

COSTURAS A FLOR DE PIEL

Un proyecto de Koen Suidgeest producido por líniazero edicions

Memoria 2016

1. Introducción
2. Itinerancia
3. Asociaciones implicadas
4. Entidades colaboradoras
5. Repercusión en medios
6. Equipo de trabajo
7. Valoración general

1. Introducción

En este tercer año de itinerancia de *Costuras a flor de piel*, la exposición

- ha estado en 5 ciudades españolas (2015: 4 ciudades españolas, 1 portuguesa; 2014: 3 ciudades españolas, 1 portuguesa);
- durante un tiempo total de 121 días (2015: 82 días; 2014: 116 días);
- la han visto unas 15.500 personas (2015: unas 4.500 personas; 2014: unas 1.200 personas);
- ha aparecido en al menos 10 medios públicos, además de las intranets de los hospitales y otras instituciones (2015: 53 medios; 2014: 90 medios);
- ha involucrado a 10 entidades y empresas (2015: 7 entidades y empresas; 2014: 8 entidades y empresas);
- tiene 2.269 seguidores en facebook.

Desde 2014 *Costuras a flor de piel*:

- se ha expuesto 15 veces en un total de 8 ciudades españolas (en Barcelona y Madrid ha estado 3 veces, y 2 en Palma) y 2 ciudades portuguesas;
- durante 319 días, y
- han podido verla unas 21.200 personas.

La itinerancia de la exposición ha sido posible gracias a la implicación de Sanofi, la Escuela Andaluza de Salud Pública junto con el Consejería de Salud de la Junta de Andalucía, y la Autoridad Portuaria de Tarragona. El balance económico de *Costuras a flor de piel* está a disposición de cualquier persona o entidad interesada en conocerlo.

2. Itinerancia

Sevilla: Hospital Universitario Virgen Macarena (vestíbulo de entrada)

Fechas: 2 al 22 de febrero

Dirección: Av. Doctor Fedriani, 3, 41071 Sevilla

Entidad organizadora: Hospital Universitario Virgen Macarena

Entidades colaboradoras: Sanofi, Consejería de Salud de la Junta de Andalucía

Visitantes: aproximadamente 8.000

Actos de promoción realizados:

- rueda de prensa e inauguración de la exposición previo a los actos del III encuentro Foro de Pacientes con Cáncer. acto de presentación en el marco del Día Mundial de la Mujer (6 de marzo); nota de prensa
- pósters, postales
- promoción en redes sociales

Observaciones:

- *Costuras a flor de piel* formó parte de los actos del III Encuentro Foro de Pacientes con Cáncer.



Inauguración con el consejero de Salud, D. Aquilino Alonso Miranda

Granada: Escuela Andaluza de Salud Pública

Fechas: 5 al 29 de abril de 2016

Entidad organizadora: Escuela Andaluza de Salud Pública

Entidades colaboradoras: Consejería de Salud de la Junta de Andalucía

Visitantes: unos 700.

Actos de promoción realizados:

- nota de prensa y seguimiento.
- banner y anuncios en la web y redes sociales de la EASP, en twitter con los hashtags #mesdelasalud y #costurasaflorepiel

Observaciones:

- *Costuras a flor de piel* se enmarcó dentro de los actos del Mes de la Salud organizados por la EASP.
- Desde la EASP se valora muy positivamente la experiencia. Como institución abierta a la ciudadanía y en contacto con ella, todo lo que refuerce y visibilice esta actitud es importante y positivo. En sus palabras: *La gente se ha emocionado y se han oído comentarios de toda clase, quizás lo más significativo haya sido la necesidad de conseguir que otras formas de belleza en la mujer son posibles.*



Palma de Mallorca: Hospital Universitari Son Espases (vestíbulo de entrada)

Fechas: del 2 al 19 de junio

Dirección: Crta. Valldemossa 79. 07120 Palma

Entidad organizadora: Departamento de Oncología

Empresas colaboradoras: Sanofi

Visitantes: unos 3.000.

Actos de promoción realizados:

- póster, postales

Palma de Mallorca: Hospital Son Llàtzer (vestíbulo de entrada)

Fechas: del 22 de junio al 4 de julio

Dirección: crta. Manacor, PK4 (Son Ferriol). 07198 Palma

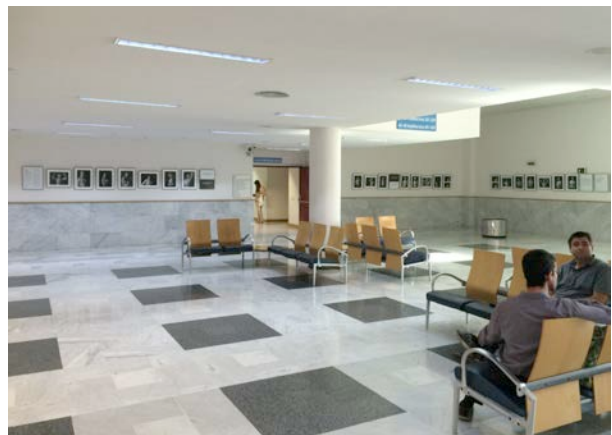
Asociación organizadora: Departamento de Oncología

Empresas colaboradoras: Sanofi

Visitantes: unos 2.500.

Actos de promoción realizados:

- póster, banner en la web, difusión en redes sociales e intranet del hospital



Costuras en los vestíbulos de Son Espases y Son Llàtzer, respectivamente.

Barcelona: Hospital de la Vall d'Hebron

Fechas: 16 de septiembre al 10 de octubre de 2016

Dirección: Passeig de la Vall d'Hebron, 119-129. 08035 Barcelona

Asociación participante: Departamento de Oncología

Visitantes: aproximadamente 800

Actos de promoción realizados:

- Poster, postales
- Promoción en la web y la intranet del hospital, además del boletín del campus que reciben los 8.000 profesionales que trabajan en el hospital.
- Redes sociales, y twitter del hospital y del Institut de Recerca.

Observaciones:

- Esta exposición fue la primera dentro del programa "Costuras, ahora más fácil", con el que se pretende poner las fotografías al alcance de entidades que no cuenten con un patrocinador o con los recursos propios necesarios para cubrir los gastos.
- Las fotos estaban expuestas en el pabellón docente, frente a la puerta principal de la sala de actos.



Tarragona: Tinglado 1 del Port de Tarragona

Fechas: 21 de noviembre al 11 de diciembre de 2016

Dirección: Tinglado 1 del Moll de Costa del Port de Tarragona

Asociaciones participantes: Tarraco August Rotary Club, Asociación Española contra el Cáncer

Empresas colaboradoras: Autoridad Portuaria de Tarragona

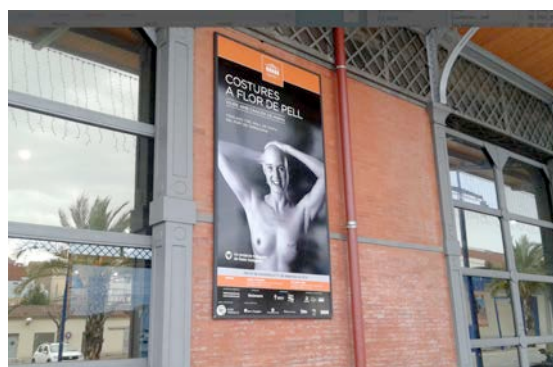
Visitantes: unos 510

Actos de promoción realizados:

- Póster, nota de prensa, rotulación exterior
- Inauguración (21/11/2016)

Observaciones:

- Esta exposición, promovida por el Tarraco August Rotary Club, se incluyó también en el programa "Costuras, ahora más fácil".



3. Asociaciones implicadas

Para presentar la exposición en cualquier ciudad recomendamos involucrar a una entidad local relacionada con el cáncer. *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.

Foro de Pacientes con Cáncer de Andalucía

www.onconocimiento.net/foro/

Desde 2010 este foro forma parte del Plan Integral de Oncología de la Consejería de Salud de la Junta de Andalucía. Su propósito es proporcionar un espacio de diálogo, participación y acompañamiento a las personas afectadas por el cáncer (pacientes, familiares y amigos de pacientes), así como a los profesionales de las especialidades oncológicas.

Escuela Andaluza de Salud Pública (Granada)

www.easp.es

La Escuela Andaluza de Salud Pública desarrolla actividades de formación, investigación y consultoría para la mejora de la salud y el bienestar y la gestión de los servicios sociales y sanitarios. La exposición se enmarcó dentro de los actos del Mes de la Salud.

Hospital Universitari Son Espases (Palma de Mallorca)

www.hospitalsonespases.es

El Departamento de Oncología del hospital decidió exponer las fotografías en el vestíbulo de entrada y en recorrido hacia el bar-restaurante, en una zona de mucha afluencia de personas. Se enmarcaba dentro de las actividades de sensibilización que organiza el hospital.

Hospital Son Llàtzer (Palma de mallorca)

www.hsll.es

También en este hospital *Costuras a flor de piel* estuvo expuesta en el vestíbulo principal, con gran afluencia de personas.

Hospital Universitari Vall d'Hebron (Barcelona)

www.vhebron.net

El hospital acoge desde 2008 el Centre de Càncer de Mama, un centro multidisciplinar de 2.000 m² que incluye todo el circuito de atención a los enfermos y los servicios implicados

en el tratamiento de este tipo de cáncer. La unidad de Patología Mamaria es uno de los centros del país con mayor número de pacientes tratados por cáncer de mama. Tiene una labor asistencial e investigadora.

Tarraco August Rotary Club (Tarragona) / Asociación Española Contra el Cáncer (AECC)

www.rotary2202.org / www.aecc.es

Sin ser una entidad dedicada específicamente al cáncer de mama, el Rotary Club tarraconense, junto con la Junta Provincial de Tarragona de la AECC, organiza desde hace tres años las actividades de sensibilización alrededor del Día Mundial del Cáncer de Mama en octubre. La exposición fue parte del programa de 2016.

4. Entidades colaboradoras

La itinerancia de la exposición supone unos costes de traslado, seguros, montaje, desmontaje, gestión, promoción y organización, además de un importe de cesión que compensa los gastos en los que se ha incurrido y a los que se va haciendo frente paulatinamente. *Costuras a flor de piel* está pensado como un proyecto sin afán de lucro y con capacidad para autofinanciarse, por lo que agradecemos a las empresas y entidades que nos apoyan, pues sin ellas este proyecto no sería posible.

Sanofi

www.sanofi.es

Muestras financiadas: Sevilla, Palma de mallorca

Importe global: 6.000 euros

Contraprestaciones: logotipo en la web y en todos los materiales de promoción de *Costuras a flor de piel*; organización de las ruedas de prensa y las inauguraciones de Sevilla y Palma; comunicación en medios y relaciones institucionales.

Consejería de Salud de la Junta de Andalucía

<http://www.juntadeandalucia.es/organismos/salud.html>

Muestra financiada: Granada

Importe global: 2.600 euros

Contraprestaciones: logotipo en los materiales que conciernen la exposición en Granada, organización de rueda de prensa e inauguración, mención en medios y en los actos.

Autoridad Portuaria de Tarragona

www.porttarragona.cat

Muestra financiada: Tarragona

Importe global: 950 euros (Costuras, ahora más fácil)

Contraprestaciones: logotipo en los materiales que conciernen la exposición en Tarragona, organización de rueda de prensa e inauguración, mención en medios y en los actos.

5. Repercusión en medios

Sevilla

Medios online:

prnoticias.com

www.europapress.es

www.comsevilla.es (Boletín oficial del Colegio de Médicos de Sevilla)

Granada

Medios online:

www.easp.es

Palma de Mallorca

Medios online:

www.infermeriabalear.com

www.caib.es

www.infosalut.com

Prensa impresa:

Salut i Força

Tarragona

Medios online:

www.diarimes.com

Radio:

Cadena SER Tarragona

6. Equipo de trabajo

Costuras a flor de piel es un proyecto de Koen Suidgeest producido por líniazero edicions. Han participado en él más de 500 personas, entre los que destacan las 209 mujeres que se prestaron a posar para las fotos y los 220 mecenas que lo apoyaron económicamente, y también 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

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, Marije de Wolf

Comunicación en Sevilla: Pilar Pérez (Sanofi)

Comunicación en Granada: Herminia Muñoz (Escuela Andaluza de Salud Pública)

Comunicación en Palma (Son Espases): Joan A. Company (Hospital Universitari Son Espases)

Comunicación en Palma (Son Llàtzer): Ana María Pérez (Hospital Son Llàtzer)

Comunicación en Barcelona: Sergi Carabias (Hospital Universitari Vall d'Hebron)

Comunicación en Tarragona: Virginia Morcillo (Rotary Club) y Miquel Pujol (Autoridad Portuaria de Tarragona)

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.

En 2016 hemos presentado la exposición en 6 emplazamientos, uno más que el año pasado: cuatro hospitales (Sevilla, Palma y Barcelona), una escuela de salud (Granada) y un espacio artístico (Tarragona). Esto muestra sin duda la versatilidad de la exposición pero ha sido especialmente importante porque en los hospitales han tenido oportunidad de verla un número mucho mayor personas de lo que es habitual en otros espacios. Como resultado, este año han pasado por la exposición unas 15.500 personas, tres veces más que en 2015 y doce veces más que en 2014.

Por otro lado ha disminuido significativamente el impacto en los medios de comunicación, sobre todo en relación a 2014, el año de lanzamiento y, por tanto, el año en que *Costuras a flor de piel* fue propiamente noticia. La promoción y comunicación queda siempre en manos de la entidad organizadora, con el objetivo de que pueda adaptarla a sus necesidades. Nuestro equipo proporciona materiales gráficos de apoyo, y el autor, Koen Suidgeest, está siempre dispuesto para entrevistas y asistir a las inauguraciones. El objetivo es facilitar que la exposición y su propósito se difunda tanto como sea posible.

Desde nuestro punto de vista, sin embargo, lo más importante es que las fotos se vean en directo, que produzcan el impacto y la reflexión que conducen a un mejor conocimiento de las consecuencias del cáncer, a la normalización y a la prevención. Y este año ha sido muy destacable en este sentido. Entre los numerosos comentarios que hemos recibido, queremos destacar el de la Escuela Andaluza de Salud Pública que organizó la exposición en su sede, en Granada:

“La gente se ha emocionado mucho. Lo más significativo ha sido reconocer que otras formas de belleza en la mujer son posibles. ”

Los componentes del equipo de *Costuras a flor de piel* queremos agradecer de nuevo la involucración de las entidades que han patrocinado la exposición a lo largo de este año, y de modo especial a Sanofi, que desde sus inicios ha apostado por ella. Nuestro trabajo, sin su contribución, tampoco sería posible.