

Brief A) proposto da Caritas Italiana

1) Cliente: Caritas Italiana

Organismo pastorale della Conferenza Episcopale Italiana.

Caritas Italiana nasce nel 1971, voluta da Papa Paolo VI. È l'organismo pastorale della Conferenza Episcopale Italiana che collega le 220 Caritas Diocesane in Italia. Promuove la testimonianza della carità. Tra i molti fronti ci sono: pace e mondialità, giustizia, vecchie e nuove povertà, volontariato, servizio civile, immigrazione, salute mentale, senza dimora. Con un costante impegno formativo. Sostiene le Caritas diocesane nell'impegno quotidiano accanto ai più deboli.

2) IL PESO DELLE ARMI

PREMESSA: 60 anni fa, precisamente il 10 dicembre 1948, l'Assemblea generale della Nazioni Unite approvava all'unanimità la Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo. Costituita da un preambolo e da 30 articoli, essa riconosce i diritti e le libertà fondamentali di ogni uomo "come ideale da raggiungersi da tutti i popoli e da tutte le Nazioni".

Papa Benedetto XVI ricordò, in occasione della sua visita alle Nazioni Unite, come «il documento fu il risultato di una convergenza di tradizioni religiose e culturali, tutte motivate dal comune desiderio di porre la persona umana al cuore delle istituzioni, leggi e interventi della società, e di considerare la persona umana essenziale per il mondo della cultura, della religione e della scienza. I diritti umani sono sempre più presentati come linguaggio comune e sostrato etico delle relazioni internazionali». E successivamente: «La vita della comunità, a livello sia interno che internazionale, mostra chiaramente come il rispetto dei diritti e le garanzie che ne conseguono siano misure del bene comune che servono a valutare il rapporto fra giustizia ed ingiustizia, sviluppo e povertà, sicurezza e conflitto. La promozione dei diritti umani rimane la strategia più efficace per eliminare le disuguaglianze fra Paesi e gruppi sociali, come pure per un aumento della sicurezza».

3) Pubblico Obiettivo (TARGET):

Sensibilizzare e raggiungere l'opinione pubblica, tutte le fasce sociali e di età, in particolare i più giovani, il cui futuro è maggiormente condizionato da comportamenti sbagliati ed egoisti di chi ha in mano le sorti di popoli e nazioni.

4) Posizionamento: posizione attuale

Attualmente non più del 3% degli italiani intervistati nel rapporto di Caritas Italiana ha cognizione dei numerosi conflitti in atto nel mondo a causa delle armi. Solo il 52% degli intervistati conosce il conflitto in Siria e ancora meno quello in Libia. Diventa necessario oggi chiedersi in che misura la Dichiarazione del 1948 può costituire ancora un orizzonte comune per una umanità gravata da conflitti violenti e guerre di varia origine e natura, chiusure, da nuovi identitarismi, dal rifiuto per il confronto su una scala tanto locale quanto globale? In che misura questi fenomeni sono dettati dal recente e non ancora concluso periodo di crisi economica e sociale, e quanto invece le loro radici sono da riconoscere in fenomeni culturali profondi che possono essere letti solo in una prospettiva più ampia?

5) Posizione desiderata: OBIETTIVO DELLA CAMPAGNA

A partire dalla pubblicazione del Rapporto sui conflitti "Il peso delle armi" - edito da Il Mulino e curato da Caritas Italiana, Avvenire e Famiglia Cristiana in collaborazione con il MIUR - promuovere una campagna di sensibilizzazione sui fenomeni globali che caratterizzano il mondo, attraverso un'analisi del peso delle armi e dei conflitti violenti che costellano molte aree del pianeta.

Accrescere la consapevolezza del forte impatto delle fratture che attraversano il mondo attuale, delle violazioni dei diritti umani e dell'uso delle armi nella risoluzione dei conflitti, sovente scelta condizionata da rilevanti interessi economici-industriali.

Si richiede quindi una campagna di informazione e sensibilizzazione che sappia promuovere nelle persone, e soprattutto nei giovani, un bisogno di maggiore informazione sulle violazioni dei diritti umani legati all'uso delle armi nei numerosi conflitti in atto. Che sappia far comprendere come conflitti e violazioni dei diritti apparentemente lontani ci riguardano, in realtà, molto da vicino.

6) "Tono della comunicazione"

Il tono della comunicazione deve essere d'impatto, diretto e coinvolgente.

Documenti di approfondimento sono scaricabili insieme al brief o dal sito di Caritas Italiana.

http://www.caritasitaliana.it/home_page/area_stampa/00007970_Presentazione_nuova_ricerca_sui_conflitti_dimenticati_e_70_Dichiarazione_Diritti_umani.html

Note:

- è gradito l'uso del logo ufficiale di Caritas Italiana <http://www.caritas.it>

#TheYoungestAward

Ogni partecipante, o coppia o gruppo può iscrivere fino a 2 campagne per ogni brief elaborato. Ogni campagna può essere declinata in una o più sezioni.

In caso di campagne multisoggetto si possono inviare un massimo di n° 3 soggetti. Sono considerate campagne multisoggetto quelle composte da più soggetti che esprimono un unico concetto creativo.

Il materiale dovrà essere inviato, tenendo cura di farlo pervenire in buono stato, a:

Associazione CreativisinascE – XVIII Spot School Award – Via Raffaele Mauri, 98 – 84129 Salerno (Italia).

N.B.: le date di invio dei lavori possono essere modificate. I materiali non in regola con quanto sopra specificato saranno automaticamente esclusi. Aggiornamenti disponibili sul sito www.spotschoolaward.it e via mail scrivendo

a: info@spotschoolaward.it .

#staytuned