

Secretaría de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural de la Nación Argentina y la Asociación del Fútbol Argentino

Acciones y convenio con la Asociación del Fútbol Argentino

CONVENIO AFA

- **Antecedentes:**

La historia de Emanuel Balbo:

Emanuel era un hincha de 22 años que murió al ser lanzado desde la tribuna al vacío en un partido de fútbol en Argentina. El crimen ocurrió durante el entretiempo del clásico de la ciudad entre Belgrano y Talleres, partido en el que sólo se admitió a los seguidores del conjunto local para evitar la violencia.

Pero no pudo ser.

En ese espacio, Emanuel se encontró con el asesino de su hermano, “Sapito” Gómez. Gómez gritó que Balbo era un infiltrado del equipo rival. Todos los hinchas lo lanzaron de la tribuna, cayó al vacío y murió dos días después.



- **Acciones de la Secretaría de Derechos Humanos ante la muerte de Emanuel**

Ante el hecho, el Secretario de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural de la Nación, Claudio Avruj, viajó a Córdoba y se reunió con el padre de Emanuel. La mayor preocupación que le manifestó al Estado argentino fue que el asesino de (ahora, sus dos hijos), vivía a doscientos metros de su casa. Fue después de esta reunión que la Secretaría de derechos Humanos realizó:

- una articulación con la Secretaría de la Vivienda para mudar al padre de Emanuel y a sus hermanos, garantizándole seguridad.
- un seguimiento del estado de situación de su familia.
- puso a disposición el despliegue de una red de contención psicológica.
- una articulación con la Asociación de Fútbol Argentino.

- **Acciones públicas de la Secretaría de Derechos Humanos ante la muerte de Emanuel**

A partir de lo ocurrido en Córdoba con el asesinato del hincha de Belgrano Emanuel Balbo, el presidente de la Asociación de Fútbol Argentino, Claudio Tapia, acompañado por el vicepresidente 1º Daniel Angelici y el miembro del Comité Ejecutivo Pascual Caiella, acordaron junto al secretario de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural de la Nación, Claudio Avruj, trabajar de manera conjunta en campañas de concientización contra la violencia.

El programa busca erradicar la violencia generando un cambio de conciencia dentro del fútbol pero principalmente en toda la sociedad.



otro soporte destinado a difundir, apoyar y sensibilizar sobre las acciones y objetivos en el marco del presente convenio.

d) Concientizar por medio de material gráfico en cada encuentro deportivo que se realice, respecto de la promoción y protección de derechos, como así también de los actos discriminatorios.

- Se autoriza el ingreso al campo de juego de una bandera alusiva a la temática y de fomento de las políticas de promoción y protección de derechos humanos.
- Llevar adelante las gestiones necesarias a efectos de lograr una fotografía institucional de los jugadores de la Selección Nacional de Fútbol, entrenamientos y/o eventos de interés.
- ingresar a los eventos
- Participación de personal de la SDH en eventos deportivos en carácter de veedores y realizar los informes técnicos pertinentes.

- **PROPUESTA DE TRABAJO ARTICULADO CON AFA:**

Con el objetivo de sensibilizar y concientizar a la ciudadanía, y a fin de promocionar derechos, proponemos las siguientes acciones:

- *Campañas mensuales de sensibilización y concientización*
- *Compromiso de los jugadores para difusión del mensaje (líderes)*
- *Trabajo con las escuelas y clubes para la promoción de derechos (territorio)*
- *Creación de la comisión de Derechos Humanos en AFA*

“Pasión No es Violencia”

Introducción:

La violencia toma el centro de la escena cuando se corre el foco, cuando se pierde de vista el hecho de que lo que se disputa en el campo de juego es sólo un partido de fútbol, y no una cuestión de vida o muerte.

Por eso decidimos emprender esta campaña para ayudar a crear conciencia acerca de todo lo que nos une y de que, más allá de las diferencias de nuestras camisetas, nos hermana la pasión por este deporte y el amor por la vida.

Acciones:

1. Acción en Medios:

a) Texto para relatores y voz del estadio:

El que está por empezar no es un partido de vida o muerte. No hay que ganar o ganar. Nadie se juega la vida. El que está enfrente es un rival que comparte nuestra misma pasión con la misma alegría. No es un enemigo al que hay que derrotar. No estamos en una batalla. Mucho menos en una guerra. El fútbol debe ser la fiesta de los fines de semana. No debe ser la preocupación de la familia del que va a la cancha.

Pensá en el hincha del otro equipo con el que te unen miles de sensaciones, te une la semana, porque trabajás con él, estudias con él, viajás con él, almorzás y cenás en los mismos lugares que él, es parte de tus afectos. Todo sin operativos de seguridad ni pulmones que dividan hinchadas. Sólo te diferencian simples colores.

Hoy podemos ganar. Hoy podemos perder. Que pierda o que gane tu equipo. En un partido, no hay nada en juego. Somos únicos e irrepetibles. Nuestra vida vale mucho más que cualquier rivalidad deportiva.

Este es un mensaje conjunto de la Secretaría de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural de la Nación y la Asociación del Fútbol Argentino.

b) Jugadores en la cancha con bandera y logo de SDH:



c) Transmisiones televisivas:

Viernes 21/4
TVP ARGENTINA SAN LORENZO – TEMPERLEY 21:15

Sábado 22/4
EL NUEVE ALDOSIVI - NEWELLS 14:00
TELEFE RACING - ATL TUCUMAN 16:00
TVP ARGENTINA BANFIELD - QUILMES 16:10
EL NUEVE DEFENSA Y JUSTICIA - LANUS 16:15
TVP ARGENTINA VELEZ – UNION 18:20
TVP ARGENTINA CENTRAL - GIMNASIA 20:30

Domingo 23/4
EL NUEVE ESTUDIANTES LP - HURACAN 15:15
EL TRECE ATL RAFAELA - BOCA 16:15
TVP ARGENTINA SAN MARTIN SJ - BELGRANO 17:00
TELEFE RIVER – SARMIENTO 18:15
DEPORTV TALLERES - GODOY CRUZ 19:30
EL TRECE ARSENAL – INDEPENDIENTE 20:15

Lunes 24/4
DEPORTV PATRONATO – OLIMPO 19:00
TVP ARGENTINA COLON – TIGRE 21:15

2. Comunicación institucional de AFA

<http://www.afa.com.ar/7145/#pasionnoesviolencia-continuo-en-el-ascenso>

3. Comunicación en redes sociales:

Monitoreo del Hashtag #PasiónNoEsViolencia:

Se alcanzaron más de 3 mil menciones

<https://twitter.com/hashtag/PasionNoEsViolencia?src=hash>



AFA @afa • 2 may.
#PasiónNoEsViolencia Los clubes del ascenso también se sumaron a la campaña
contra la violencia en el fútbol. goo.gl/rUvYrN



Juanmanuel Iglesias @IglesiasJuanma • 2 may.
¡Se alcanzaron más de 3 mil menciones contra la violencia en el fútbol!



Tiago @TiagoEntrecontid · 29 abr.
"El sueño me consume, en este momento" ...
#PasiónNoEsViolencia



Seguido por Lucas con tempo y 5 más
Club A. Patronato @ClubPatronatoOf · 27 abr.
#PasiónNoEsViolencia



4. Conclusiones:

Alcance: 8 millones de personas

Objetivo: Concientizar acerca de que el folklore popular no se convierta en un himno a la violencia.

Sensibilización: Demostramos que es posible disfrutar de los 90 minutos del partido sin odio.

#ClásicoSinViolencia

Introducción:

En la Argentina estamos viviendo un momento de cambio muy importante, donde todos apostamos a la construcción de una cultura basada en la paz y el rechazo a la violencia y la intolerancia. Un consenso que nos une en el compromiso para evitar aquellas situaciones en las que unos pocos se creen poder avasallar el derecho de todos a disfrutar de un espectáculo único.

Con este espíritu llevamos adelante, junto a los planteles profesionales de cada club y con el apoyo de los equipos de prensa, esta campaña para difundir el mensaje contra la violencia en una fecha tan especial y significativa como la de los clásicos.

En la misma línea que la campaña #PasiónNoEsViolencia se difunde una acción en contra de la violencia por parte de los planteles de fútbol, en la fecha especial de los clásicos del fútbol argentino.

Ambos equipos hacen la formación FIFA pero con los jugadores intercalados, incluidos los árbitros, los técnicos y los futbolistas suplentes. Todos los protagonistas unidos para dar un mensaje claro de convivencia a los hinchas.

Acciones:

1. Acción en medios:

a) Texto para relatores y voz del estadio:

La fecha de los clásicos es una fiesta, no una guerra.

No es a matar o morir, nadie se juega la vida, no hay que ganar como sea. En el fútbol hay rivales deportivos, no enemigos.

Compartamos todos juntos esta pasión: en la cancha, en casa, en un bar, en donde sea. Con pasión, con alegría, pero en paz.

Cualquiera sea el resultado del partido, si no hay violencia, ganamos todos.

Queremos un #ClásicoSinViolencia... a disfrutarlo!!

Es un mensaje de la Secretaría de Derechos Humanos y Pluralismo Cultural de la Nación y la Asociación del Fútbol Argentino.

b) Jugadores en la cancha con bandera y logo de la SDH:



c) Transmisiones televisivas

Viernes 12 de mayo

21.15 San Martín - Godoy Cruz (TVP)

Sábado 13 de mayo

14.00 Estudiantes - Gimnasia, en Quilmes (TELEFE)

14.00 Talleres - Belgrano, (CANAL 9)

16.00 Banfield - Lanús (CANAL 13)

17.15 Atlético de Rafaela - Atlético Tucumán (TVP)

18.00 Huracán - San Lorenzo (TELEFE)

19.30 Olimpo - Aldosivi (TVP)

Domingo 14 de mayo

14.00 Colón - Unión (CANAL 9)

15.00 Newell's - Rosario Central (CANAL 13)

17.00 Boca - River (TELEFE)

19.00 Independiente - Racing (CANAL 13)

19.15 Patronato - Sarmiento (DXTV)

Lunes 15 de mayo

19.00 Arsenal - Temperley (DXTV)

19.00 Defensa y Justicia - Quilmes (TVP)

21.15 Vélez - Tigre (TVP)

d) Rating promedio partidos donde se hizo la campaña #ClásicoSinViolencia

Boca - River 32.8

Independiente - Racing: 15.5

Huracán - San Lorenzo 13.0

Newell's - Central: 9.4

Banfield - Lanús promedio 8.4

Estudiantes - Gimnasia 6.9

Talleres - Belgrano: 2.9

Colón – Unión: 2.9

En los partidos de Boca-River, Huracán-San Lorenzo, Newell's-Central y Estudiantes-Gimnasia, la bandera y la campaña (en voz del relator/comentarista) se mencionó, por lo que (sin contar fotos, notas de prensa, redes sociales, etc), la campaña alcanzó los 62.1 puntos de rating (aprox 6.200.000 personas). A su vez, en el de Banfield - Lanús la bandera también se vio de forma correcta a pesar que tenían otras los jugadores

2. Comunicación institucional:



SITIO OFICIAL DE LA ASOCIACIÓN DEL FÚTBOL ARGENTINO

NOTICIAS AFA

Torneos Selección Consejo Federal Noticias AFA Institucional

#ClásicoSinViolencia

INSTITUCIONAL





HERNAN DARIO FRIAS @peladointense
Este es el primero de los tres grande partidos del año. Disfrutemoslo.
[#ClásicosSinViolencia](#)

TODOS SOMOS PINTO
RIVALES SI, ENEMIGOS NO



CLASICO SIN VIOLENCIA



#ClásicosSinViolencia

3. Comunicación en redes sociales:





AFA @afa 5.7K
argentina

La @AFA y @SDH-Argentina te invitan a vivir #ClásicosSinViolencia. ¡Disfrutemos del fútbol!



#ClásicosSinViolencia



SECRETARÍA
DE DERECHOS HUMANOS
Y PLURALISMO CULTURAL
DE LA NACIÓN

11:50 * 72

3. Conclusiones:

Alcance: 11 millones de personas

Objetivo: Concientizar acerca de la violencia en el fútbol

Sensibilización: logramos instalar en el público el concepto de que el rival, no es un enemigo.

#ContraLaViolenciaInstitucional

Introducción:

Con motivo de conmemorarse el Día contra la violencia institucional, junto a los clubes realizamos acciones con el objetivo de concientizar acerca de lo que significa la violencia institucional, para estar alertas y erradicarla definitivamente.

Acción:

1. **Acciones en medios:**



Secretaría de Cooperación Jurídica
y Plurinacional Cultural



Ministerio de Justicia y Derechos Humanos
y Defensa de la Nación



Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio
República Argentina

- a) Transmisión de un spot televisivo durante el entretiempo de los partidos del fin de semana del 7 y 8 de mayo

Spot contra la Violencia Institucional:

<https://www.youtube.com/watch?v=NMVfmbfYO-Y&list=PL1XVg2Bi0aNOuPKVf5LVdYkXEIWKTLtc&index=10>



Secretaría de Deportes, Turismo,
y Promoción Cultural



b) Salida de los jugadores a la cancha con una bandera que decía "8 de mayo, día contra la violencia institucional".



c) El relator (público externo) y la voz del estadio (público interno) explicaba el por qué de la acción.

Video explicativo:

<https://drive.google.com/file/d/1RnkxqDenhUaQsOLMIMxhIQHAFb3UFxzW/view?usp=sharing>

Conclusiones:

Alcance: 2 millones de personas.

Objetivo: Visibilizar que, ante la violencia institucional, hay un Estado presente.

Sensibilización: Se difundió el número de atención a víctimas de la violencia institucional.

#LaTrataNoEsUnJuego

Introducción:

Gracias al trabajo que desarrollamos junto a DeporSocial, tuvimos la oportunidad de incluir en el ámbito del deporte, temáticas que forman parte de la agenda ampliada de derechos humanos de la Secretaría.

El apoyo de DeporSocial, una entidad sin fines de lucro que agrupa instituciones relacionadas con el deporte que trabajan en temas solidarios y de responsabilidad social, fue fundamental en el desarrollo de campañas contra la discriminación, el bullying y la trata de personas.

Acciones:

1. Acciones en medios:

- a) Durante salida de los jugadores a la cancha, mostraban una bandera que decía "La trata No es un juego, es esclavitud". Difundiendo el número de asistencia a las víctimas.



b) Desarrollo de distintas campañas sobre derechos humanos durante los partidos.

2. Comunicaciones en redes sociales:

- a) Videos de los propios jugadores de fútbol para las redes sociales con mensajes contra la trata de personas.
- b) Piezas gráficas para las redes sociales de los clubes sobre temáticas como el bullying y qué hacer para prevenirlo.
- c) Spot “La trata no es un juego”

<https://www.youtube.com/watch?v=A7cKlQAaGUA>

3. Conclusiones:

Alcance: 1 millón de personas.

Objetivo: Visibilizar que la trata de personas es un delito.

Sensibilización: Se difundió el número de atención a víctimas.



Secretaría de Desarrollo Humano
y Promoción Cultural



Ministerio de Cultura y Promoción Cultural
Presidencia de la Nación



Ministerio de Relaciones Exteriores y Culto
República Argentina

Balance:

- Se realizaron 4 campañas
- Se firmó 1 convenio
- Se alcanzaron 22 millones de personas en total
- Participaron más de 40 equipos de fútbol
- Se lograron más de 5 mil menciones en redes sociales