



México se convirtió en líder a nivel mundial en la prevención del delito de trata de personas al ser el primer país del mundo en adoptar la campaña “Corazón Azul” en abril de 2010. Siguiendo el ejemplo de México en la lucha contra este flagelo, en junio de 2010, España presentó su campaña nacional “Corazón Azul” siendo el primer país de la Unión Europea en sumarse a este movimiento mundial.



“Corazón Azul nos invita a despertar. Abrir los ojos del mundo al problema de la esclavitud moderna es el objetivo de “Corazón Azul”; es el primer paso para abordar sus síntomas y lidiar con sus consecuencias. Existe todavía un largo camino por recorrer, hay que actuar rápido porque las víctimas están sufriendo hoy y claman de ayuda ahora”.

EL SER HUMANO NO
ESTÁ A LA VENTA

“Corazón Azul”, a través del arte, la cultura y el deporte, busca generar conciencia social sobre el delito de trata de personas y fomentar espacios de discusión respecto del rol que cada actor de la sociedad juega en la prevención de este delito.

Antonio - Maria Costa (abril 2010)



La **trata de personas** constituye una de las manifestaciones delictivas más preocupantes de la actualidad al exponer a sus víctimas a situaciones de **explotación sexual, laboral, extracción de órganos, servidumbre y otras**. Denominada como la “**esclavitud moderna**”, este fenómeno **violenta los derechos humanos** y tiene **repercusiones traumáticas** en su salud corporal y psicológica. Además, constituye la **tercera fuente de ingresos** más importante para la **delincuencia organizada transnacional**, en un complejo entramado de **corrupción, secuestro y extorsión**.





Desde el lanzamiento de “**Corazón Azul**” México se han realizado más de 100 actividades de sensibilización entre las que destacan: **la carrera 11 km “Corre y únete contra la Trata de Personas”**, la iluminación de 12 edificios emblemáticos en la Ciudad de México y Baja California, **el coloquio internacional**, el concurso de dibujo infantil y la Gala “**Corazón Azul**”.



Diálogos con la Comunidad

Se han sensibilizado a más de 5,000 niños, jóvenes, padres de familia y profesores a través de la realización de 47 talleres que fomentan la prevención de la trata de personas en las escuelas.



Foros Académicos

Se han realizado 7 foros con la participación de más de 2,000 estudiantes en debates que promueven la sensibilización y reflexión de la trata de personas entre la **comunidad universitaria**.



Los **medios de comunicación** juegan un papel central en la difusión de la información relacionada con la trata de personas, por lo que se han realizado **talleres de sensibilización** con el fin de promover la protección de los derechos humanos de las víctimas en la elaboración de reportajes y noticias.





La **Comisión Intersecretarial para prevenir y sancionar la trata de personas en México** funge como la principal contraparte de “Corazón Azul”, realizando actividades a través de cada una de las dependencias federales que la conforman.

En el caso de España, el **Ministerio de Igualdad** lideró la adopción de la campaña.



Se ha sensibilizado a los usuarios del **Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México** con la proyección de 34 000 spots mensuales de la campaña “Corazón Azul” en las pantallas de sus dos terminales.



La **Sociedad civil** juega un papel muy importante al difundir el mensaje “El ser humano no está a la venta”.

Microsoft desplegó en la página principal de prodigy/msn el banner “Corazón Azul”.



En noviembre de 2010, el Secretario General de la ONU lanzó oficialmente el **Fondo Fiduciario de Contribuciones Voluntarias**, con el objetivo de proporcionar ayuda humanitaria, jurídica y financiera a las víctimas de la trata de personas.



Para mayor información consulta www.corazonazul.org.mx