PREMIOS EIKON 2026



Capítulo 1

ONG

Categoria 23

Marketing Social

Título

Mes de la Memoria

Responsable

Elio Kapszuk - Director del departamento de arte y producción de AMIA

INTRODUCCIÓN

Con ciento treinta y un años de trayectoria, la AMIA 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 1894, la AMIA se dedica al bien e interés colectivo generando iniciativas de gran impacto social, construyendo estructuras de trabajo, educación, salud y atención a las infancias y 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 más de 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.

CONTEXTO

Pasaron 31 años del atentado a la AMIA. 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 única para volver a contar lo sucedido y para invitar a pensar y reflexionar. 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.

En un contexto global donde resurgen el antisemitismo, la discriminación y los discursos de odio, mantener viva la memoria del atentado a la AMIA es más necesario que nunca. Estos proyectos buscan generar conciencia, promover la reflexión colectiva y reafirmar el valor de la convivencia, la diversidad y los derechos humanos. Recordar no es solo un acto de homenaje, sino también un compromiso activo para construir una sociedad más justa, inclusiva y libre de violencia.

DIAGNÓSTICO

En más de 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 para mantener viva la memoria como ejercicio de la vida cotidiana.

ESTRATEGIA CREATIVA

A 31 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 más de tres décadas, definitivamente tenemos que buscar nuevas formas de contar lo que no se debe olvidar.

El #MesDeLaMemoria comenzó con la segunda temporada de la obra teatral estrenada en 2024: **"La silla vacía"** la cual marcó un hito dentro de nuestra historia institucional. 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 1400 personas vieron la obra.

"Te siento", esta pieza audiovisual otorga un nuevo sentido a la ausencia a través de la voz de Agustina Fernández, nieta de Alberto Fernández y portadora de una memoria que trasciende el tiempo. Al interpretar los versos de la canción de Cris Morena, Agustina transforma una melodía generacional en un puente de resiliencia, donde el dolor de lo que no fue se vuelve encuentro presente. Este homenaje es, sobre todo, el cumplimiento de un gesto interrumpido: la canción viaja hasta el 18 de julio de 1994 para completar aquel recorrido habitual de su abuelo y entregarle a su padre el beso que el terrorismo dejó pendiente. Porque mientras la música logre unir los fragmentos de nuestra historia, la memoria permanece viva y el reclamo de justicia se vuelve un abrazo eterno.

"Aniversarios", una pieza audiovisual que nace de una pregunta que nos interpela: ¿quién conmemora los 31 años de algo? Con la voz de Ricardo Darín, produjimos este contenido para reflexionar sobre un dolor que no entiende de números redondos, sino de esos aniversarios que dejaron de ser festejos para ser ausencias. Hablamos de los casamientos que no se celebraron y de los cumpleaños que pasaron de festejarse a recordarse, porque el dolor no necesita una cifra precisa para seguir estando. Creamos esta pieza convencidos de que, frente a la impunidad, el paso del tiempo no borra la herida; la memoria es nuestra forma de seguir exigiendo justicia.

"Historias que dan vida" es el nombre de la serie de videos que creamos para homenajear a las 85 víctimas fatales, a 31 años del atentado. A través de la voz de sus familiares y amigos, nos propusimos rescatar la esencia de quienes ya no están, demostrando que, a pesar del dolor, es posible recordar con una sonrisa. Desde clases de rock y rondas de mates hasta anécdotas de disfraces en fiestas patronales o guerras con bombitas de agua. Cada video es un retazo de vida que vuelve enorme lo cotidiano. Pensamos esta acción

convencidos de que la memoria se nutre de esos pequeños momentos compartidos que el terrorismo no pudo borrar.

"Homenaje a las 85 víctimas en el Congreso de los EE.UU.", una ceremonia que organizamos junto a la Embajada Argentina y la Cámara de Representantes en Washington. Llevamos nuestro reclamo al edificio Rayburn convencidos de que el eco de lo que pasó en Pasteur 633 debe resonar en los foros internacionales. El momento más profundo fue cuando, tras una oración, los presentes levantaron las fotos de las 85 personas asesinadas; un gesto que transformó el silencio en un grito unánime de justicia que no sabe de fronteras.
Pensamos este encuentro para reafirmar que, ante una impunidad que ya lleva 31 años, el silencio no es una opción. Entre velas encendidas y testimonios de sobrevivientes, el homenaje fue una forma de unir fuerzas contra el terrorismo y el antisemitismo global. Hicimos memoria en el corazón de Washington para demostrar que nuestra herida sigue abierta, pero que nuestra exigencia de justicia es irrenunciable y sigue más firme que nunca.

"Yo recuerdo", es la muestra antológica que inauguramos en el Centro Cultural Recoleta como parte de nuestro "Mes de la Memoria". A través de una selección de obras de artistas como Tano Verón, Martín Ron y Alejandra López, entre otros, nos propusimos utilizar el arte como una herramienta poderosa para comunicar y denunciar lo que ocurrió. Pensamos esta exposición convencidos de que los diversos lenguajes estéticos son puentes capaces de transformar el recuerdo individual en una respuesta colectiva contra el olvido.
Llevamos adelante esta propuesta con el deseo de que funcione como un disparador para quienes vivieron aquel 18 de julio, pero sobre todo como una invitación a las nuevas generaciones para sumarse a la construcción de la memoria.

"Influencers" es la acción digital que lanzamos como parte de nuestro "Mes de la Memoria", en la que más de 90 figuras e influencers se unieron para amplificar el reclamo y convocar al acto central. Pensamos esta iniciativa convencidos de que las nuevas plataformas son puentes capaces de transformar un mensaje individual en una respuesta colectiva contra el olvido. Llevamos adelante esta propuesta porque entendemos que la comunicación no solo transmite ideas, sino que mantiene viva la exigencia de justicia; habitando el entorno digital con rostros que interpelan para reafirmar que, frente a la impunidad, nuestra voz sigue al servicio del reclamo.

El #MesDeLaMemoria culminó el 18 de julio con el característico acto central frente a la puerta de la AMIA (Pasteur 633) en donde más de 7000 personas se reunieron para recordar a las víctimas, reclamar justicia y pedir que se termine la impunidad.

EFECTIVIDAD

Las temáticas utilizadas para la campaña "Mes de la memoria" del año 2025 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 100 personas frente a cámara, produjimos videos que se publicaron diariamente durante un mes completo, piezas que se han viralizado logrando más de 10 millones de reproducciones entre Instagram, Facebook, Youtube, TikTok y Whatsapp. Más de 8 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.