

COSTURAS A FLOR DE PIEL

Un proyecto de Koen Suidgeest producido por líniazero edicions

Memoria 2014

1. La exposición
2. Itinerancia
3. Asociaciones implicadas
4. Empresas colaboradoras
5. Repercusión en medios
6. Equipo de trabajo
7. Valoración general
8. Calendario 2014

1. La exposición

Determinación del contenido

Costuras a flor de piel se compone de 30 marcos. Cinco de ellos contienen texto (título, presentación, créditos y dos marcos con citas) y los otros 25 muestran un total de 28 fotos (hay tres marcos con dos fotos) que representan 27 modelos.

La selección de estas imágenes se hizo a partir de una selección previa de 211 fotos sobre unas 7.000 originales. Se tuvo en cuenta que las modelos fueran en su mayor parte pacientes, que mostraran diversidad de edades, orígenes y estilos, y que el conjunto tuviera un relato gráfico coherente e interesante para el observador. El orden de las fotos está, pues, determinado de entrada y no puede modificarse.

Las cuatro citas son de modelos y su objetivo es acompañar las sensaciones que se derivan de las fotos con palabras que expresan sus emociones en algún momento del proceso de la enfermedad.

Producción de la exposición

La impresión digital de las fotografías en alta calidad se realizó en los laboratorios Souverein, uno de los más prestigiosos de Holanda, bajo la rigurosa supervisión del autor. Se siguió un proceso de impresión Archival Pigment print sobre papel Innova FibaPrint Ultra Smooth Gloss de 285 gramos. Se hicieron dos copias de las fotos y está previsto imprimir una tercera si es necesario para una itinerancia más amplia de la exposición.

Acutangle, empresa barcelonesa especializada en la producción de marcos para museos y centros de exposición, se encargó de la fabricación de los 60 marcos (para dos conjuntos completos) de 40 cm x 50 cm en aluminio y con cristal antireflejante, así como de las dos cajas de madera con ruedas que sirven para su transporte.

Imprimimos los textos en papel Photobase y por el momento en tres idiomas: catalán, castellano y portugués.

Diseño gráfico

Hemos tenido especial cuidado en que *Costuras a flor de piel* tuviera una identidad gráfica clara y coherente, tanto en la propia exposición como en los materiales de apoyo y la web. Encargamos el diseño a Tere Guix, que ha supervisado la realización de los diversos elementos: exposición, postal, póster, catálogo, flyers y web.

La imprenta Jider de Fuenlabrada (Madrid) colaboró con la impresión de la postal, el póster y un primer tiraje de los catálogos.

costuras.org

La web de *Costuras a flor de piel* es la principal vía de comunicación del proyecto. Está montada a partir de una plantilla de wordpress y, de acuerdo con la orientación internacional del proyecto, es bilingüe (castellano e inglés).

Financiación

Para cubrir los costes de producción de la exposición (sobre todo la impresión de las fotografías, la realización de los marcos, el diseño de la identidad gráfica y de los materiales promocionales, y la conceptualización y realización de la web) recurrimos a un proceso de microfinanciación mediante la plataforma Verkami. El importe solicitado (que incluía la producción y envío de las recompensas a los mecenas) era de 9.750 euros. La campaña se inició el 3 de octubre y duró 40 días, hasta el 12 de noviembre. Participaron 220 personas que aportaron un total de 10.075 euros. Con la cantidad sobrante se financió la segunda copia de la exposición y la versión en inglés de la web.

Presentar la exposición en cada una de las ciudades supone igualmente unos costes de transporte, montaje, seguros y gestión, más un importe de cesión con el que se van amortizando los gastos en los que se ha incurrido durante la preparación del proyecto. Estos costes de las itinerancias han sido sufragado por empresas patrocinadoras.

El balance económico de *Costuras a flor de piel* está a disposición de cualquier persona o entidad interesada en conocerlo.

2. Itinerancia

Madrid: Sala Cambio de sentido/ Fundación ONCE

Fechas: 4 de junio a 12 de septiembre

Dirección: c. Recoletos, 1

Asociaciones participantes: GEPAC, Fundación ONCE

Empresas colaboradoras: Sanofi

Otras entidades colaboradoras: Embajada holandesa en España

Visitantes: aproximadamente 500

Actos de promoción realizados:

- Rueda de prensa (3 de junio) y nota de prensa
- participación en PhotoEspaña (incluida en el catálogo)
- pósters, folletos, postales, catálogos

Observaciones:

- *Costuras a flor de piel* formó parte del prestigioso certamen internacional de fotografía PhotoEspaña



Rueda de prensa

Barcelona: Convent de Sant Agustí / Sala Noble

Fechas: 16 a 27 de junio

Dirección: c. Comerç, 36. 08003 Barcelona

Asociaciones participantes: GEPAC, SEOM

Empresas colaboradoras: Sanofi, Transportes Metropolitanos de Barcelona (TMB)

Otras colaboraciones: Ayuntamiento de Barcelona, Embajada holandesa en España

Visitantes: aproximadamente 250

Actos de promoción realizados:

- spot en las pantallas del metro de Barcelona (TMB, 19 de mayo a 3 de junio)

- distribución de 10.000 folletos en los autobuses y metros de Barcelona (TMB)
- nota de prensa y difusión en medios
- póster, folleto, postal, invitaciones digitales a los actos
- inauguración
- acto institucional con representantes del Ayuntamiento, FECEC, SEOM, Sanofi y el fotógrafo
- bñner en la web del Ayuntamiento de Barcelona
- banderolas en las farolas (Ayuntamiento de Barcelona)

Banderolas (09/06/2014 a 29/06/2014)
Av. Diagonal entre Pl. Pius XII y Pl. R. M ^a Cristina
Av. Madrid entre Ctra. de Sants y Comandante Benítez
Av. Sarrià entre Av. Diagonal y Pl. Prat de la Riba
Bailén entre Indústria y Trav. Gràcia
Provença entre Balmes y Pau Claris
València entre Tarragona y Rocafort
Ausiàs March entre Roger de Llúria y Pg. Sant Joan
Casanova entre Rosselló y Trav. Gràcia
Av. Meridiana entre València y Mallorca
Padilla entre Av. Meridiana y Gran Via

Observaciones:

- La sala Noble se utiliza para numerosos actos de distinta índole. Por ello, las personas que asistían a ellos tenían oportunidad de ver las fotos sin haber tenido previa noticia, lo que aumentó el alcance de la exposición.



Ciudad Real: Convento de la Merced/ Claustro bajo

Fechas: 6 al 27 de octubre de 2014

Dirección: Pl. de los Mercedarios s/n

Asociación organizadora: AMUMA

Empresas colaboradoras: GlobalCaja

Visitantes: aproximadamente 450

Actos de promoción realizados:

- póster, folleto, postal, invitación digital
- rueda de prensa (3/10/2014)
- inauguración (10/10/2014)

Observaciones:

- La exposición se presentó dentro del marco de los actos que durante todo el mes de octubre AMUMA organizó en ocasión del Día Internacional del Cáncer de Mama (19 octubre). Otros actos realizados fueron el XIII Congreso de Cáncer de Mama y Ginecológico de Castilla la Mancha (9 de octubre, en la que se distribuyó un folleto sobre *Costuras a flor de piel*), el II Certamen de Relato y Poesía y el I Concurso de escaparates, cuyos premios se entregaron en el mismo claustro en el que se mostraban las fotos.



Lisboa: Sala Premium / Lisbon Story Centre

Fechas: 6 al 20 de noviembre

Dirección: Praça de Comercio, 78 / 1100-148 Lisboa

Asociación participante: Liga Portuguesa contra o Cranco (LPCC)

Empresas colaboradoras: Sanofi

Visitantes: aproximadamente 500

Actos de promoción realizados:

- Invitación digital
- nota de prensa
- inauguración (6/11/2014)

Observaciones:

- En la exposición había un libro de visitas en el que abundaban los comentarios entusiastas, emocionados o solidarios sobre las fotografías y las mujeres que con tanto valor habían participado como modelos.
- La inauguración fue retransmitida en directo por la televisión pública portuguesa.



3. Asociaciones implicadas

Para presentar la exposición en cualquier ciudad es preciso que una entidad local relacionada con el cáncer esté involucrada en el proceso. *Costuras a flor de piel* sirve entonces de marco para sus actividades y les proporciona otra vertiente artística y humana, además de ser un elemento adicional para la promoción de sus acciones en la normalización social del cáncer.

Grupo Español de Pacientes con Cáncer (GEPAC)

www.gepac.es

El GEPAC es socio de *Costuras a flor de piel* y es el destinatario final de la exposición. Contribuye en la difusión entre sus socios y participa en mesas redondas, ruedas de prensa y otros actos relacionados con *Costuras*. El GEPAC fue activo durante la campaña de microfinanciación, y estuvo en la rueda de prensa en Madrid (3/6/2104) y en el acto institucional de Barcelona (20/5/2014). Además, algunas imágenes de la exposición se mostraron en las charlas de su Congreso de Pacientes con Cáncer 2014 del 7 al 9 de noviembre, en el que también se distribuyeron folletos informativos. Con ellos tenemos una relación permanente.

Asociación de Cáncer de Mama y Ginecológico de Castilla la Mancha (AMUMA)

www.amuma.org

AMUMA llevó la exposición a Ciudad Real, en el marco de sus actividades en octubre relacionadas con el Día Internacional del Cáncer de Mama.

Liga Portuguesa contra o Cranco (LPCC)

www.ligacontracancro.pt

Participó en la exposición en Lisboa. Por cada visita a la exposición, Sanofi donó 1 euro a la entidad como colaboración a su labor de concienciación.

Federació d'Entitats Catalanes contra el Càncer (FECEC)

www.juntscontraelcancer.cat/

La FECEC participó en el acto institucional de Barcelona (20/5/2014).

Sociedad Española de Oncología Médica (SEOM)

www.seom.org

La SEOM participó en el acto institucional de Barcelona (20/5/2014).

Fundación ONCE

www.fundaciononce.es/

Sin ser propiamente una entidad dedicada a la sensibilización sobre el cáncer, la Fundación ONCE cedió la sala Cambio de Sentido en Madrid durante tres meses para la primera exposición de *Costuras* y puso los recursos para asegurar el buen desarrollo de los actos.

4. Empresas colaboradoras

La itinerancia de la exposición supone unos costes de traslado, seguros, montaje, desmontaje, gestión, promoción y organización que es preciso cubrir, además de un importe de cesión que compensa los gastos en los que se ha incurrido y a los que todavía no se ha podido hacer frente. *Costuras a flor de piel* está pensado como un proyecto sin afán de lucro, pero con capacidad para autofinanciarse.

SANOFI

www.sanofi.es

Muestras financiadas: Madrid, Barcelona, Lisboa

Importe global: 10.906 euros

Contraprestaciones: logotipo en la web y en todos los materiales de promoción de *Costuras a flor de piel*; presencia en las ruedas de prensa y en las inauguraciones de Barcelona, Madrid y Lisboa; organización de actos propios en el marco de la exposición; comunicación en medios y relaciones institucionales.

Globalcaja

www.globalcaja.es

Muestra financiada: Ciudad Real

Importe global: 2.550 euros

Contraprestaciones: logotipo en los materiales que conciernen la exposición en Ciudad Real, mención en medios y en los actos.

También otras empresas y entidades contribuyen con ajustes en los costes de producción o aportaciones:

Souverein (www.souverein.nl): Impresión de las fotografías en alta calidad (Weesp, Holanda)

Acutangle: Fabricación de los marcos y almacén para la exposición (Barcelona)

Gráficas Jider (www.jider.com): Impresión de material promocional (Fuenlabrada, Madrid)

Pilot Studio (www.pilotstudio.nl): Cesión del estudio para las últimas sesiones fotográficas en Amsterdam.

Embajada holandesa en España (www.espana.nlembajada.org): Gastos de viaje y estancia del fotógrafo para la inauguración en Madrid y Barcelona.

5. Repercusión en medios

Madrid y Barcelona

Sanofi elaboró un dossier de prensa de 103 páginas con la repercusión de la exposición en los medios de comunicación.

Prensa impresa: 9 medios

04/06/14 Diario de Teruel
12/06/14 20 Minutos, Barcelona
22/06/14 La Rioja (V Vivir)
22/06/14 Las Provincias (V Vivir)
22/06/14 Sur (V Vivir)
22/06/14 Ideal de Granada (V Vivir)
22/06/14 Hoy de Extremadura (V Vivir)
22/06/14 El Diario Vasco (V Vivir)
22/06/14 El Corro Español (Bizkaia) (V-Vivir)

Televisión: 1 medio

01/06/2014 Telecinco (Informativos)

Internet: 56 medios

20/05/14 presspeople
20/05/14 Madrid.es
21/05/14 Solidaridad Digital
22/05/14 Teleprensa.es
03/06/14 Discapnet.es
03/06/14 SIGLO XXI
03/06/14 MedicinaTV.com
03/06/14 Yahoo! España
03/06/14 El Economista.es
03/06/14 Lainformacion.com
03/06/14 Economista.es
03/06/14 Informativos Telecinco
03/06/14 Lainformacion.com
03/06/14 Servimedia.es
03/06/14 de Cantabria
03/06/14 SIGLO XXI
03/06/14 Teinteresa.es
03/06/14 Fund. Española del Aparato Digestivo
03/06/14 Con Salud
03/06/14 Discapnet.es

03/06/14 Europa Press
03/06/14 La Región de Ourense
03/06/14 Mujerempredadora.net
03/06/14 Voz de Galicia
04/06/14 SIGLO XXI
04/06/14 Teinteresa.es
04/06/14 El Economista.es
04/06/14 Discapnet.es
04/06/14 PRNoticias
04/06/14 Noticias de Salud
04/06/14 Solidaridad Digital
04/06/14 Hoy Digital
04/06/14 ABC.es
05/06/14 LA VANGUARDIA.COM
05/06/14 Compromiso RSE
05/06/14 Acta Sanitaria
07/06/14 Somos Pacientes
09/06/14 El Mundo
10/06/14 El Mundo
12/06/14 20 Minutos
12/06/14 Boletín Informativo
14/06/14 Gente Digital
14/06/14 Teinteresa.es
14/06/14 La Vanguardia
16/06/14 Informativos Telecinco
16/06/14 MedicinaTV.com
16/06/14 SIGLO XXI
16/06/14 Cronica de Cantabria
16/06/14 Solidaridad Digital
16/06/14 El Economista.es
17/06/14 Sim, senhorita
17/06/14 Farma News
17/06/14 Medicina21
24/06/14 Diario Sur 99

Ciudad Real

Artículo en *Mi Ciudad Real*: <http://bit.ly/1B21pGM>

Artículo en *La tribuna de Ciudad Real*: <http://bit.ly/1u208Bn>

Artículo en Ciudad Real Digital: <http://bit.ly/1u20hEU>

Lisboa

Prensa impresa: 3 medios

01/11/14 Saúde XXI

09/11/14 Notícias Magazine

15/11/14 Jornal Médics

Televisión: 3 medios

06/11/14 RTP Informação

17/11/14 SIC

10/11/14 RTP Informação

Internet: 11 medios

29/10/14 Atlas da Saúde

30/10/14 RCM Pharma

31/10/14 Vital Health

03/11/14 Just News

04/11/14 Diário da Saúde

05/11/14 Newsfarma

06/11/14 Público

06/11/14 Observador

07/11/14 Sábado

12/11/14 Vou Sair

14/11/14 Vou Sair

Otros medios

La revista Rose en su edición de octubre dedicó un artículo a *Costuras a flor de piel*.

Una de las modelos participó en el programa de ES RAdio “Es sexo”.

También la revista local *La brújula de la sierra* publicó un artículo sobre la exposición y el blog *Nuestraenfermeria* le dedicó un post.

6. Equipo de trabajo

Costuras a flor de piel es un proyecto de Koen Suidgeest producido por líniazero edicions. Hasta ahora han participado en él casi 500 personas: 209 mujeres que se prestaron a posar para las fotos, 220 mecenas que lo apoyaron económicamente, los colaboradores de empresas y entidades asociadas, más el equipo de personas que día a día contribuye a que todo ello sea posible.

Fotografía: Koen Suidgeest

Dirección de arte: Tere Guix

Coordinación general: Rosa Mercader (líniazero edicions)

Fine art printer: René Bierman (Souverein)

Marcos: Joel Oliver (Acutangle)

Diseño gráfico: Laura Estragués

Impresión de materiales: Pilar Blanco (Jíder), Núria Garcia (The Folio Club) y los equipos de las imprentas

Web: Yvonne Fuertes

Producción: Clara Pena, Clara Grífol, María Luisa Fernández, Jennifer Bootsma, Muriel Arnaud

Comunicación en Madrid: María Valdemoros (Sanofi)

Comunicación en Barcelona: Maite Sanz (Sanofi)

Comunicación en Ciudad Real: Rosa García-Madrid (AMUMA)

Comunicación en Lisboa: Luisa Silva (Sanofi) y Susana Viana (Guesswhat)

7. Valoración general

El objetivo de *Costuras a flor de piel* ha sido siempre romper tabús, generar debate, enseñar realidades y dar un mensaje positivo de supervivencia para así contribuir a la normalización social de las personas con cáncer.

Tras un año de actividades, podemos decir que la exposición se ha valorado especialmente por su capacidad de sorprender y conmocionar al espectador. De repente se ve inmerso en la realidad más íntima del cáncer de mama, de la mano de unas mujeres que se han atrevido a mostrar sus cicatrices y que con toda naturalidad le hacen partícipe de su enfermedad y las consecuencias que conlleva. Los comentarios que nos han llegado destacan sobre todo la valentía de estas mujeres, su actitud positiva y luchadora, el trasfondo humano que transmiten las fotografías. Destacan también su calidad artística, pues logran crear un vínculo emocional con el público, y no dejan a nadie indiferente.

AMUMA ha valorado la exposición como “el marco y la culminación perfecta para todas las actividades que hemos realizado en el mes de octubre.”

Sanofi, que apostó por *Costuras* desde sus inicios, ha destacado “el impactante resultado final” y “la importancia de campañas valientes de sensibilización y apoyo a mujeres que han pasado por un proceso de cáncer de mama”, y ha valorado muy positivamente la cooperación con asociaciones como el GEPAC, la SEOM o la Liga Portuguesa contra o Cranco, a la que donó 1€ por cada persona que visitó la exposición en Lisboa.

Precisamente en Lisboa, un libro de visitas recogió testimonios muy emotivos, entre los que destacamos

“Muestra la fuerza y determinación de mujeres luchadoras, cuya voluntad de vivir les hizo superar los momentos más difíciles de la vida de una mujer. Capta el interior de cada una, su energía y sus miedos.”

“¡Una visión nueva de un problema antiguo! ¡Muy bello!”

“Verdaderamente artístico. La vulnerabilidad transmitida por la calidad de la luz y el contraste con la oscuridad se graban en la mente como una cicatriz.”

“¡Esta exposición da fuerza! ¡Felicidades!”

“Sin palabras. Una gran lección de vida.”

“Felicidades por la iniciativa. Es preciso adquirir conciencia de que el cáncer de mama nos puede suceder a cualquiera de nosotras. Pero también es necesario que se diga que a pesar del cáncer es posible una vida con calidad.”

“Un bellissimo proyecto fotográfico con mujeres dotadas de un coraje y una fuerza de voluntad poco habituales. ¡Mis felicitaciones sinceras!”

“Hermoso. Conmovedor. Maravilloso. ¡Felicidades!!

“Testimonios de coraje, fuerza y voluntad de vivir, más allá del dolor. Todas ellas merecen mucho respeto. Un ejemplo para todos y la prueba de que una sonrisa siempre es posible.”

