

PREMIOS EIKON 2025

Capítulo 1

ONG

Categoría 20

Campaña General de Difusión

Título

Mes de la Memoria

Responsable

**Elio Kapszuk - Director
del Departamento de Arte
y Producción de AMIA**

INTRODUCCIÓN

Con ciento treinta años de trayectoria, la AMIA - Asociación Mutual Israelita Argentina- es la institución más importante de la comunidad judía de nuestro país. Su misión es promover el bienestar y el desarrollo individual, familiar e institucional de la comunidad judía para asegurar su continuidad y sostener los valores.

Desde 1984, la AMIA se dedica al bien e interés colectivo generando iniciativas de gran impacto social, construyendo estructuras de trabajo, educación, salud y atención a la tercera edad, integrando personas con discapacidad, promoviendo el desarrollo espiritual y produciendo proyectos culturales de gran contribución. El motor es la integración, proporcionando ayuda social y contención, construyendo comunidad. Por todo ello es una de las principales ONGs de Argentina.

El 18 de julio de 1994, en el marco de la conmemoración y los eventos de celebración por el centenario de su creación, los festejos se vieron brutalmente interrumpidos cuando la sede fue blanco del ataque terrorista más crudo acontecido en la Argentina. El atentado dejó 85 muertos y más de 300 heridos, que arrastran consigo 30 años de impunidad. Desde entonces, la institución brega incansablemente para que los autores del ataque sean juzgados y condenados, luchando en contra de la impunidad y trabajando de manera permanente la memoria a través de acciones culturales de recordación. Hablar, contar, difundir, divulgar, transmitir de generación en generación lo que ocurrió el 18 de julio de 1994 en la Argentina, es un ejercicio permanente de memoria contra el olvido para que nunca más vuelva a pasar.

CONTEXTO

Pasaron 30 años del atentado a la AMIA. Treinta años sin justicia, sin culpables presos. Mantener viva la memoria es una forma de resistencia y también de esperanza, por eso es fundamental seguir impulsando acciones de recordación que convoquen a toda la sociedad. Acciones audiovisuales, intervenciones artísticas, contenidos para televisión, redes y plataformas digitales: cada expresión es una oportunidad para volver a contar lo sucedido y para invitar a pensar. La memoria no es un ritual del pasado, es un acto presente y colectivo, y es a través de estas acciones que logramos que las nuevas generaciones conozcan, comprendan y se sumen al reclamo. Porque solo con memoria se construye el futuro.

En el año 2021 la AMIA estableció #ElMesDeLaMemoria lo que permitió extender la duración de la efeméride de un día (18 de julio de 1994) a un mes completo y se desarrolla entre el 18 de junio y 18 de julio.

Año tras año, contamos con el apoyo de los medios de comunicación y de profesionales de diferentes áreas, comprometidos con la memoria, que nos ayudan a perpetuar el mensaje de

reclamo de justicia y ampliar nuestro público y nuestra audiencia logrando llegar a una mayor diversidad de generaciones.

DIAGNÓSTICO

Han pasado 30 años de aquel 18 de julio de 1994, en el que un coche bomba explotó frente al edificio de la AMIA. En tres décadas, las generaciones han cambiado y se han renovado, trayendo consigo personas que desconocen lo sucedido porque no lo han vivido, o bien porque su edad de ese entonces no les permite recordar los hechos. Son generaciones enteras sin memoria vivencial de lo ocurrido.

El desafío fue llegar a ellos con un mensaje claro y contundente de recordación y reclamo de justicia, captar su atención produciendo contenido de su interés referido a la memoria y que, a su vez, funcione para mantener viva la memoria de quienes sí recuerdan lo que pasó, quienes tienen memoria vivencial, con el objetivo de frenar el trabajo corrosivo del olvido para que no se transforme en impunidad.

Creamos diversos recursos audiovisuales para transmitir en redes sociales y medios de comunicación tradicionales. En este sentido, las generaciones más jóvenes se encontraron con contenido afín con el que pudieron sentirse identificadas, y a su vez generaciones mayores lo vieron tanto en redes como en televisión, radio, diarios, portales, etc.

Nos planteamos los siguientes objetivos:

- Valernos de los recursos audiovisuales y plataformas digitales y aprovechar los medios tradicionales, como televisión y radio (entre otros), para replicar nuestras campañas de comunicación.
- Llegar a generaciones jóvenes con un mensaje claro y contundente, produciendo contenido llamativo y de su interés.
- Transmitir los valores y misión de AMIA, el reclamo permanente de justicia y el fin de la impunidad, a las nuevas generaciones para ampliar nuestro público.
- Trabajar junto a figuras destacadas y comprometidas de la cultura compartiendo nuestro mensaje.
- Generar nuevos espacios de difusión, como el espacio público urbano, para mantener viva la memoria como ejercicio de la vida cotidiana.

ESTRATEGIA CREATIVA

A 30 años del atentado a la AMIA, pensamos una estrategia creativa con una premisa clara: cada acción debía conmover, interpelar y dejar una huella porque después de tres décadas, definitivamente tenemos que buscar nuevas formas de contar lo que no se debe olvidar. Apostamos al arte como puente, como espacio de encuentro y como lenguaje para construir memoria y que sea intergeneracional.

Por primera vez, el #MesDeLaMemoria comenzó con una acción en el exterior: **“Re Memoria – Retratos de vida”**. La muestra, inaugurada en el Consulado General Argentino en Nueva York, presentó 85 retratos en acuarela que representan a cada una de las víctimas fatales del atentado. La idea central fue recuperar los rostros, traerlos al presente y sostener su presencia en el tiempo. A través de un lenguaje plástico sutil y profundamente humano, propusimos un ejercicio de memoria que no recurre al archivo como simple documento, sino como punto de partida para volver a mirar y conectar. Cada retrato fue realizado por el artista cordobés, Marcos Acosta a partir de imágenes elegidas cuidadosamente por los familiares, en un proceso íntimo y respetuoso que se extendió durante meses. Así nació una obra colectiva, donde el arte se convierte en un acto de amor y afirmación.

“La silla vacía” marcó un hito dentro de nuestra historia institucional. Por primera vez, desarrollamos una obra de teatro propia, protagonizada por familiares de víctimas del 18 de julio de 1994. Cuatro personas que no son actores, pero que llevan consigo las huellas indelebles del atentado, subieron a escena para representar sus propias historias. Hugo Basiglio, Jennifer Dubín, Adrián Furman y Alejandra Terranova fueron los protagonistas de una obra profundamente emotiva, atravesada por la pérdida, el dolor, el amor y la valentía de transformar lo vivido en testimonio colectivo. La puesta, dirigida por Sol Levinton, se construyó desde una dramaturgia basada en sus relatos reales, con una silla vacía en el centro del escenario como símbolo de la ausencia y del espacio que aún reclama justicia. Esta experiencia íntima y genuina fue posible gracias al diálogo entre quienes comparten un mismo dolor. Se realizaron 6 funciones en el auditorio de AMIA a sala llena, más de 1200 personas vieron la obra.

“Venceremos”: esta pieza audiovisual reunió a más de 1300 personas para cantar junto a cien familiares y Jairo. Lo hicimos en la sala Ballena Azul del Centro Cultural Kirchner, como continuación de una línea de trabajo donde la música se convierte en abrazo colectivo. La interpretación coral de esta canción, símbolo de esperanza y lucha, fue un gesto de acompañamiento profundo y un homenaje a quienes fueron asesinados por el terrorismo internacional. Porque mientras haya quienes canten, recuerden y abracen, la historia no se olvida y la justicia se sigue construyendo.

“¿Cómo me voy a olvidar?”, una propuesta pensada exclusivamente para redes sociales. Más de 120 referentes del mundo artístico, cultural y periodístico respondieron —desde lo íntimo y personal— dónde estaban y qué sintieron aquel 18 de julio de 1994. Desde León Gieco hasta Juan Minujín, Nelson Castro, Martín Seefeld, Agusitin Rada, Stefi Roitman y muchos otros,

cada testimonio fue un acto de memoria y compromiso. Pensamos y produjimos cada pieza desde nuestro equipo, convencidos del poder de las redes para amplificar el mensaje y conectar generaciones. Porque cuando hay impunidad, las heridas no cicatrizan.

“Nosotros” fue el nombre de la muestra fotográfica pensada y creada desde el corazón de la institución. Retratamos a trabajadores y trabajadoras actuales de AMIA homenajeando a quienes fueron asesinados y desempeñaban funciones similares hace 30 años. Las imágenes fueron tomadas por Verónica Albajari, fotógrafa y compañera de trabajo, cuya mirada comprometida atravesó cada toma. La muestra incluyó 28 retratos en duplas —imágenes actuales junto a las del pasado— y una gigantografía con empleados sosteniendo fotos de víctimas que estaban en la vereda, trabajando cerca o simplemente caminando por el barrio. “Nosotros” propuso una memoria tejida desde el vínculo, el legado y la continuidad.

Con el mismo espíritu, llevamos adelante la acción **“30 años. 30 embajadas”**. Con el apoyo de Cancillería, enviamos serigrafías del mural “Muro de la Memoria”, de Martín Ron, a 30 embajadas argentinas alrededor del mundo. Cada reproducción quedó instalada como recordatorio permanente del atentado, y como expresión del reclamo de justicia que seguimos sosteniendo. Las obras viajaron a los cinco continentes, porque la memoria —como el dolor y el amor— no reconoce fronteras.

“Haga memoria. Exija justicia. El mundo irremediablemente mejorará” fue el mensaje que dio nombre a la muestra instalada en el Anexo de la Cámara de Diputados. Los pasillos del Congreso se llenaron de color y de memoria, gracias a la colaboración con el artista gráfico Tano Verón.

Con sus inconfundibles carteles de fondos vibrantes y letras negras, la muestra propuso consignas claras, directas y urgentes: “Exigir justicia en tiempos de impunidad es hacer memoria”, “Queda terminantemente prohibido olvidar”. Frases que no necesitan explicación, pero sí presencia. Pensamos esta intervención como una forma de irrumpir lo cotidiano con palabras que interpelan. Una forma de decir —una vez más— que el arte también exige justicia.

El #MesDeLaMemoria culminó el 18 de julio con el característico acto central frente a la puerta de la AMIA (Pasteur 633) en donde miles de personas se reúnen para recordar a las víctimas, reclamar justicia y pedir que se termine la impunidad.

EFFECTIVIDAD

Las temáticas utilizadas para la campaña “Mes de la memoria” del año 2024 nos permitieron trabajar tanto con quienes tienen memoria vivencial de lo ocurrido como con quienes no. Cuando se trabajan temáticas populares lo que se busca es concentrar el mayor caudal de público posible y la intención del “Mes de la memoria” justamente es extender una efeméride de un día a un mes y como consecuencia permitir que cada vez sea más gente la que sepa qué ocurrió y por qué es importante trabajar la memoria.

Con más de 1900 personas frente a cámara, produjimos videos que se publicaron diariamente durante un mes completo, piezas que se han viralizado logrando más de 16 millones de reproducciones entre Instagram, Facebook, Youtube, Tik Tok y Whatsapp. Más de 7 millones de cuentas alcanzadas por el contenido producido. Asociando a influencers y personas destacadas en redes y medios logramos que los públicos de cada persona convocada se conviertan también en nuestro público cuando ellos difundían nuestro material.

Numerosos medios tradicionales de comunicación acompañaron nuestras acciones con amplia cobertura. Portales de prensa como La Nación, Clarín, Infobae, Radio Mitre, El Destape, Revista Gente, Página 12, Perfil, Ámbito Financiero, C5N, y TN, entre otros, publicaron notas destacando nuestras campañas e invitando a conocerlas en profundidad. Además, programas de radio y televisión se sumaron a la difusión con espacios especiales, como lo hizo el noticiero central de Telefé, que destinó más de cinco minutos a un emotivo informe sobre la pieza audiovisual “Venceremos”.