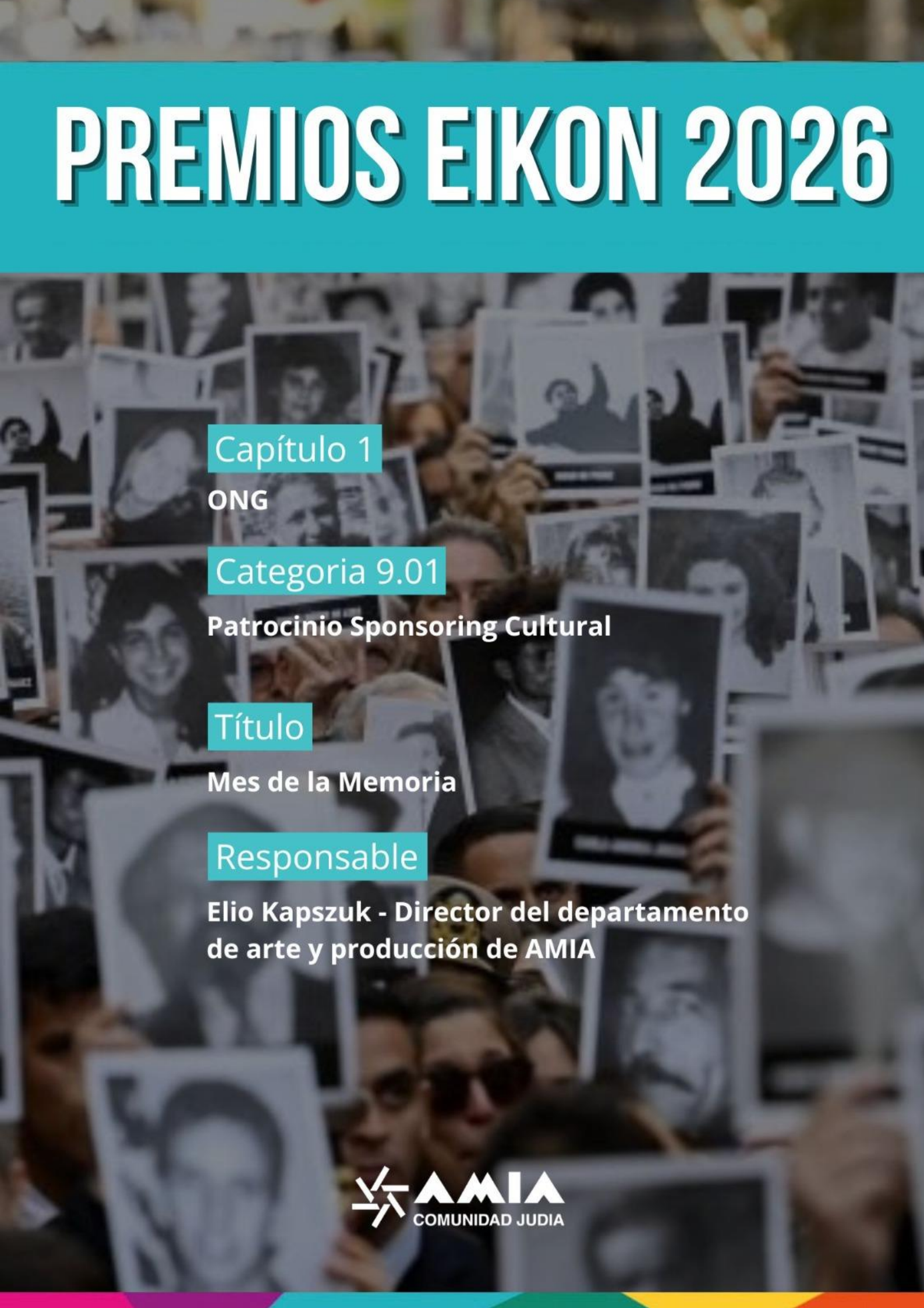
PREMIOS EIKON 2026



Capítulo 1

ONG

Categoria 9.01

Patrocinio Sponsoring Cultural

Título

Mes de la Memoria

Responsable

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

AMIA
COMUNIDAD JUDIA

INTRODUCCIÓN

Con ciento treinta y un años de trayectoria, la AMIA - Asociación Mutual Israelita Argentina - es la institución más importante de la comunidad judía de nuestro país. Desde 1894 trabaja para promover el bienestar y el desarrollo individual, familiar e institucional, generando iniciativas de alto impacto social en educación, empleo, acción social, salud, atención a las infancias y personas mayores, inclusión de personas con discapacidad, desarrollo espiritual y producción cultural.

El 18 de julio de 1994, mientras la institución transitaba las celebraciones por su centenario, su sede fue destruida por el atentado terrorista más grave de la historia argentina. El ataque dejó 85 personas asesinadas, más de 300 heridos y una marca que, a más de tres décadas de ocurrido, continúa abierta por la ausencia de justicia.

Desde entonces, AMIA sostiene una tarea permanente e ininterrumpida: reclamar justicia y mantener viva la memoria. Entendemos que recordar no es únicamente un acto conmemorativo. Es una responsabilidad social, una construcción cultural y un compromiso con las generaciones presentes y futuras. Por eso impulsamos proyectos artísticos, audiovisuales, educativos y culturales que transforman el recuerdo en una herramienta activa contra el olvido y la impunidad.

Sin embargo, existe un aspecto menos visible y profundamente valioso de esta historia: la continuidad. Muchas causas sociales logran adhesiones circunstanciales; pocas consiguen construir alianzas sostenidas durante décadas. Este caso habla precisamente de eso.

Desde hace más de veinte años, Laboratorios ELEA y Fundación IRSA acompañan de manera ininterrumpida las acciones culturales y de memoria impulsadas por AMIA. Lo hacen atravesando distintos contextos económicos, sociales y corporativos. Lo hacen incluso cuando su presencia no ocupa un lugar central en las campañas. Y lo hacen porque entienden que la memoria no es solamente una causa de AMIA: es también un valor que forma parte de la cultura institucional que desean promover.

La particularidad de esta relación radica en que no se construyó alrededor de una oportunidad de posicionamiento, se construyó alrededor de una convicción compartida. Estas empresas eligieron asociarse a una causa que interpela a toda la sociedad argentina y sostener ese compromiso año tras año, convirtiéndose en aliados estratégicos de una política cultural de memoria que ya lleva más de tres décadas.

Su acompañamiento permitió amplificar mensajes, desarrollar proyectos artísticos de gran alcance y acercar el reclamo de justicia a nuevas generaciones. Pero su aporte trasciende el financiamiento o la difusión, representa la decisión consciente de utilizar recursos empresariales para fortalecer una causa colectiva.

La continuidad de este vínculo constituye el principal valor de este caso. Porque cuando una empresa acompaña durante más de veinte años una misma causa social, deja de tratarse de una acción de patrocinio para convertirse en una expresión concreta de identidad. El compromiso sostenido transforma la memoria en una responsabilidad compartida y convierte estas campañas en parte del ADN de quienes las impulsan.

CONTEXTO

Pasaron 31 años del atentado a la AMIA. Treinta y un años sin justicia y sin responsables condenados. Mantener viva la memoria es una forma de resistencia y también de esperanza. Por eso resulta fundamental seguir impulsando acciones culturales que convoquen a toda la sociedad.

Acciones audiovisuales, intervenciones artísticas, contenidos para televisión, redes y plataformas digitales constituyen oportunidades para volver a contar lo sucedido e invitar a la reflexión. La memoria no es un ritual del pasado; es un acto presente y colectivo.

En 2021 AMIA creó #ElMesDeLaMemoria, una iniciativa que extendió la conmemoración de un único día a un mes completo de actividades, entre el 18 de junio y el 18 de julio. Esta decisión permitió ampliar el alcance del mensaje y generar múltiples puntos de contacto con diferentes públicos.

Año tras año, el proyecto cuenta con el acompañamiento de medios de comunicación, referentes culturales, profesionales de distintas disciplinas y, fundamentalmente, con el apoyo sostenido de empresas comprometidas con la memoria. Gracias a esa continuidad fue posible consolidar una plataforma cultural de largo plazo capaz de trascender coyunturas y sostener el reclamo de justicia en el tiempo.

En un contexto global donde resurgen el antisemitismo, la discriminación y los discursos de odio, mantener viva la memoria del atentado a la AMIA resulta más necesario que nunca. Recordar no es solamente homenajear a las víctimas, es reafirmar los valores de convivencia, diversidad y derechos humanos que una sociedad democrática necesita y debe proteger.

DIAGNÓSTICO

Han pasado 31 años desde aquel 18 de julio de 1994. En ese tiempo surgieron generaciones completas que no vivieron los hechos y que, en muchos casos, desconocen lo ocurrido.

El desafío consistía en llegar a esos públicos con un mensaje relevante, atractivo y contemporáneo, capaz de generar interés por una historia que no forma parte de su experiencia directa. Al mismo tiempo, debíamos seguir interpelando a quienes conservan memoria vivencial del atentado para impedir que el paso del tiempo naturalizara el olvido.

La pregunta central fue cómo transformar la memoria en una experiencia cultural significativa para públicos diversos, combinando emoción, arte, tecnología, medios tradicionales y plataformas digitales.

Nos propusimos:

• Llegar a nuevas generaciones mediante contenidos culturales y audiovisuales innovadores.

• Mantener vigente el reclamo de justicia y el rechazo a la impunidad.

• Utilizar el arte y la cultura como herramientas de construcción de memoria.

• Convocar a referentes sociales y culturales para amplificar el mensaje.

• Generar nuevos espacios de difusión que integraran memoria y vida cotidiana.

• Consolidar una plataforma de comunicación sostenida en el tiempo gracias al compromiso permanente de aliados institucionales y empresariales.

ESTRATEGIA CREATIVA

A 31 años del atentado, diseñamos una estrategia basada en una premisa clara: encontrar nuevas formas de contar aquello que no puede olvidarse.

El arte se convirtió en el lenguaje elegido para construir memoria intergeneracional. Cada acción buscó conmover, interpelar y generar conversación.

Durante el #MesDeLaMemoria desarrollamos iniciativas culturales y audiovisuales de gran impacto, entre ellas la segunda temporada de la obra teatral “La silla vacía”, protagonizada por familiares de víctimas; las piezas audiovisuales “Te siento” y “Aniversarios”; la serie documental “Historias que dan vida”; el homenaje internacional a las 85 víctimas realizado en el Congreso de los Estados Unidos; la muestra artística “Yo recuerdo” en el Centro Cultural Recoleta; y una acción digital que convocó a más de 90 influencers y figuras públicas para amplificar el mensaje de memoria y justicia.

Cada una de estas iniciativas respondió a una misma estrategia: transformar el recuerdo en experiencias culturales capaces de conectar emocionalmente con públicos diversos y ampliar el alcance del reclamo.

Nada de esto hubiera sido posible sin la continuidad de Laboratorios ELEA y Fundación IRSA que acompañan este proyecto desde hace más de veinte años. Su compromiso permitió planificar a largo plazo, innovar en formatos, asumir desafíos creativos y sostener una política cultural que entiende que la memoria necesita ser trabajada de manera permanente.

Más que patrocinadores de una campaña, estas empresas se convirtieron en socios de una causa. Su acompañamiento sostenido permitió que la memoria trascendiera una fecha para transformarse en una agenda cultural continua.

EFECTIVIDAD

Más allá de los resultados cuantitativos obtenidos en cada edición, el principal indicador de efectividad de este proyecto es la continuidad de una alianza que lleva más de veinte años de vigencia.

La permanencia del apoyo empresarial demuestra la solidez de una relación construida sobre valores compartidos y objetivos comunes. En un contexto donde gran parte de los patrocinios responden a acciones de corto plazo, la decisión de seguir acompañando año tras año las iniciativas culturales de memoria impulsadas por AMIA constituye una evidencia concreta de compromiso con la construcción de ciudadanía, la memoria colectiva y los derechos humanos.

Las temáticas desarrolladas durante el Mes de la Memoria 2025 permitieron conectar tanto con quienes poseen memoria vivencial de lo ocurrido como con quienes conocieron la historia por primera vez.

Con más de 100 personas frente a cámara, se produjeron contenidos publicados diariamente durante un mes completo. Las piezas superaron los 10 millones de reproducciones en Instagram, Facebook, YouTube, TikTok y WhatsApp, alcanzando a más de 8 millones de cuentas.

La participación de referentes culturales, artistas e influencers permitió amplificar el mensaje y acercarlo a nuevas audiencias. A su vez, los principales medios de comunicación del país acompañaron las acciones con una amplia cobertura periodística.

Pero el resultado más importante trasciende cualquier métrica de comunicación: después de más de tres décadas de reclamo y más de veinte años de acompañamiento empresarial ininterrumpido, la memoria continúa creciendo, renovando públicos y encontrando nuevas formas de expresarse.

Ese es el verdadero valor de este caso. Demostrar que cuando una organización social y empresas comprometidas comparten una misma convicción durante décadas, la cultura puede transformarse en una herramienta poderosa para construir memoria, combatir el olvido y sostener una causa justa en el tiempo.