forces Armades i davant la campanya publicitària del Ministeri de Defensa, les ONG denuncien la instrumentalització de l'ajuda humanitària per part de l'exèrcit, i demanen la reducció de la despesa militar en general i de totes les accions de promoció de l'exèrcit que consideren supèrflues i innecessàries en temps de crisi.

Barcelona, 28 de maig de 2010.- Un dels espots de la campanya *Detrás de un acto heroico hay toda una fuerza* oculta la intervenció militar sota l'argument de l'ajuda humanitària a Afganistan. La Confederació Catalana d'ONG per la Pau, els Drets Humans i el Desenvolupament recorda a la societat que les ONG **demanen la retirada de les tropes d'Afganistan, una missió que difícilment pot ser considerada com a humanitària al barrejar-se amb una acció de guerra**, i que és cara i ineficaç. Les ONG rebutgen la militarització de l'ajuda i la consideren èticament i estratègicament inacceptable.

Igualment denuncien que aquesta campanya publicitària contradiu frontalment les directrius que el propi govern es marca en el II Pla de l'Aliança de les Civilitzacions, recentment aprovat, i en l'Estratègia d'Educació per al Desenvolupament de l'Agència Espanyola de Cooperació Internacional per al Desenvolupament -AECID- que estableix clarament que cal entendre el concepte de pau com la satisfacció de tots els drets humans. Aquesta campanya és un exemple més de la forta despesa que Defensa fa en comunicació institucional, objectiu per al qual compta amb una Direcció General, una Subdirecció, una Oficina de Comunicació Social i una Oficina de Publicitat Institucional. **Aquest tipus de campanyes publicitàries ronda els 5 milions d'euros.**

Les ONG consideren ofensiu per a totes les persones que es veuran afectades pels retalls socials que Defensa la llanci la mateixa setmana que s'ha aprovat el Decret llei per a la reducció del dèficit. **Només amb un 25% de reducció de la despesa militar feta els anys 2008 i 2009 (en els quals ja hi havia crisi) i dels anys 2010 i 2011 ja s'estalviarien els 15.000 milions d'euros que es pretenen aconseguir ara amb el sacrifici dels més vulnerables.**

A Espanya, la despesa militar no ha baixat mai de 10.000 milions d'euros des de l'any 2000. **El 2010 estan pressupostats 17.000. 50 milions d'euros al dia, dues vegades més que per Treball i Assumptes Socials, i cinc vegades més que per Educació i Ciència.** La presència a Afganistan va costar 364 milions d'euros l'any passat. **Les ONG demanen que, en temps de crisi, es redueixin els pressupostos militars i els diners es deriven a programes socials**, indicació que l'ONU ja va fer el 1994 i que coneixem com a Dividend de Pau. De la mateixa manera, demanen l'eliminació de la Direcció General de Comunicació de la Defensa i de la seva Oficina de Publicitat Institucional, i la cancel·lació *sine die* de totes les campanyes publicitàries i les festes promocionals de l'exèrcit.

Més informació: Tel. 442 28 35 / 659 55 73 16



Nota de premsa

Las ONG catalanas piden la cancelación de todas las campañas y fiestas promocionales del ejército

Con motivo del Día de las Fuerzas Armadas y de la última campaña publicitaria del Ministerio de Defensa, las ONG catalanas denuncian la instrumentalización de la ayuda humanitaria por parte del ejército y piden la reducción del gasto militar y la cancelación de todas las acciones promocionales del ejército que consideran superfluas e innecesarias en tiempo de crisis.

Barcelona, 28 de mayo de 2010.- Uno de los spots de la campaña *Detrás de un acto heroico hay toda una fuerza* oculta la intervención militar bajo el argumento de la ayuda humanitaria en Afganistán. La Confederación Catalana de ONG de Paz, Derechos Humanos y Desarrollo recuerda a la sociedad que las ONG **piden la retirada de las tropas de Afganistán y que esta misión difícilmente puede ser considerada como humanitaria al mezclarse con una acción de guerra, además de ser cara e ineficaz.** Las ONG rechazan la militarización de la ayuda por considerarla éticamente y estratégicamente inaceptable.

Igualmente denuncian que esta campaña publicitaria contradice frontalmente las directrices que el propio gobierno se marca en el II Plan de la Alianza de las Civilizaciones, recientemente aprobado, y en la Estrategia de Educación para el Desarrollo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo –AECID- que establece claramente que el concepto de paz hay que entenderlo como la satisfacción de todos los derechos humanos. Esta campaña es un nuevo ejemplo del fuerte gasto que Defensa hace en comunicación institucional, objetivo para el que cuenta con una Dirección General, una Subdirección, una Oficina de Comunicación Social y una Oficina de Publicidad Institucional. **Este tipo de campañas publicitarias ronda los cinco millones de euros.**

Las ONG consideran ofensivo para todas las personas que se verán afectadas por los recortes sociales que Defensa lance esta campaña la misma semana que se ha aprobado el Decreto Ley para la reducción del déficit. **Solo con un 25% de reducción en el gasto militar de 2008 y 2009 (años en que ya había crisis) y de 2010 y 2011, ya se ahorrarían los 15.000 millones de euros que se pretenden conseguir ahora** con el sacrificio de los más vulnerables.

En España, el gasto militar no ha bajado nunca de los 10.000 millones de euros desde el año 2000. En 2010 están presupuestados 17.000. 50 millones de euros al día, dos veces más que para Trabajo y Asuntos Sociales y 5 veces más que para Educación y Ciencia. La presencia en Afganistán costó 364 millones de euros el año pasado. **Las ONG catalanas piden que, en tiempos de crisis, se reduzcan los presupuestos militares y el dinero se derive a programas sociales,** tal y como recomendó Naciones Unidas en 1994, iniciativa que conocemos como Dividendo de Paz. De la misma manera piden la eliminación de la Dirección General de Comunicación de la Defensa y de su Oficina de Publicidad Institucional, y la cancelación *sine die* de todas las campañas publicitarias y fiestas promocionales del ejército.

Más información: 442 28 35 / 659 55 73 16